

LE JOURNALISTE

Par Bernard Bujold

LE JOURNALISTE

Par Bernard Bujold



LE JOURNALISTE - Par Bernard Bujold -

Depuis mon adolescence, je me suis toujours identifié comme un journaliste, une personne à la recherche de la vérité. J'aime dire dans une discussion que je sais tout ! Pas dans le domaine scientifique, mais plutôt en ce qui concerne les événements, les situations ou encore le caractère d'une personne ou d'un groupe.

Un bon journaliste est similaire à un bon avocat. Il pose des questions pour confirmer ce qu'il sait ou croit savoir. Il ne pose jamais une question s'il n'a pas une réponse préalable ou une indication de la situation. Un bon journaliste est comme un bon détective. Il suit des pistes et cherche à découvrir des preuves ou à obtenir des aveux. Toute histoire, qu'elle soit racontée par un journaliste, un avocat ou un détective, commence par un questionnement. C'est à partir de ce questionnement et de ses propres intuitions que l'on peut découvrir la véritable vérité. À noter que les bons criminels sont aussi des spécialistes de l'information, et le secret de leur succès, ou leur survie est de tout savoir concernant leur entourage...

Cet ouvrage se veut un regard sur le métier de journaliste, une passion pour moi. Je vais raconter mon propre parcours de journaliste commencé dans les années 1970, et ensuite je vais examiner l'évolution du journalisme contemporain, notamment avec les médias sociaux et l'intelligence artificielle, et je terminerai avec un regard sur l'avenir du journalisme.

L'ouvrage a été écrit pour l'Internet dans un style direct avec une présentation de l'essentiel de l'information. Il existe une grande différence entre le style littéraire et celui du virtuel qui est écrit pour être lu sur un ordinateur, une tablette ou un téléphone

intelligent. J'ai écrit une dizaine de livres dont deux seulement publiés en version papier. Je préfère de beaucoup la formule Internet, car elle est plus précise dans le contenu et la distribution plus ciblée. Elle est aussi plus économique sur le plan de l'environnement.

Un livre papier est fondamentalement une sorte d'œuvre d'art que l'on place sur une table de salon ou dans une bibliothèque. Un livre internet contient de l'information et, selon moi, sert véritablement son rôle d'informateur. Un livre en papier est comme une photographie dans un album, tandis que celui internet est comme une photographie en dossier numérique.

Il faut savoir vivre son époque... Bonne lecture!



Bernard Bujold et sa mascotte Ulysse

PRÉSENTATION

Chapitre 1 - L'art du journalisme
Chapitre 2 - Mes premiers reportages
Chapitre 3 - Le monde des journalistes
Chapitre 4 - Journaliste dans la grande ville
Chapitre 5 - La mort du journal papier
Chapitre 6 - Journaliste politique
Chapitre 7 - Photographe de presse
Chapitre 8 - Les magnats de la presse
Chapitre 9 - La magie de l'Internet
Chapitre 10 - L'objectivité des journalistes
Chapitre 11 - Créer une fausse nouvelle
Chapitre 12 - Les maîtres du monde
Chapitre 13 - L'intelligence artificielle
Chapitre 14 - Le danger d'être journaliste
Conclusion - L'avenir du journalisme

ENTREVUE - Journaliste en l'an 2053...

CHAPITRE 1

L'art du journalisme

Lorsque j'étais adolescent au Québec, dans la Gaspésie rurale, les nouvelles circulaient d'une personne à une autre, de bouche à oreille. Malgré la méthode plutôt simple et limitée, tout le village pouvait se tenir informé et tout le monde « savait tout » concernant la vie de leurs voisins. L'église était l'une des sources de renseignement exclusif à cause des discussions sur le perron d'entrée de l'église. Les gens du village aimaient jaser et échanger les derniers potins, avant et après la célébration religieuse. À cela s'ajoutaient les discours du curé qui devenait le temps d'un sermon le journaliste du village...

C'était une époque sans média ni grands journaux et le seul moyen de s'informer était par la discussion en personne. Cette méthode de l'information par la discussion est universelle et dans les grandes villes, les marchands et les cafés ont longtemps été et sont encore des points de rassemblement communautaire comparables aux églises de mon enfance.

En Gaspésie, durant les années 1960, nous n'avions pas de journaux, sauf celui provenant de la ville de Québec, Le Soleil, que quelques rares gens plus riches et instruits recevaient par la poste. Ma tante, qui était la gouvernante du curé du village, conservait les éditions de l'abonnement reçu au presbytère, qu'elle donnait à mes parents. Nous avions aussi accès à une station de radio CHNC, ainsi qu'une station de télévision CHAU- TV. La radio et la télévision gaspésienne ressemblaient à deux petits médias communautaires tant par leurs moyens que par leur offre de programmation.

Mon père avait constamment la radio allumée et il ne manquait jamais le bulletin de nouvelles du midi et du soir à 18 heures. Il écoutait spécialement les avis de décès, mais il ne regardait pas vraiment la télévision!

Mon inspiration pour le journalisme a débuté dès mon adolescence, à deux endroits précis.

Tout d'abord, à l'église, où j'étais impressionné par les sermons du curé, qui en plus de sa présentation religieuse, donnait toujours une sorte de bulletin des dernières nouvelles de la semaine, qu'elles soient déjà survenues ou à venir dans le village.

Par ailleurs, sur un plan personnel, j'ai été inspiré par ma professeure de 7^e année, une sœur des Ursulines, qui trouvait que j'avais une belle voix en classe et elle me demandait constamment de lire des textes devant les autres élèves. Cela m'avait donné une confiance dans mes capacités d'expression verbale.

À la même époque, j'écoutais un animateur à la radio locale, CHNC de New Carlisle, qui était la vedette de la région. Il animait l'émission du matin. Je me disais que moi aussi je pourrais animer à la radio. Dans mon esprit, le public de la radio était comme une classe d'élèves, mais ce serait beaucoup plus facile à contrôler, car il n'y aurait qu'un seul élève, le microphone à qui je m'adresserais...

Le curé chanoine, auprès de qui ma tante était la gouvernante, croyait plutôt qu'avec mon éloquence verbale, je devrais sérieusement songer à devenir un curé...

Finalement, mon rêve ne s'est pas réalisé, ni pour la radio de New Carlisle ni pour la prêtrise. Quelques années plus tard, en 1974, je suis parti sur la côte Nord-du-Québec à Sept-Îles. On disait que c'était l'endroit pour trouver un emploi bien rémunéré, surtout si on pouvait dénicher une ouverture à la compagnie minière Iron Ores. Je n'ai pas trouvé d'emploi dans les mines de fer, mais j'ai découvert la radio.

En effet, après une journée à la recherche d'un travail auprès des employeurs de Sept-Îles, je me suis arrêté avec mon complice de voyage dans un restaurant pour faire le bilan de nos recherches respectives. C'est alors que j'ai remarqué, assis à une table près de

nous, la présence d'un animateur de la radio locale de Sept-Îles, CKCN (Jean-Philippe Peretti).

Lorsque l'on est jeune, l'on a souvent une audace que l'on perd en vieillissant. J'avais cette audace et je me suis approché de l'animateur pour lui demander s'il avait besoin d'un nouvel annonceur à sa station. Il fut sympathique et il m'invita à aller rencontrer le directeur, dont il me donna les coordonnées. Cette rencontre marqua le début de mon premier emploi dans ma carrière de journaliste. Je deviendrai un lecteur du bulletin de nouvelles pour la radio, durant les fins de semaine...

