

# I – ESSAIS

## NIETZSCHE CRITIQUE DE LA PRESSE

Christine NOËL LEMAITRE  
Université d'Aix-Marseille, CEPERC

L'analyse de l'influence des journalistes dans le domaine culturel et politique a été l'objet de multiples études depuis la fin des années soixante-dix (notamment Padioleau, 1976 ; Mazzoleni et Schultz, 1999 ; Swanson et Mancini, 1996 ; Bourdieu, 1994). Bien avant le décryptage de ce phénomène proposé par la sociologie, plusieurs philosophes et écrivains dénoncèrent l'emprise désastreuse que la presse écrite exerce sur la formation des opinions individuelles et collectives. Goethe fut l'un des premiers intellectuels à dénoncer le gaspillage de temps et le manque de pudeur exacerbés par les journaux. Kierkegaard s'insurgeait contre les journalistes qui sont toujours prêts à parler haut et fort de choses auxquelles ils ne comprennent rien et à ce titre font partie de ce qu'ils désignent comme des « brigands semi-cultivés » (Charles, 2007, p. 17). Kierkegaard souligne en outre la passivité et le conformisme découlant d'une lecture trop assidue de la presse. La lecture quotidienne des journaux induirait, selon lui, le triomphe d'une opinion publique fantôme et mensongère aux dépens de la formation de l'opinion personnelle.

La critique de la presse et de sa fonction dans le cadre d'une économie de marché est pour ainsi dire aussi vieille que l'apparition de la presse elle-même. En Europe, l'essor de la presse quotidienne date de la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle. Si en France, la première gazette, autorisée par Richelieu, fut diffusée dès 1631, elle ne concernait qu'un public réduit d'érudits. Le développement des premiers journaux papier à grande diffusion fut impulsé par la conjonction de facteurs politiques, culturels et techniques. Dans le domaine politique, l'affirmation progressive de la liberté de la presse en Europe favorisa la multiplication des journaux à un rythme différent selon les pays. En France, le principe de la liberté de la presse est posé à l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789. Ce principe fut définitivement protégé par la loi du 29 juillet 1881. Au contraire, en Allemagne, il fallut attendre 1919 et l'avènement de la République de Weimar pour que la liberté de la presse soit proclamée par la Constitution. Dans le domaine culturel, les progrès de l'instruction supportés en France par la gratuité et le caractère obligatoire de l'ensei-

gnement primaire (Loi Ferry du 16 juin 1881 notamment) permirent la constitution d'un public élargi de lecteurs potentiels. Enfin, différents progrès techniques parmi lesquels l'invention du télégraphe permirent d'améliorer sensiblement la circulation de l'information. Ces trois facteurs conjugués conduisirent à la naissance d'une presse de masse. Ainsi, en France, le tirage des quotidiens s'élevait à près de 350 000 exemplaires par jour en 1870, contre plus de neuf millions à la veille de la première guerre mondiale. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, la presse écrite est ainsi devenue en France comme dans la plupart des pays occidentaux un objet de consommation courant.

Nietzsche n'est pas le premier à avoir formulé de vives critiques à l'égard des journalistes et de la presse écrite. Toutefois, il élargit la critique de ses prédécesseurs, essentiellement focalisée sur la presse, à tous les vecteurs de la culture de masse. À ses yeux, la presse est à la fois le symptôme d'une maladie de la culture moderne et l'instrument d'un processus de reproduction sociale qui conduit à l'éradication de l'individuel au profit des masses et du conformisme. La presse est le maillon clef d'un système qui vise à bloquer la production d'individus capables de penser par eux-mêmes, d'esprits libres. Comprendre la critique que Nietzsche consacre à la presse écrite implique, dès lors, de plonger au cœur même de sa philosophie. Bien que peu de textes fassent référence explicitement à la presse dans son œuvre, ils font toujours échos aux aspects négateurs de vie de la culture de masse dévoilés par Nietzsche. Le philosophe allemand abhorre la presse pour deux raisons essentielles. D'une part, elle neutralise l'esprit critique en favorisant la paresse intellectuelle des travailleurs fatigués. D'autre part, elle est le symptôme flagrant d'une culture anémiée fondée sur le culte de l'argent. Ces deux caractéristiques renvoient aux deux stigmates de la culture moderne moribonde : destruction de l'individuel au profit des masses et assimilation de l'art et de la culture à un simple objet marchand. C'est pourquoi, bien que très peu d'études se soient penchées sur la critique nietzschéenne de la presse, cette question nous permet d'approcher tous les thèmes chers au philosophe allemand.

### *LE JOURNALISTE, FOSSOYEUR DE L'ESPRIT ET DU STYLE*

La presse est tout d'abord fustigée aux yeux de Nietzsche en tant qu'elle détourne l'attention de l'individu de ce qui est important et institue un règne du futile et de l'insignifiant. La lecture du journal quotidien favorise un abêtissement grégaire et le diktat de l'opinion. Non seulement la presse contribue à diffuser le préjugé selon lequel tout le monde peut donner son avis sur tout mais elle oriente notre attention sur des événements anodins jusqu'à nous faire oublier l'essentiel : notre élan vital.

Ce règne de l'insignifiant résulte de l'association au sein d'un même espace d'une multitude d'événements hétéroclites. Le journaliste noie son lecteur sous des masses d'informations éparses, alors que celui-ci ne dispose pas du temps, du recul et des qualités nécessaires pour les digérer c'est-à-dire pour les examiner et évaluer leurs conséquences respectives. Sur ce plan, les choses n'ont pas véritablement évolué depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Il est possible de trouver pèle mèle dans son journal quotidien les derniers rebondissements d'une révolte politique, l'annonce de la fin prochaine d'une exposition d'art à la mode, un fait divers sordide associé au portrait du vainqueur du championnat du monde de pâtisserie. D'ailleurs, la longueur des articles consacrés à chaque type d'événement ne fournit aucun indice pertinent sur leur importance respective.

Si l'on considère qu'aujourd'hui encore tous les grands événements se glissent de façon furtive et voilée sur la scène, comment ils sont recouverts par des épisodes insignifiants à côté desquels ils paraissent mesquins, comment ils ne montrent leurs effets

en profondeur et ne font trembler le sol que longtemps après s'être produits, quelle signification peut-on accorder à la presse, telle qu'elle est maintenant, avec ce souffle qu'elle prodigue quotidiennement à crier, à étourdir, à exciter, à effrayer? Est-elle plus que la fausse alerte permanente qui détourne les oreilles et les sens dans la mauvaise direction? <sup>1</sup>

Le journaliste obéit sur ce plan à la logique de l'historien, empêtré dans un culte de l'événementiel. Nietzsche rejette comme malsain le culte de l'histoire à laquelle se livrent avec une frénésie débordante ses contemporains. Si Nietzsche reconnaît la nécessité de l'histoire, il convient de se méfier d'une hypertrophie de la mémoire au détriment du présent et de l'avenir car elle alimente en réalité un affaiblissement de la personnalité de l'homme moderne. Cet affaiblissement de la personnalité se traduit par une perte de créativité et une exténuation de l'élan vital.

Le savoir historique, jaillissant de sources intarissables, ne cesse de ruisseler, les événements s'ajoutent aux événements et pénètrent l'histoire, les faits étrangers et incohérents s'accumulent, la mémoire ouvre toutes ses portes sans parvenir à s'ouvrir assez <sup>2</sup> [...].

Pour Nietzsche, les grands événements ne sont pas forcément ceux qui « s'accompagnent de hurlements et de fumée », bien au contraire (Morel, 1971).

Crois-moi, démon aux éruptions tapageuses et infernales! Les plus grands événements, ce ne sont pas nos heures les plus bruyantes – mais les heures les plus silencieuses <sup>3</sup>.