Le journalisme en région connaissait une belle époque durant les années 70, notamment avec l'apparition de nouvelles stations de radio un peu partout au Québec, ainsi que de nombreux journaux hebdomadaires. L'époque était excitante et nous croyions que tous nos rêves étaient possibles ! J'étais parmi ces enthousiastes et je rêvais à divers projets d'animation en radio, en télévision, dans les journaux et plus encore...

Le journalisme est une profession qui remonte à plusieurs siècles. On pourrait même avancer que le premier reportage fut une bouteille lancée à la mer par des naufragés vikings sur une île déserte, essayant par ce moyen de signaler leur présence et d'envoyer un message d'appel à l'aide. Le journalisme a évolué avec l'histoire de l'écriture, de l'audiovisuel et d'Internet. Les premiers journalistes à l'écrit étaient des scribes qui écrivaient sur des papyrus ou des parchemins pour relater les événements et les faits marquants dès 1200 ans av. J.-C.

Le premier journal imprimé moderne n'est apparu que plus tard en Allemagne en 1605. Par la suite, la presse écrite s'est répandue partout en Europe et aux États-Unis, permettant une diffusion plus rapide des informations.

Le journalisme a connu de nombreux changements au cours des siècles. En particulier, à la fin des années 1800, alors que la presse a connu l'apparition des médias de masse, caractérisée par la publication de journaux pour le grand public. Les médias de masse sont des moyens de diffusion de l'information, de la publicité et de la culture, capables d'atteindre et d'influencer un large public. Cette période a vu l'émergence de grands noms du journalisme tels que William Randolph Hearst et Joseph Pulitzer.

Le début des années 1900 a été marqué par l'invention de radio (1895) et de la télévision (1926), qui ont permis de diffuser des informations de manière plus rapide et plus ciblée. Durant les années 1960, plusieurs journalistes de cette époque ont commencé à devenir des figures publiques importantes et ont été considérés comme des porte-paroles de la société.

Avec l'avènement d'Internet dans les années 1990, le journalisme a connu une autre transformation significative alors que les médias en ligne ont émergé, permettant la diffusion d'informations en temps réel, de manière interactive et à un public mondial. Les réseaux sociaux ont également permis au grand public de devenir des journalistes en leur donnant la possibilité de partager des informations et des opinions en ligne.

Le journalisme Internet a véritablement débuté avec la création de Google qui a été le premier média à rassembler et présenter des résumés d'informations en format virtuelles et diffusées sur internet et accessibles aux personnes possédant un ordinateur.

C'est en 1995 que les 2 fondateurs de Google, Larry Page (alors âgé de 22 ans) et Sergey Brin (21 ans), des étudiants en Informatique à l'Université de Stanford aux États-Unis, se sont rencontrés. Un an plus tard, fraîchement diplômés, ils décidaient ensemble de créer un moteur de recherche pour indexer la recherche universitaire.

Google a officiellement été fondé le 4 septembre 1998 par Page et Brin, et ils ont alors commencé à travailler sur le moteur de recherche Google dans le garage de Susan Wojcicki (qui est maintenant la PDG de YouTube) à Menlo Park, en Californie. Le nom "Google" est dérivé du terme mathématique "googol", qui représente le nombre 1 suivi de 100 zéros. Le nom a été choisi pour représenter la mission de Google, qui était d'organiser l'énorme quantité d'informations disponibles sur le web. Au début, Google était principalement utilisé par des chercheurs et des universitaires, mais il a rapidement gagné en popularité grâce à sa simplicité et à la qualité de ses résultats de recherche.

En 2000, Google a lancé son programme AdWords, qui permettait aux entreprises de placer des annonces sur les pages de résultats de recherche. Cela a permis à Google de générer des revenus importants. En 2004, Google a lancé son introduction en bourse, qui a été un énorme succès. Depuis lors, Google a acquis de nombreuses autres entreprises, notamment YouTube, DoubleClick et Android.

Google est l'une des entreprises les plus puissantes et les plus influentes du monde, avec une capitalisation boursière de plusieurs milliards de dollars et des produits tels que la recherche Google, Google Maps, Gmail, Google Drive et de nombreux autres.

Aujourd'hui, la plupart des médias et le journalisme dans son ensemble s'appuient sur Google et son réseau. Cependant, l'écosystème du monde de l'information continue d'évoluer avec les technologies de l'information et de la communication et les journalistes doivent s'adapter à un monde en constante évolution, où les frontières entre les médias traditionnels et les médias sociaux sont de plus en plus floues. Il faut également prendre en compte l'intelligence artificielle, qui occupera de plus en plus une place centrale dans le monde de l'information.

Sur ce plan, il faut surveiller attentivement Microsoft qui avait perdu son titre de leader dominant le monde des ordinateurs. Voilà qu'il revient avec son nouveau moteur de recherche Bing, lequel menace très sérieusement à la fois Google et Apple avec son moteur Safari.

Considérée comme un géant qui s'était endormi sur ses lauriers, Microsoft a surpris tout le monde en utilisant l'intelligence artificielle, notamment par des investissements dans OpenAI qui lui bénéficie aujourd'hui directement, tant sur le plan technologique que financier.

Pour Microsoft, il est évident qu'avec les capacités d'OpenAI et ChatGPT, dont profite son nouveau moteur de recherche, cela a donné une nouvelle vie pour conquérir des parts de marché et les enlever directement à Google au niveau du moteur de recherche, et à Apple au niveau de ses divers appareils qui deviendront moins attirants comparés à ceux qu'offrira Microsoft.

Le succès de Microsoft avec OpenAI est dû à la fois au hasard et à une vision stratégique. Microsoft a investi dans OpenAI pendant plusieurs années sans savoir s'il s'agirait d'un succès ou d'un échec. C'est la nature de l'innovation ! Cette approche est valable dans tous les secteurs d'activité, même en dehors des médias.

Microsoft ne savait pas ce qui allait arriver, mais ils ont fait en sorte de positionner leur entreprise pour que celle-ci soit prête pour le futur. Que ce soit une entreprise automobile, d'une compagnie d'assurance, d'une banque ou d'un journal, il faut investir dans l'avenir afin d'espérer pouvoir tirer profit des opportunités lorsqu'elles se présentent. Il est possible que l'investissement soit un échec, mais ne pas investir est tout aussi dangereux et risqué.

Plusieurs médias n'ont pas investi dans leur avenir et ils en ont payé le prix par une perte d'audience, voire la disparition de leur auditoire. Nous sommes en 2023, à un nouveau tournant dans l'histoire de l'humanité avec les changements que vivent présentement les diverses industries, et ceci est particulièrement vrai pour les médias sociaux comme Facebook, Instagram, Twitter, Google et les autres ?

L'avenir du journalisme est incertain et les médias qui sont les leaders actuels ne sont aucunement assurés de leur domination dans l'avenir. Et aujourd'hui l'avenir ne se situe plus dans 30 ans, mais souvent dans quelques mois...