Reconnaître ces événements implique un recul et un esprit critique qui font défaut aux journalistes.

Pris d'une boulimie d'informations superficielles, l'homme moderne est un homme cultivé sauvage qui n'a pas fait l'effort de développer son esprit. Il « traîne avec lui une énorme masse de cailloux, de l'indigeste savoir qui, à l'occasion, fait entendre dans son ventre un bruit sourd <sup>4</sup>. » Car cette boulimie, loin de stimuler la réflexion, alimente la paresse intellectuelle. On adopte les opinions diffusées dans les journaux pour ne pas avoir à forger sa propre opinion, par facilité ou par lâcheté. En se cachant derrière ce qu'on a lu la veille, comme un perroquet qui répète les sons prononcés par son maître, on espère passer pour un homme cultivé, qui connaît tout sur tout. Nietzsche rejoint ici Schopenhauer :

Il n'y a en effet aucune opinion, aussi absurde soit-elle, que les hommes n'aient pas rapidement adoptée dès qu'on a réussi à les persuader qu'elle était généralement acceptée. L'exemple agit sur leur pensée comme sur leurs actes. Ce sont des moutons qui suivent le bélier de tête, où qu'il les conduise : il leur est plus facile de mourir que de penser <sup>5</sup>.

Une telle pseudo-culture n'est même pas synonyme d'érudition car elle n'est qu'un simple divertissement. La lecture de la presse est une lecture passive, une sorte de rituel semblable à la prière du matin, par lequel on absorbe machinalement les opinions exprimées par des journalistes s'exprimant souvent anonymement. Le journaliste s'oppose ainsi au professeur, il n'instruit pas, il divertit, il séduit, il vend des opinions.

Cet esclave en papier du jour, a pu triompher du professeur dans tous les domaines de la culture sans lui laisser – comme cela s'est vu souvent – d'autre possibilité que de

1. Nietzsche, *Humain trop Humain* II, Opinions et sentences mêlées, § 321.

2. Nietzsche, *Secondes Considérations inactuelles*, § 4.

3. *Ainsi Parlait Zarathoustra*, p. 113.

4. *Considérations inactuelles*, 2<sup>e</sup>, § 4.

5. Schopenhauer, *De l'art d'avoir toujours raison*, Stratagème 30.

se métamorphoser en joyeux papillon de la culture prenant le style et s'ébattant dans l'élégance légère du publiciste<sup>6</sup>.

Les journaux n'ont pas pour finalité d'inviter à la réflexion. Ils visent à distraire et à détourner, pour quelques instants, le travailleur fatigué de ses problèmes personnels. C'est pourquoi ils sont désignés par Nietzsche comme des « vacances de l'esprit<sup>7</sup> ».

Le droit à la bêtise. Le travailleur fatigué qui respire lentement, qui a un regard doux, qui laisse aller les choses comme elles vont : cette figure typique que l'on rencontre maintenant au siècle du travail (et de « l'Empire »!), dans toutes les classes de la société, met aujourd'hui main basse sur l'art, y compris le livre, et avant tout le journal [...].<sup>8</sup>

Le développement de la presse écrite appuie un mouvement progressif lié à la civilisation démocratique, qui favorise l'émergence et le développement d'un type physiologique doué pour le travail et l'obéissance : le type du bon travailleur. Ce bon travailleur est un « animal de troupeau, utile, laborieux, utilisable à toutes fins [...]. Ces Européens de l'avenir se présenteront sans doute comme des travailleurs bons à tout, bavards, de volonté débile et extrêmement adaptables, qui auront besoin d'un maître, d'un chef, autant que de leur pain quotidien<sup>9</sup> ». Cette tendance concerne tous les aspects de la culture moderne.