Église à Saint-Siméon de Bonaventure - Gaspésie - 1976



Plage à Percé - Gaspésie - Québec



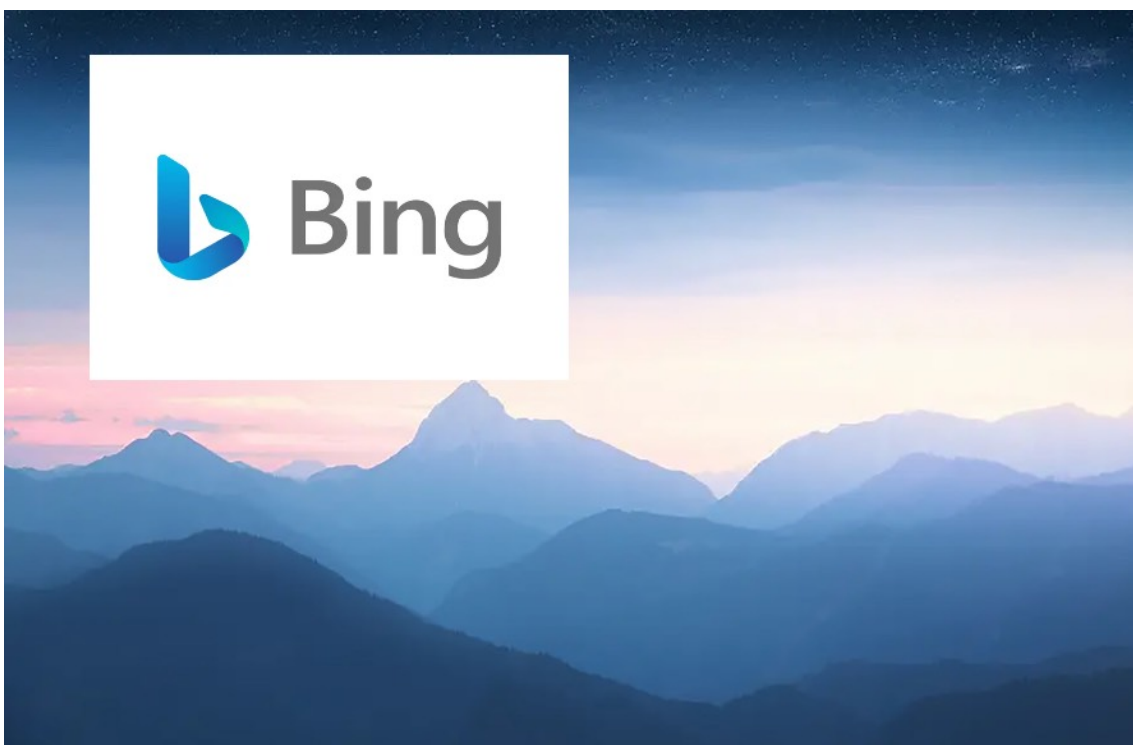
Larry Page et Sergia Brin, Google - 1995



Logo Apple



Moteur de recherche Safari par Apple - 2003



Microsoft et son nouveau moteur de recherche Bing - 2023

CHAPITRE 2

Mes premiers reportages

Mes premiers reportages de journalistes dont j'étais l'auteur ont été diffusés à la télévision de la Gaspésie, CHAU-TV situé à Carleton-sur-Mer au Québec en 1976.

C'est un médecin, Charles Houde qui a fondé la première station de télévision en Gaspésie, CHAU-TV le 17 octobre 1959 et il en demeura propriétaire jusqu'en 1967. Il est décédé en 1979.

Le docteur Houde était l'actionnaire majoritaire avec environ 75% des actions et 10% étaient détenues par un dénommé Léo Hachey, homme d'affaires de Bathurst au Nouveau-Brunswick. Le reste des actions appartenait à un peu plus d'une dizaine d'autres actionnaires, dont le curé de Carleton-sur-Mer.

Ce pourcentage d'actionnariat au clergé sera significatif dans les années 1970 alors qu'un nouveau directeur général nouvellement nommé en poste décida d'éliminer de la programmation l'émission religieuse hebdomadaire animée par l'évêque à la retraite, Mgr Charles-Eugène Roy qui s'occupa longtemps de l'Oratoire du mont Saint-Joseph. Mgr Roy contacta rapidement le nouveau directeur et il lui souligna que sa décision ne pouvait pas être appliquée, car il était un actionnaire de la station. Il avait fourni le terrain au Dr Houde pour construire la station en échange d'un actionnariat minoritaire, mais surtout avec une clause stipulant qu'il aurait droit à une émission hebdomadaire de 30 minutes le dimanche, à vie.

Le bon évêque continua à animer son émission...

Le Dr Houde avait offert le même genre de dédommagement pour la construction de CHNC au curé de New Carlisle, l'Abbé Lionel Boisseau qui a également animé jusqu'à sa mort l'émission radiophonique quotidienne « Méditation religieuse ».

CHAU-TV diffusa sa première émission le 17 octobre 1959 et devient la huitième station d'intérêt privé affiliée à la Société Radio-Canada. Au début, les émissions étaient 85 % francophones et 15 % anglophones. Le projet d'une télévision visait à couvrir deux grandes régions, le sud de la Gaspésie et le nord du Nouveau-Brunswick. CHAU-TV était accessible sur le canal 5 .

Dès ses débuts, la station est affiliée à Radio-Canada. Cependant, les émissions étaient retransmises avec une semaine de retard, car les bobines arrivent par train.

En 1966, CHAU-TV passe aux mains de Claude Pratte et Paul Desmarais, et dans les années 1970, les téléspectateurs ont pu assister à l'arrivée de la couleur et profiter des émissions de TVA et de Radio-Canada, puisque CHAU diffusait une sélection des deux chaînes.

En 1999, CHAU-TV a déménagé ses installations en bas de la montagne, dans le village de Carleton-sur-Mer. En ce qui concerne mon séjour à CHAU-TV, l'emplacement sur la montagne en fut le point saillant. Une station de télévision sur une montagne à une altitude de 1920 pieds (555 mètres) n'est pas une situation fréquente.

J'ai été journaliste à CHAU-TV entre 1976 et 1977 et ces deux années demeurent de beaux souvenirs de vie.

On n'avait aucun moyen technologique pour faire le travail de journaliste, mais on avait beaucoup de plaisir ! Le bulletin de nouvelles était préenregistré en après-midi, vers 15 heures, pour être diffusé en début de soirée à 18 heures. Les reportages étaient illustrés par des

diapositives, en noir et blanc... Pour ajuster ma chaise au pupitre de lecture des nouvelles, on en empilait deux l'une sur l'autre, et pour annoncer la météo, je regardais souvent simplement dehors et improvisais la température du lendemain...

L'aventure aurait pu continuer, mais j'avais des ambitions et la question universelle s'est posée : « Rester en Gaspésie ou quitter vers la grande ville de Québec ? »

Nous étions alors deux jeunes collègues du même âge, avec les mêmes ambitions d'être animateurs à la télévision. Il s'occupait de la publicité et moi des nouvelles. Il y avait un poste disponible pour chacun de nous. Il a choisi de rester et j'ai décidé de partir.

Je me demande souvent ce qu'aurait été ma vie si j'étais resté ? Avec les années, mon collègue est devenu directeur général de la petite station de télévision locale, et il y est encore aujourd'hui.

Quant à moi, contrairement à la légende romantique d'Ulysse dans le poème de l'Odyssée, après mes voyages d'exploration, la vague a oublié de me ramener vers ma terre natale, et cela me rend parfois nostalgique.

J'ai toujours conservé d'excellents souvenirs de cette époque qui marquait également mes débuts en journalisme. Le souvenir le plus marquant demeure celui de découverte que la télévision faisait perdre l'anonymat de ses animateurs, surtout dans une région rurale comme la Gaspésie. Personnellement, je n'appréciais pas cette situation, car j'ai toujours été quelqu'un qui aime l'anonymat.

Je me souviens d'un soir où, en rentrant chez moi en auto, j'ai vu à travers les fenêtres des voisins leur téléviseur qui diffusait mon bulletin de nouvelles enregistré en après-midi.

C'est un sentiment puissant de rejoindre les gens dans leur salon, mais c'est aussi une perte de son identité. On devient un personnage, celui que la télévision a créé, et notre véritable personnalité semble effacée. Notre réalité devient une fiction. Je détestais lorsque j'étais à l'épicerie de mon village et que les gens me reconnaissaient, établissant un lien entre moi et la télévision locale. Je n'aimais pas être la vedette de la communauté...

Être journaliste dans une région rurale nécessite une personnalité chaleureuse, car nos sources d'information sont nos voisins de village. En ville, l'on ne connaît pas celui à qui l'on pose des questions, mais dans une région comme la Gaspésie, tout le monde se connaît.

Le concept de CHAU-TV était d'être présent dans la communauté et de donner la parole aux divers groupes de la région afin de favoriser les ventes publicitaires. Cela se traduisait par des émissions et des entrevues qui ressemblaient davantage à de l'autopromotion, parfois presque des publireportages.

Les bulletins de nouvelles étaient composés de textes de l'agence Presse canadienne reçus sur un appareil télex, auxquelles s'ajoutaient des informations locales provenant d'entrevues communautaires ou des communiqués envoyés par les organisations locales. Les médias en région ne peuvent pas adopter une approche agressive ou sélective comme le font les médias urbains, car la survie serait impossible, tant sur le plan économique que sur celui de la vie en communauté. Il en résultait un contenu communautaire sympathique, mais jamais critique. Le débat n'a pas sa place dans les médias communautaires, du moins ne l'avait pas dans les années 1970-1980 à CHAU-TV de Carleton-sur-Mer !



Bernard Bujold - CHAU-TV - 1976



Bernard Bujold sur écran télé en noir et blanc- 1976 - CHAU-TV



Oratoire Mont-Saint-Joseph sur la montagne à Carleton-sur-Mer - 1976



Carleton-sur-Mer, Gaspésie - 1976

CHAPITRE 3

Le monde des journalistes

Je me souviens très clairement du soir où, en regardant un bulletin de nouvelles de Radio-Canada en 1977, j'ai vu un reporter du nom de Jacques L'archevêque présenter un reportage en direct de l'Assemblée nationale du Québec. C'est à ce moment-là que je me suis dit que je pourrais présenter des reportages en direct du parlement québécois et que ma station de Carleton pourrait en être le diffuseur.

Le journalisme en région n'est pas un journalisme d'envergure mondiale. Pour moi, Québec était une façon de partir à la conquête du monde.

Après discussions avec le directeur de CHAU-TV, je suis parti pour Québec avec une entente pour représenter la station CHAU-TV à titre de membre de la Tribune de la presse de l'Assemblée nationale. À l'époque, j'étais le plus jeune journaliste affecté à l'Assemblée nationale. J'avais vingt ans à peine et j'arrivais fraîchement débarqué de la Gaspésie rurale.

Il y avait de nombreux grands médias à Québec, et comme nous étions au lendemain de l'élection d'un gouvernement nationaliste, j'étais non seulement avec les meilleurs journalistes de la province, mais aussi avec ceux du reste du Canada qui venaient surveiller l'ennemi public numéro un : le Parti québécois...

Officiellement, j'étais accrédité pour représenter la station CHAU-TV de Carleton, mais j'étais également correspondant pour les stations de radio CKRS Jonquière, CHLC Hauterive, et CJMC Sainte-Anne-des-Monts.

Le journalisme parlementaire est un journalisme particulier. Il est difficile d'avoir l'exclusivité de l'information, car la Tribune des journalistes est comme une plaque tournante où les informations sont publiées simultanément pour tous les journalistes.

Les journalistes assistent aux débats parlementaires depuis la naissance du parlementarisme au Québec en 1792, mais ce n'est qu'en 1871 que leur association fut officiellement par les autorités parlementaires. À cette époque, les journalistes couvrant les activités parlementaires à l'Assemblée nationale n'avaient cependant pas de lieu dédié pour travailler.

C'est en 1958 que les journalistes parlementaires se sont regroupés et ont commencé à revendiquer un espace spécifique qui leur serait réservé au sein de l'Assemblée nationale. Leur demande était motivée par la nécessité d'avoir un endroit où ils pourraient travailler efficacement, échanger des informations et être en contact direct avec les politiciens.

La création de la Tribune de la presse parlementaire a été une réponse à ces demandes. Elle a été établie en tant qu'espace dédié aux journalistes parlementaires, offrant des bureaux, des installations de travail et un lieu de rencontre au sein de l'Assemblée nationale.

La Tribune de la presse de l'Assemblée nationale du Québec occupe également un espace parmi les députés, réservé aux journalistes qui couvrent les activités de l'Assemblée nationale du Québec. Cette tribune se trouve dans la salle principale de l'Assemblée nationale, au-dessus des bancs des députés. Cette salle s'appelait autrefois le Salon Bleu, appellation familière en raison de la couleur des murs. Auparavant, cet endroit était appelé familièrement Salon Vert pour la même raison. Le passage du vert au bleu a été réalisé pour améliorer la captation des images destinées à la télédiffusion des débats, inaugurée le 3 octobre 1978.

Le 22 mars 1984, les députés ont décidé que le Salon des débats prendrait désormais officiellement le nom de « Salle de l'Assemblée nationale ». Cette décision visait aussi à souligner le centenaire de la première séance tenue à l'hôtel du Parlement dans des locaux temporaires (27 mars 1884). Les parlementaires siègent dans l'actuel édifice de l'Assemblée nationale depuis le 8 avril 1886. En 1936, Maurice Duplessis utilisait l'expression « Salon de la race » pour désigner cette salle.

Concernant la Tribune de la presse, celle-ci était formée à l'origine de journalistes seulement, alors que la Tribune actuelle en 2023 réunit des chroniqueurs, des réalisateurs, des techniciens et des chercheurs. Ses membres bénéficient de nombreux services de soutien offerts par l'Assemblée nationale à tous les médias.

Longtemps formée exclusivement de journalistes de la presse écrite, la Tribune a accueilli les premiers correspondants d'une station de radio et d'une station de télévision en 1959, quelques mois après le décès de Maurice Duplessis qui était méfiant envers les médias électroniques. Par ailleurs, ce n'est qu'en 1962 que la Tribune, fief masculin depuis ses origines, a ouvert ses rangs à une femme journaliste alors que le journal *Le Devoir* obtenait un laissez-passer temporaire pour Evelyn Dumas. Les débats parlementaires sont télédiffusés à partir de 1978 sur la télévision par câble. La relation entre les députés et les électeurs qui les voient au petit écran s'est alors transformée.

C'est à ce moment-là en 1977 que je suis arrivé à l'Assemblée nationale. On me disait que si j'étais arrivée 10 ou 15 ans auparavant, dans les années 1960, j'aurais peut-être eu accès à des enveloppes brunes de la part de députés lors des conférences de presse. Légende ou réalité, je n'ai jamais reçu d'enveloppes brunes...

Mais une réalité est certaine : sur la colline parlementaire de Québec, je côtoiais les meilleurs journalistes du Québec et du Canada.

La Tribune de la presse compte en 2023 une soixantaine de membres et constitue un lieu important pour les journalistes qui couvrent les activités de l'Assemblée nationale du Québec. En 1977- 78, la Tribune de la presse comptait un total de 70 membres en raison de l'attention suscitée par le Parti Québécois de René Lévesque.

Aujourd'hui, en 2023, la Tribune est équipée de technologies modernes qui permettent aux journalistes de diffuser rapidement les informations qu'ils recueillent. Cependant, en 1977, la technologie commençait tout juste à émerger dans le travail des journalistes en poste à la Tribune. Nous disposions d'un bureau de soutien bien équipé avec tous les outils modernes disponibles à l'époque, mais cela ne signifiait pas que les médias étaient capables de les utiliser. Je me souviens encore de mon échec à collaborer avec un groupe de presse rural à Rimouski, le groupe Bellavance. Le directeur avait accepté de publier mes chroniques, mais il ne savait pas comment les acheminer de Québec jusqu'à Rimouski. Son problème était qu'il n'avait pas de télécopieur (fax) et il devait avoir les textes en main sur place une semaine avant publication. Imaginez en 2023, l'opération serait d'une facilité déconcertante, mais en 1977 j'avais dû me résigner à ne pas collaborer avec les hebdomadaires de Rimouski.