Cela se produit partout maintenant ; même les tenants du grand art promettent délassément et distraction, eux aussi s'adressent à l'homme fatigué, eux aussi lui demandent les soirées de sa journée de travail [...].<sup>10</sup>

La lecture quotidienne du journal parfait l'action du travail sur l'homme, elle le rend encore davantage malléable et servile, il devient politiquement docile.

La finalité même des journaux, qui est de distraire et non de développer l'esprit, implique l'adoption d'un style simple, accessible à tous, sans relief ni profondeur.

On veut le confort et l'ébriété quand on lit : la plupart des choses qu'on lit relèvent du journalisme ou du genre journalistique. La liberté de la presse met le style et finalement l'esprit à terre<sup>11</sup>.

L'habitude à ce style sans finesse conduit à la formation d'hommes incapables d'apprécier les subtilités de la langue allemande. En bon philologue, Nietzsche est convaincu que le style reflète l'esprit d'une époque. Blondel souligne que pour Nietzsche le style a un rapport direct avec le corps et les affects et ne peut être accessible que par le texte. Une culture se caractérise par son style.

Communiquer par des signes – y compris le tempo de ces signes – un état ou la tension interne d'une passion, tel est le sens de tout style<sup>12</sup> [...].

Lorsque Nietzsche fait référence aux journalistes, il ne désigne pas uniquement ceux qui travaillent dans les organes de presse. Il englobe sous le « genre journalistique » tous ceux qui contribuent d'une manière ou d'une autre à cette uniformisation de la pensée et à cet avilissement du style. Journalistes, feuilletonistes, écrivains sont désignés comme les « bouffons de la culture moderne » dans la mesure où leur rôle consiste à « tempérer de quelques bavardages le pathétique des âmes et couvrir de leurs cris les cloches trop graves, trop solennelles des grands événements<sup>13</sup> ». Ils sont

6. *Naissance de la tragédie*, § 20.

7. *Le crépuscule des idoles*, § 30.

8. *Ibid.*

9. *Par-delà Bien et Mal*, § 242.

10. *Humain trop humain*, II, § 170.

11. *Fragments posthumes*, X, II, novembre 1887-mars 1888, 218.

12. *Ecce homo*, III, § 4.

13. *Humain trop humain*, I, § 194.

là pour distraire, pour détourner l'attention de ceux qui pourraient penser dans le sens voulu par ceux qui dirigent la société. Jadis il s'agissait des princes, désormais il s'agit des partis.

Le processus décrit par Nietzsche corrobore les analyses des spécialistes contemporains de la presse. Nietzsche vécut à une époque charnière pour la presse qui passait d'une presse d'idées à une presse d'informations (Ferenczi, 2003). Les journaux du début du XIX<sup>e</sup> siècle étaient pour l'essentiel des journaux militants financés par les partis politiques et chargés de véhiculer les idées phares du parti support. En Europe, la suppression des taxes sur la presse, entre 1855 et 1861, favorisa dans la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle l'émergence des entreprises de presse modernes (Chalaby, 1998). Ces entreprises de presse s'adressaient à un public considérablement élargi par les progrès de l'instruction, qu'il s'agit de séduire par un discours facile à lire. C'est la naissance de l'information spectacle. En effet, ce ne sont plus les idées politiques mais les informations qui deviennent le produit principal de la presse. Ces informations doivent être nombreuses, sensationnelles et constamment renouvelées pour espérer séduire le public. Le développement des entreprises de presse fut ainsi à l'origine de nouvelles pratiques discursives orientées vers la description des faits. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle s'imposait le style de la pyramide inversée, selon lequel l'essentiel des informations doivent être concentrées dans le paragraphe d'attaque d'un article, dispensant l'homme pressé de sa lecture exhaustive. Le modèle des 5 W (*who, what, when, why, where*) qui invite le journaliste à se concentrer uniquement sur l'auteur d'un événement, ses caractéristiques, sa date, son lieu et ses raisons s'est également imposé au cours de cette période (Esquenazi, 2002).

#### LA PRESSE ET LE RÈGNE DE LA CULTURE MONNAYABLE

La presse favorise ainsi au quotidien une massification des individus qui deviennent incapables de penser par eux-mêmes et s'abreuvent de nouvelles à la fois insignifiantes et analgésiques. Mais elle est également stigmatisée par Nietzsche en ce qu'elle favorise la croyance selon laquelle il est facile d'accéder à la culture grâce à l'argent. En ce sens, elle est à la fois un outil au service de l'émergence de la société de consommation et le symptôme d'une « culture anémiée <sup>14</sup> ».

Dans ses derniers écrits, Nietzsche accorde une place importante aux considérations économiques. Selon Müller-Lauter, la lecture qu'il aurait entreprise de l'œuvre de Herrmann, *Cultur und Natur* (1887), aurait joué un rôle déterminant dans le développement de sa pensée et sa critique de la société de consommation. Le philosophe allemand a une vision négative du libéralisme économique qui conduit au culte du paraître. La presse, notamment la presse scientifique, transforme la science en savoir monnayable et diffuse l'idolâtrie de l'argent roi. C'est pourquoi le journalisme scientifique n'est au fond qu'une « couche de colle visqueuse qui s'est glissée à présent entre les sciences <sup>15</sup> ». Le journaliste scientifique n'apporte aucune réelle valeur ajoutée à l'homme de science. Il vulgarise et, en faisant cela, il déforme. Le journaliste n'est au mieux qu'un intermédiaire et tout intermédiaire « falsifie presque involontairement <sup>16</sup> » ce qu'il retranscrit. Il contribue, à son échelle, à l'entrée dans une nouvelle ère où le grand public deviendra le seul juge des compétences des artisans et des artistes. Ce

14. *Naissance de la tragédie*, § 20.

15. Sur l'avenir de nos établissements d'enseignement [Conférences] : I [16 janvier 1872]

16. *Humain trop Humain*, II, § 282.

mouvement qui anime déjà l'industrie et le commerce n'épargnera aucun domaine, pas même la culture et la science<sup>17</sup>.

Nietzsche ne nie pas l'utilité de l'argent. Mais le problème est que nous avons tendance à en faire un absolu, une fin en soi. Or le culte de l'argent roi entraîne irrémédiablement la substitution du règne de l'apparence au règne de l'esprit. Car le riche, spirituellement pauvre, peut prendre le masque de la culture et de l'art. Il peut acheter ce masque et ainsi donner l'illusion de la richesse intellectuelle. Or selon Nietzsche seul celui qui a de l'esprit devrait avoir de l'argent, « faute de quoi la possession devient un danger public<sup>18</sup> ». En effet, le possédant qui ne sait faire aucun usage du temps libre que pourrait lui donner son argent continue inéluctablement à aspirer à la possession comme la seule chose qu'il sait faire. Cette aspiration à accumuler encore et toujours plus de richesse devient son divertissement préféré, son seul et unique moyen de lutter contre l'ennui<sup>19</sup>.

Mais plus grave, le possédant n'est pas le seul à être subjugué par le pouvoir enivrant de l'argent. Cette fièvre s'étend du riche au pauvre par la magie de la société de consommation. Se diffuse l'idée selon laquelle seul l'argent compte puisqu'il permet non seulement d'accéder au bien-être matériel mais également à une pseudo-culture, à l'apparence de l'esprit. Il en résulte que l'argent est proprement déifié. Une nouvelle religion prend naissance et se répand dans le commerce et l'industrie.

Ce que jadis l'on faisait pour la volonté de Dieu, on le fait maintenant pour la volonté de l'argent, c'est-à-dire à cause de ce qui donne maintenant le sentiment de puissance le plus élevé et la meilleure conscience<sup>20</sup>.