Le point d'intérêt principal dans une assemblée parlementaire est la période des questions sur le parquet de l'Assemblée. La période des questions devient la source des informations qui seront publiées par les divers médias. En résumé, on peut comparer la période des questions à une réunion familiale, mais à une échelle plus grande. Les discussions sont parfois répétitives et dénuées de fondement, mais

elles sont toujours théâtrales, car tous les participants veulent faire valoir leur opinion comme la meilleure. Étant donné que les débats sont publics, ceux-ci deviennent automatiquement des sources d'informations officielles pour les journalistes parlementaires.

L'une des figures dominantes de l'Assemblée nationale durant mon séjour dans les années 1977 était René Lévesque (1922-1987). Le premier ministre Lévesque, même dans ses fonctions de premier ministre, avait conservé les gestes et la façon de parler des gens de la Gaspésie dont il provenait. Il fumait beaucoup, avait peu de cheveux (comme mon père) et était de petite taille, mais d'une politesse extrême.

Lévesque pouvait parler un langage cultivé, mais c'est surtout le côté naturel et chaleureux de ses discours ou de simples discussions entre amis qui étaient attirants. C'est d'ailleurs probablement de là que venait le charisme de René Lévesque et c'est pourquoi il était si habile à évoluer dans une foule. Les gens le remarquaient et l'aimaient.

On peut dire que René Lévesque maîtrisait parfaitement l'art de la communication. Il n'était ni hautain ni timide, mais juste au bon niveau, suffisamment autoritaire et candide à la fois. On pourrait même avancer que son petit air bonasse influençait beaucoup lorsque quelqu'un l'écoutait et devenait convaincu.

René Lévesque sera un journaliste dans l'âme jusqu'à sa mort ! Il avait grandi à New Carlisle dans La Baie-des-Chaleurs et il avait été formé selon la tradition des Jésuites à Gaspé, puis au Collège Saint-Charles-Garnier de Québec. Il abandonna ses études en droit à l'Université Laval en 1943 pour travailler comme annonceur et rédacteur pour la radio. Bilingue, il avait été recruté en 1944 comme agent de liaison puis correspondant de guerre pour l'Armée américaine. Dépêché à Londres, il participa aux campagnes militaires de France, d'Allemagne, d'Autriche et à la libération du camp de concentration de Dachau avec les troupes du général américain Patton.

Après la guerre, il s'installera à Montréal et travaillera comme journaliste pour Radio-Canada International (RCI) puis devient animateur vedette de Radio-Canada, où il anime l'émission Point de mire. Après son implication dans la grève des réalisateurs de Radio-Canada, qui commence en 1958, Point de mire est retirée de l'antenne à l'été 1959. Journaliste vedette, Lévesque quittera Radio-Canada pour devenir, en 1960, un député pour le Parti libéral du Québec et ministre dans le gouvernement Lesage. Il fut l'un des principaux artisans de la Révolution tranquille au sein du Parti libéral du Québec en tant que ministre en pilotant l'achèvement de la nationalisation de l'électricité. Il a toujours été un ardent défenseur de la souveraineté politique du Québec. Plus tard, dans les années 1970, à la tête du Parti québécois, un parti indépendantiste dont il est à l'origine, Lévesque deviendra le Premier ministre de la province de 1976 à 1985.

Lorsque l'on discutait avec Lévesque, c'est toujours le côté du journaliste qui prenait l'avant-plan. Il était curieux et posait constamment des questions. Et lorsqu'il s'exprimait, il savait présenter l'information pour que son auditoire la comprenne. Je peux affirmer que j'ai appris beaucoup sur l'art du journalisme en observant René Lévesque qui, même devenu politicien, agissait encore comme un journaliste.

Lors des conférences de presse, tous les journalistes le respectaient et jamais aucun d'eux n'aurait osé l'affronter ou être arrogant envers lui. Lévesque avait eu pour modèle Walter Cronkite, chef d'antenne de CBS. Son inspiration en journalisme était américaine à 90 %. Il lisait beaucoup Newsweek, le Time, et cela influençait la structure de ses écrits. Lévesque lisait aussi la presse européenne française.

Dans les corridors de l'Assemblée nationale, on racontait que, le soir, alors que celle-ci était fermée pour la nuit, Lévesque réunissait souvent 4 ou 5 journalistes dans son bureau avec qui il adorait jouer aux cartes et prendre un verre. Je n'ai jamais participé à ces parties de cartes, car Lévesque n'aurait jamais osé initier le jeune Gaspésie que j'étais aux vices de l'alcool et du jeu...

On ne pouvait pas ne pas aimer Lévesque. Malheureusement, quelques années après mon départ, à partir de 1980, la relation s'est transformée entre un René Lévesque vieilli et les médias devenus plus refroidis face à l'indépendance du Québec. Lévesque s'était mis à détester les journalistes qu'il qualifiait de paresseux.

Au moment de sa démission après 25 ans à l'Assemblée nationale, le jeudi 20 juin 1985, Lévesque annonça son départ par communiqué et il attendit après les bulletins de nouvelles de fin de soirée à 23 heures pour le publier et narguer ainsi les journalistes...

Lévesque avait été malade, hospitalisé contre sa volonté, il était crevé. Il a démissionné parce qu'il était au pied du mur. Il n'était plus que l'ombre de lui-même. Il était aigri et buvait beaucoup. Mais en 1976, tout le monde adorait René Lévesque et une profonde proximité existait entre le Parti québécois et les journalistes.

Le lien d'admiration des journalistes envers Lévesque disparaîtra après le référendum de 1980. Ce référendum qui a eu lieu le 20 mai 1980 était le premier référendum portant sur le projet de souveraineté du Québec. Le référendum avait été organisé à l'initiative du gouvernement de René Lévesque.

Il s'agit de l'un des événements les plus importants de l'histoire du Québec contemporain. Par le biais du référendum de 1980, le gouvernement québécois cherchait un mandat pour négocier avec le gouvernement fédéral une entente de souveraineté-association. En cas de victoire du « Oui », le résultat des négociations aurait été soumis à un second référendum. La proposition fut cependant défaite, avec 59,56 % de « Non ». Un nouveau référendum sur la souveraineté du Québec aura lieu en 1995, lui aussi défait.

René Lévesque décédera subitement d'une crise cardiaque le 1^{er} novembre 1987 à sa résidence de l'Île-des-Soeurs près de Montréal. Je venais tout juste de débiter comme consultant et je travaillerai à un projet de fondation pour acheter sa maison d'enfance à New-Carlisle en Gaspésie et en faire un musée.

J'ai rassemblé un groupe de ses amis et connaissances pour faire partie du conseil d'administration. J'ai d'abord proposé la présidence à son ami Pierre Péladeau, qui s'est montré intéressé, mais il me suggéra finalement de concentrer mes efforts sur des gens plus proches du monde politique. J'ai alors pensé à celui qui l'avait photographié en 1978, et que je croisais au Château Laurier à Ottawa, [Yousuf Karsh](#). J'admirais Karsh et je me suis dit: faisons d'une pierre deux coups, rendons hommage à René Lévesque et mettons en valeur Karsh.

Yousuf Karsh m'avait reçu à son studio, mais il m'avait immédiatement dit qu'il n'était pas intéressé aux fondations...
Il était photographe!