Dans cette nouvelle religion de l'argent, « la question des questions est de savoir qui et combien consomment tel produit<sup>21</sup> ». Les plus démunis ne rêvent plus que d'une seule chose : des derniers objets à la mode dont ils pourraient faire l'acquisition. Le libéralisme promeut ainsi un culte de l'argent partagé par l'immense majorité de ceux qui ne sont pas des esprits libres. Et l'émergence de la culture de masse signifie la mort de la culture authentique.

La culture généralisée se transforme en haine de la vraie culture<sup>22</sup>.

Nietzsche s'oppose à la généralisation et à la marchandisation de la culture car cette généralisation entraîne le conformisme et la dissolution de toute forme de créativité. Les œuvres modernes ne connaissent selon le philosophe allemand aucune originalité. Dès qu'on cherche à aller au-delà de la variété des apparences, on s'aperçoit bien vite d'une désespérante monotonie comme si l'inflation des œuvres d'art allait de pair avec la pauvreté outrancière de leur contenu. Nietzsche préfigure ainsi les errements de l'industrie culturelle qui ne produit d'œuvre que pour le chiffre et privilège la copie (ou le remake) au détriment de l'innovation.

Cette pauvreté intellectuelle de la culture de masse est en fait une pauvreté morale. Car plus personne n'ose être soi-même en affirmant ses propres opinions ou ses propres goûts contre ceux du troupeau.

Tous portent des masques et se déguisent en homme cultivé<sup>23</sup>.

17. *Humain trop humain*, II, Le voyageur et son ombre, § 280.

18. *Humain trop humain*, II, Opinions et sentences mêlées, § 310.

19. *Ibid.*

20. *Aurore*, § 204.

21. *Aurore*, § 175.

22. *La Volonté de puissance*, II, p. 85.

23. *Seconde considération inactuelle*, § 5.

Le verbalisme creux et le vertige des mots clinquants tant aimés des journalistes sont les symptômes de cette maladie morale exhibée dans le langage. Le développement de la culture de masse s'accompagne d'une mise à mort de la philosophie, reléguée au rang de gagne-pain ou d'occupation. Les philosophes sont raillés, méprisés, car la foule a peu d'attrait pour une interrogation qui remettrait en cause les préjugés sur lesquels sont fondées l'économie de marché et notre société de consommation. Il ne faut pas contrer le phénomène de domestication (Zähmung) en cours dans la société libérale démocratique qui tend à la formation d'un animal peureux et maladif, en lequel on a étouffé toute velléité de rébellion. En ce sens le philosophe est l'antithèse du journaliste.

Cette sous-culture du monde et du devenir [...] se concrétise dans l'essence infâme du journaliste, de l'esclave des trois M. : du moment, des opinions et des modes ; et plus un individu s'apparente à cette culture, plus il ressemblera à un journaliste. Or ce que la philosophie a de plus précieux, c'est précisément d'enseigner sans cesse le contraire de tout ce qui est journalistique<sup>24</sup>.

Le journaliste est ainsi esclave de l'argent. Il vend sa plume pour quelques sous et il accepte sans rechigner de contribuer à ce processus de domestication de l'homme moderne. Nietzsche va jusqu'à ranger le genre journalistique sous la rubrique « prostitution de l'esprit<sup>25</sup> ». Selon lui, la presse est par nature malhonnête, en raison de son fonctionnement même. En effet, que risque un journaliste qui présenterait les faits d'une manière orientée ? Chaque journaliste n'est finalement qu'un maillon d'une chaîne qui le dépasse et dans laquelle il se fond, noyant ses responsabilités. Il devient un simple rouage dans le système qui diffuse sans état d'âme de petits mensonges, prompt à favoriser l'abêtissement grégaire.

La puissance de la presse consiste en ce que chaque individu à son service ne se sent que fort peu de liens et d'obligations. Il dit d'ordinaire son opinion, mais enfin il lui arrive aussi de ne pas la dire, pour servir son parti ou la politique de son pays ou ses propres intérêts. L'individu n'a pas de mal à supporter ces petits délits de mauvaise foi ou simplement peut-être de silence malhonnête, mais les conséquences en sont incalculables, parce que ces petits délits se trouvent commis en même temps par beaucoup de gens. Chacun d'eux se dit : « Au prix de ces services si minimes, je vis mieux, j'arrive à joindre les deux bouts ; m'abstenir de ces petits égards, c'est me rendre impossible. »

Tandis qu'à la fin du XIX<sup>e</sup> la presse cesse de plus en plus d'être une presse de parti, Nietzsche ne croit pas une seconde à l'objectivité prétendue des journalistes. Camouflés sous les traits de l'opinion publique, les jugements les plus partiaux et malhonnêtes se parent d'un voile de vertu et d'objectivité d'autant plus trompeur. Cet amour de l'objectivité affichée reflète la maladie de l'Europe moderne.

Quelle parure séductrice ! On possède pour cette maladie les plus beaux vêtements d'apparat et de mensonge ; et par exemple la plupart des choses qu'on expose dans les vitrines en les présentant comme « objectivité », « scientificité », « pur connaître dénué de volonté » ne sont que scepticisme et paralysie de la volonté endimanchés, – je réponds de ce diagnostic de la maladie européenne<sup>26</sup>.

L'éthique de l'objectivité apparaît en Europe à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, elle est progressivement érigée en critère du bon journalisme. Ainsi Yves Guyot, rédacteur en chef du journal *Le Siècle* proclamait :

24. *Fragments posthumes* M XIII 3, printemps-été 1874.

25. *Le Gai savoir*, § 31.

26. *Par-delà Bien et Mal*, § 208.

La presse suivra de plus en plus le progrès de la méthode objective. Elle deviendra un bureau de renseignements et un laboratoire. Les faits d'abord et les opinions ensuite<sup>27</sup>.

Deux conceptions de l'objectivité journalistique s'affrontent. Pour la première, la neutralité du journaliste implique l'obligation de rassembler tous les points de vue possibles sur un événement, ceci afin de laisser au lecteur la possibilité de se forger sa propre opinion. Pour la seconde, l'objectivité du journaliste implique que celui-ci soit capable de se détacher de ses propres convictions, de ses croyances pour ne livrer que des faits bruts. Érigée en dogme, la prétendue objectivité journalistique est pourtant difficile si ce n'est impossible à atteindre. En effet, le journaliste est à la fois le narrateur, l'observateur et l'interprète de la réalité qu'il dépeint. Et ceci même s'il masque très souvent sa présence dans son discours par des marqueurs discursifs ! En outre, pour Cornu (1994), l'objectivité n'est pas une garantie de vérité mais une simple stratégie discursive conçue dans un but strictement économique : accéder au public le plus étendu possible afin de pouvoir augmenter ses parts de marché. La dépolitisation de la presse qui a eu lieu à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle n'est pas synonyme de désidéologisation (Chalaby, 1998, p. 77). Les grands quotidiens sont aujourd'hui marqués par une coloration politique à laquelle le journaliste ne peut pas échapper s'il veut conserver son poste. Faiseur de bons mots, le journaliste n'est finalement aux yeux de Nietzsche que « l'esclave du papier quotidien<sup>28</sup> ».

### CONCLUSION

Le mépris que Nietzsche affiche à l'égard des journalistes s'explique par leur fonction clé dans l'émergence d'une culture de masse qui induit la destruction de l'art authentique. « Jamais dans toute l'histoire il n'y a eu un divorce tel, ni tant d'aversion entre ce qui s'intitule du nom de culture et l'art proprement dit<sup>29</sup>. » La culture de masse n'est qu'un instrument de domestication destiné à apaiser et dompter la nouvelle caste des travailleurs. Elle réduit l'œuvre ou l'objet culturel au rang d'un simple objet de consommation dont la logique sous-jacente est politique : il s'agit de contribuer au maintien de l'ordre établi en façonnant un individu grégaire, avide et incapable de penser par lui-même.