L'admiration qu'avaient les journalistes envers René Lévesque en 1976 était tout le contraire de leurs sentiments envers l'un des leurs, un journaliste devenu lui aussi politicien, Claude Ryan (1924-2004) ancien éditeur du Devoir de 1964 à 1978.

J'ai pu observer Ryan en conférence de presse et il n'avait rien pour séduire. Un jour, alors qu'il tenait sa première conférence de presse après son élection à la direction du Parti libéral du Québec en 1978, il salua les journalistes. Il était de mauvaise humeur, car plusieurs journalistes avaient critiqué sa vision politique pour le parti libéral dont il était le nouveau chef. S'adressant aux représentants des médias assis devant lui, il précisa qu'il connaissait bien le métier de journaliste ayant dirigé le Devoir et il savait reconnaître un bon journaliste. Il ajouta que malheureusement, il se devait de constater qu'il avait devant lui, au moment de la conférence de presse, un échantillon complet des pires et des plus incompetents journalistes qu'il avait pu voir dans sa vie...

Disons que cela ne faisait rien pour séduire les médias de la Tribune de la presse qui dès ce premier jour ne l'ont jamais aimé.

Ryan dirigea le parti libéral aux élections provinciales de 1981, mais son parti termina avec à peine 3 % derrière le PQ dans le nombre du vote populaire, René Lévesque remporta deux fois plus de sièges. Cette défaite a été largement attribuée au style de campagne de Ryan, qui a été critiqué pour son caractère peu respectueux et démodé pour l'ère de la télévision. Il a notamment refusé de rédiger des extraits sonores pour les journaux télévisés du soir. Après sa défaite, Ryan est remplacé par Robert Bourassa, qui fera un retour victorieux sur la scène politique.

Après la reprise du pouvoir par les libéraux de Bourassa aux élections de 1985, Ryan deviendra l'un des membres importants du gouvernement Bourassa et il occupera le poste de ministre de l'Éducation. Il a également été ministre des Affaires municipales, de la

Sécurité publique et ministre responsable de la Charte de la langue française. Il fera aussi partie par la suite après la retraite de Bourassa du cabinet dirigé par Daniel Johnson.

Claude Ryan fut l'un des journalistes le plus puissant et profondément respecté au Québec et au Canada et on avait cru qu'il ferait un bon chef de parti. On s'était trompé. L'entrée en politique de Claude Ryan ne fut pas seulement un échec politique, mais aussi une perte pour son ancien journal. En effet, suite à son départ de la direction du Devoir, le journal a commencé à devenir moins efficace et connaîtra de sérieuses difficultés financières et il lui faudra des décennies pour s'en remettre.

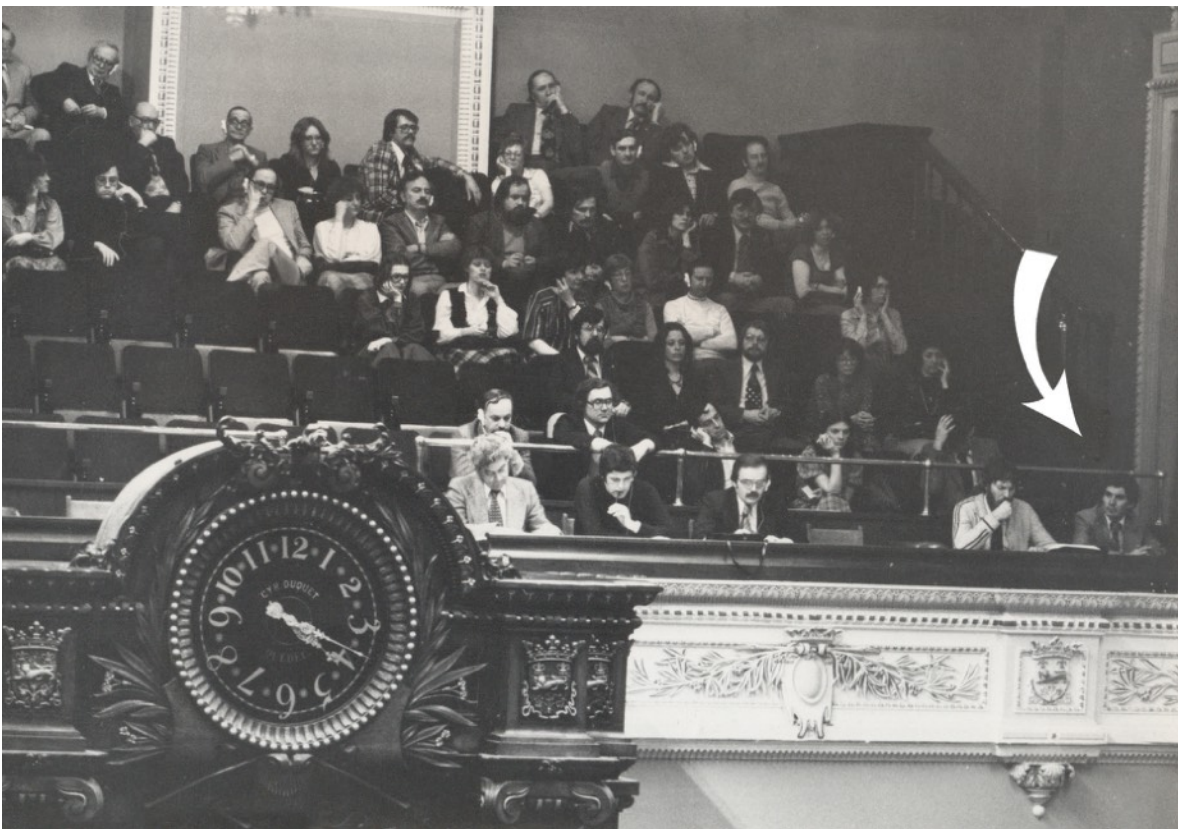
Claude Ryan avait déclaré, lorsqu'il avait quitté le Devoir, que c'était la main de Dieu qui l'avait conseillé d'abandonner le journalisme pour la politique. Dieu avait vraisemblablement fait une erreur de jugement, à moins que ce soit le diable qui avait parlé à Claude Ryan lorsqu'il priait au pied de son lit...

Le journaliste devenu politicien s'est retiré de la vie politique en septembre 1994 et il est décédé en février 2004 à Montréal.

Personnellement, je considère que mon séjour en tant que journaliste à la Tribune de la presse de l'Assemblée nationale du Québec aura été mon véritable début dans le monde du journalisme.

J'étais jeune et j'étais fier de pouvoir côtoyer les meilleurs journalistes de l'époque.

Pour moi, c'était la véritable découverte du monde de l'information !



Bernard Bujold, Assemblée nationale du Québec - 1977



Bureau de Bernard Bujold et le corridor de la Tribune de la presse -1977



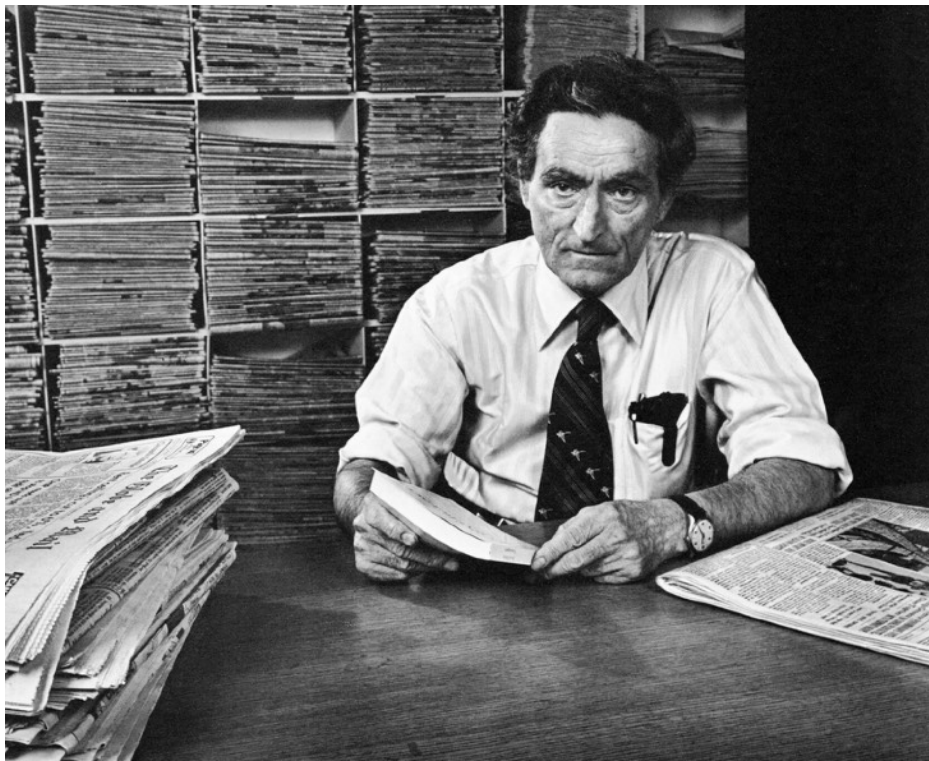
Bernard Bujold devant l'Assemblée nationale du Québec - 1978



Le tableau des journalistes de la Tribune de la presse- 1978



René Lévesque - Photo Yousuf Karsh, 1978



Claude Ryan - Photo Yousuf Karsh, 1977



Yousuf Karsh - photo par George O'Neill - 1980



Assemblée nationale du Québec - 2023

CHAPITRE 4

Journaliste dans la grande ville

Lorsque je fréquentais la classe de la Sœur Ursuline en Gaspésie, celle-ci m'avait confié la responsabilité du journal de la classe. Elle considérait que j'écrivais bien, en plus de bien parler...

Si nous avions vécu en 2023, la bonne sœur m'aurait probablement confié la page Facebook de notre classe !

J'ai toujours aimé les médias communautaires, que ce soit un journal de classe ou un bulletin de village. Même à l'époque où j'étais correspondant parlementaire à Québec, je continuais de collaborer régulièrement avec le journal de mon village d'enfance, une sorte de feuillet paroissiale produit mensuellement par des bénévoles du petit village Saint-Siméon de Bonaventure (Journal municipal Le Goéland).

En 2023, les publications de village ont cédé la place, pour la plupart, aux médias sociaux qui sont plus faciles à gérer pour les bénévoles. On peut en conclure que la plus grande victime des médias sociaux modernes est le bulletin municipal. Alors que les grands médias perdent les budgets de publicité dépensés par les entreprises commerciales, les petits médias régionaux doivent, quant à eux, céder leur place de moyen de communication locale aux médias sociaux.

Le journalisme en région est comme le jour et la nuit comparé au journalisme urbain. Fondamentalement, en raison de ma personnalité, j'ai toujours préféré pratiquer le journalisme urbain dans la grande ville avec son anonymat, mais j'ai toujours profondément admiré le dévouement et l'esprit de communauté des médias en région.

J'aurais pu faire une belle carrière en région si j'étais demeuré journaliste à CHAU-TV, mais j'ai fait le choix de la grande ville.

Être un journaliste dans une ville comme Québec est plus urbain que dans le village de Carleton-sur-Mer, mais même si j'étais entouré des meilleurs journalistes de l'époque alors que j'étais en poste à la Tribune de la presse de l'Assemblée nationale, je rêvais continuellement de me retrouver un jour dans la grande ville de Montréal.

En 1979, Bona Arsenault, ancien député provincial à Québec, auparavant ministre fédéral à Ottawa, et aussi originaire de la Gaspésie, me suggéra de poursuivre ma carrière de journaliste à Radio-Canada. Selon lui, j'avais tout le potentiel voulu pour me joindre un jour au réseau français à Montréal, mais je devais d'abord faire mes classes en région. Selon Arsenault, la région idéale était Moncton, au Nouveau-Brunswick, où il avait des contacts personnels auprès de la direction acadienne de la station régionale de Radio-Canada.

Bona Arsenault a été un grand défenseur de la cause acadienne et il s'est fait grandement remarquer pour ses travaux de recherche dans les archives généalogiques de l'Acadie.

J'ai accepté la proposition de me joindre à Radio-Canada Moncton à titre d'animateur d'émissions sportives à la télévision et à la radio.

J'y ferai la connaissance intéressante de Jean Perron, le premier entraîneur dans la Ligue nationale de hockey à appliquer une méthode d'entraînement physique scientifique au gymnase pour les

joueurs, méthode qui se distinguait de la méthode par l'instinct qui était toujours appliqué par les autres entraîneurs de l'époque. Perron était en poste à l'université de Moncton comme entraîneur des Aigles bleus en 1979. Six ans plus tard, il mènera le Canadien à la coupe Stanley en 1985.

Mon grand risque à Moncton était de passer d'un journalisme politique à un journalisme sportif. J'étais inquiet, mais je me disais que le journalisme est l'art de découvrir et que le sujet n'était pas l'essentiel. Aussi mes premières expériences avec mes chroniques sur le conditionnement physique m'avaient rendu familier et passionné par le sport.

De plus, j'étais convaincu que mon passage à Moncton était la clé ultime pour la grande ville. Mon véritable objectif était de prendre de l'expérience durant un an ou deux, puis d'ouvrir ensuite la porte dans un grand média urbain comme Radio-Canada Montréal. Je rêvais même, dans mes pensées, qu'un jour peut-être, je remplacerais un animateur vedette comme Bernard Derome...

La vie rurale et la vie urbaine au Québec et au Canada sont deux modes de vie très différents, qui sont influencés par de nombreux facteurs, tels que la géographie, la culture, la population et l'économie. On peut aussi conclure que l'isolement des villages ruraux crée une sorte de proximité entre les gens, laquelle n'existe pas dans les villes où les gens vivent en tant que groupe, mais souvent ne connaissent pas leurs voisins.

Le journalisme rural est directement influencé par les différences de vie entre la campagne et la ville. La vie urbaine se caractérise par une densité de population élevée, tandis que la vie rurale est caractérisée par une population plus dispersée. La vie urbaine se déroule dans des

environnements de béton, tels que des gratte-ciel, tandis que la vie rurale se déroule dans de grands espaces. Dans la vie urbaine, les modes de transport tels que les transports publics, les taxis et les voitures sont largement utilisés, tandis que dans la vie rurale, les modes de transport sont plus individuels. La vie urbaine offre aussi souvent plus d'opportunités d'emploi et de salaires plus élevés que la vie rurale, qui se caractérisent souvent par une économie plus faible et une main-d'œuvre plus rare. Enfin, la vie urbaine se caractérise fréquemment par une culture plus cosmopolite et diversifiée, tandis que la vie rurale est plus traditionnelle et conservatrice.

Toutes ces différences déterminent le style de journalisme auquel la population peut avoir accès, en fonction de son lieu de résidence, qu'il s'agisse d'une ville ou d'une région. Ces différences ne sont pas absolues, et il y a des régions qui se trouvent quelque part entre la vie urbaine et la vie rurale, mais il est indéniable que le journalisme rural diffère grandement du journalisme urbain.