L'analyse que Nietzsche consacre à la presse est sans concession et elle peut choquer les défenseurs de la liberté de la presse et de la culture de masse. Les dictatures ne commencent-elles pas en effet par museler la presse pour mieux asseoir leur pouvoir ? Toutefois la critique nietzschéenne est prophétique en bien des points. Le philosophe allemand anticipe non seulement les dérives de l'industrie culturelle débouchant sur la formation d'une contre-culture. Mais il montre que l'influence de la presse peut être dangereuse, en démontant un processus qui fut dénoncé par Bourdieu un siècle plus tard, en des termes il est vrai plus nuancés. Les tendances et les travers repérés par le philosophe allemand se sont non seulement confirmés mais d'une certaine manière amplifiés avec le développement des nouveaux médias tels qu'internet. La lecture des aphorismes que Nietzsche consacre à la presse nous permet ainsi de relativiser l'association que nous avons l'habitude de former entre liberté des médias et progrès.

27. Cité par Ferenczi (2003), p. 191.

28. R. Wagner à Bayreuth, Considérations inactuelles IV.

29. *La Naissance de la tragédie*, § 20.

## RÉFÉRENCES

- Blondel Éric, (2006), *Nietzsche, le corps et la culture*, Paris, L'Harmattan.
- Bourdieu Pierre, « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 101-102, mars, p. 3-9.
- Chalaby J., (1998), *The invention of journalism*, Mc Millan Press.
- Charles Monique, (2007), *Kierkegaard, Atmosphère d'angoisse et de passion*, Paris, L'Harmattan.
- Cornu, D. (1994), *Journalisme et Vérité. Pour une éthique de l'information*, Labor et Fides.
- Esquenazi J.-P. (2002), *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Ferenczi, T., (2003) « L'éthique des journalistes au XIX<sup>e</sup> siècle », *Le temps des médias*, N° 1, p. 190-199.
- Goetschel Jacques, « Culture et mondialisation : lectures de Nietzsche », *Horizons philosophiques*, vol. 15, N° 2, p. 125-131.
- Mazzoleni Gianpetro, Schultz Winfried (1999), « Mediatization of Politics : A Challenge for Democracy? », *Political Communication*, vol. 16, p. 247-267.
- Morel Georges, (1971), *Nietzsche. Analyse de la maladie*, Paris, Aubier Montaigne.
- Nietzsche F. (1977), *La Naissance de la tragédie*, textes et variantes établis par G. Colli et M. Montinari, Paris, Gallimard, Folio essais.
- Nietzsche F. (1987), *Humain trop humain I*, textes et variantes établis par G. Colli et M. Montinari, Paris, Gallimard, Folio essais.
- Nietzsche F. (1988), *Humain trop humain II, Un livre pour esprits libres*, textes et variantes établis par G. Colli et M. Montinari, Paris, Gallimard.
- Nietzsche F. (1992), *Considérations inactuelles I et II*, textes et variantes établis par G. Colli et M. Montinari, Paris, Gallimard, Folio essais.
- Nietzsche F. (1989), *Le Gai savoir*, textes et variantes établis par G. Colli et M. Montinari, Paris, Gallimard, Folio essais.
- Nietzsche F. (1987), *Par-delà Bien et Mal*, textes et variantes établis par G. Colli et M. Montinari, Paris, Gallimard, Folio essais.
- Nietzsche F. (1985), *Ainsi parlait Zarathoustra*, textes et variantes établis par G. Colli et M. Montinari, Paris, Gallimard, Folio essais.
- Nietzsche F. (1980) *Aurore*, textes et variantes établis par G. Colli et M. Montinari, Paris, Gallimard.
- Padioleau Jean. (1976), « Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques », *Sociologie du travail*, vol. 18, N° 3, p. 265-282.
- Swanson David, Mancini Paolo, dir. (1996), *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport (CN)/Londres, Praeger.