Le journaliste qui travaille en région rurale doit obligatoirement avoir en lui un intérêt et une passion envers sa communauté locale, tandis que le journaliste en zone urbaine peut faire preuve d'une curiosité d'envergure plus large et plus universelle. Les journalistes urbains peuvent couvrir des sujets plus ouverts sur le monde tels que la politique internationale, la culture et les arts à un niveau mondial. En revanche, le journaliste en région doit se concentrer sur des événements et des questions plus locales et il est limité dans son travail par des zones géographiques plus restreintes. Le journalisme en région doit également servir d'outil promotionnel pour les événements locaux et communautaires.

Les médias régionaux ont toujours eu comme objectif d'établir des liens avec la communauté, mais en 2023, il est de plus en plus difficile de le faire, car les groupes communautaires préfèrent souvent passer directement par des sites comme Facebook, Instagram ou Twitter pour faire avancer leurs divers projets.

Les médias régionaux sont beaucoup moins polarisés et plus neutres que ceux des grandes villes où la polarisation rejoint une nécessité économique. En effet, pour être rentable dans une grande ville, un média doit avoir des auditoires ciblés, et avec la technologie avancée, il est possible d'évaluer avec précisions l'identité et les goûts des auditeurs ou usagers. Pour s'assurer d'un auditoire le plus vaste et fidèle possible, chaque média urbain vise un segment précis de la population selon l'idéologie. L'on obtient des médias qui sont autant polarisés que la population.

Les journalistes des médias urbains deviennent aussi de plus en plus des artistes du divertissement plutôt que des miroirs de la société et de sa vie comme le sont les médias en région. Les journalistes urbains deviennent rapidement des vedettes, et plus ils sont adulés, plus leur auditoire est vaste et plus ils deviennent essentiels pour leur média respectif.

On peut prendre en exemple les journalistes américains tels Sean Hannity ou Tucker Carlson. Les vedettes des grands médias deviennent partie intégrante du média et le cas de Tucker Carlson est la démonstration de cette situation. Lorsque son média, FOX NEWS, a mis fin à son contrat en mai 2023, immédiatement l'auditoire de sa plage horaire est tombé à quelques centaines de milliers alors qu'avec Carlson l'auditoire atteignait chaque soir plus de 3,2 millions d'auditeurs.

Les Américains ont particulièrement développé le concept de la célébrité, mais avec les médias sociaux, le vedettariat est devenu accessible à tous incluant les gens des régions. L'on peut devenir viral en un instant, que l'on habite la ville ou le village à condition que le sujet traité soit universel. Cependant, contrairement aux vedettes des grands médias, les vedettes internet ont souvent une durée de vie plus courte et plus imprévisible. Dans un grand média, les célébrités sont supportées par un système et un large groupe de collaborateurs, tandis que sur les médias sociaux, c'est un peu chacun pour soi.

En raison de la grande taille des auditoires des médias urbains, ceux-ci peuvent créer une base économique viable, malgré la compétition des médias sociaux. Ce sont les médias en région qui sont le plus touchés par l'essor des médias sociaux. Les médias sociaux ont en quelque sorte remplacé la dimension locale des médias en région.

En 2023, à cause d'Internet et des médias sociaux, et pour des questions de rentabilité économique, le journalisme devient de plus en plus urbain et il y a de moins en moins de journalistes et de médias locaux avec une vocation communautaire capable de s'assurer une viabilité financière.

On peut conclure que le perron de l'église a été remplacé par une page Facebook...



Bernard Bujold - Affiche publicitaire Radio-Canada Moncton - 1979



Bernard Derome - Radio-Canada, - Message de retraite 18 décembre 2008



Radio-Canada - Montréal - 1978



Sean Hannity - Fox News - 2023



Tucker Carlson - Fox News - 2023



Ville de New-York -2023



Ville de Montréal - 2023

CHAPITRE 5

La mort du journal papier

Mon passage à Radio-Canada Moncton devait initialement servir de tremplin à mon entrée sur le territoire montréalais et urbain. Bien que je rêvais de me joindre à Radio-Canada Montréal, j'ai rapidement constaté que ce n'était pas dans les intentions de la direction locale de former des animateurs journalistes pour les envoyer ensuite au siège social du grand centre montréalais. L'on voulait plutôt bâtir une station régionale forte avec des figures acadiennes.

Cette vision régionale n'était pas unique à Moncton et on l'appliquait partout où Radio-Canada avait des stations satellites. Autrefois, les stations en région servaient d'école pour Radio-Canada Montréal, mais ce n'était plus le cas en 1979.

Je remplis mon contrat d'un an à Moncton, et à la fin, j'hésitais à en signer un deuxième en tant qu'animateur sportif. Je m'ennuyais du journalisme politique que j'avais connu à Québec. Je décidai de prendre un peu de temps pour réfléchir à mon avenir et je commencerai à publier des articles dans les journaux quotidiens du Nouveau-Brunswick, en français et en anglais, sur des sujets éloignés du sport, pour me rapprocher de la politique.

En 1980, le Nouveau-Brunswick comptait environ 700 000 habitants et on y retrouvait trois quotidiens anglophones et un quotidien francophone, L'Évangéline, fondée au début du siècle à Moncton.

La direction du journal papier L'Évangéline m'offrit un poste de journaliste à plein temps, responsable des affaires municipales à Moncton. J'aurais préféré un poste à Frédéricton en tant que correspondant de l'Assemblée législative du Nouveau-Brunswick, mais le poste n'était pas disponible.

Au départ, je n'étais pas vraiment convaincu de me plaire dans la presse écrite, car j'aimais les médias électroniques. Dans mon esprit, c'était pratiquement de la magie que d'entrer dans les foyers pour communiquer une nouvelle. Le journal faisait figure de parent pauvre à côté du pouvoir de l'électronique, mais je me suis souvenu de mes anciens collègues de l'Assemblée nationale qui, grâce à leur travail dans l'écrit, réussissaient à influencer l'opinion des lecteurs sur la politique du Québec et du Canada. J'ai donc accepté d'emprunter ce virage et la presse écrite fut une véritable découverte, presque un coup de foudre.

L'Évangéline était en 1982 le seul quotidien francophone publié dans l'est du Canada, à l'extérieur du Québec, dans un milieu à majorité anglophone, et ce, depuis 1887. Il était au départ un hebdomadaire qui était devenu un quotidien en 1949.

Je peux dire que c'est avec l'Évangéline que j'ai vraiment acquis un amour et un engouement pour la presse écrite sur papier. Je n'avais jamais compris auparavant combien un article écrit pouvait susciter autant de réactions et avoir autant d'influence que le petit écran. La télévision est un jeune média qui a une puissance et une influence considérables. On n'a qu'à penser à l'effet CNN et FOX sur le public dès que la chaîne braque ses caméras sur un événement en direct. Transmise selon ce mode, cette information est brute, non traitée et non analysée. Mais une fois que l'on a vu un reportage au bulletin de nouvelles à la télé, si l'on se souvient des grands titres, on en a oublié le contenu le jour suivant. Dans la presse écrite, le reportage écrit reste en archives. On peut conserver un article de journal et s'y référer à n'importe quel moment après sa publication. Il ne disparaîtra pas comme le fait un reportage à la télévision ou à la radio.

Une autre grande différence entre la télévision et les journaux est l'ampleur de la machine technique. En télévision, il faut toute une équipe pour produire un reportage allant du journaliste, son caméraman, le monteur, et en plus il faut avoir planifié la disponibilité pour l'enregistrement, ou la diffusion en direct, avec le sujet du

reportage. Dans un journal, le journaliste est responsable de la rédaction de son texte et l'écriture n'a besoin d'aucun support. À l'époque de l'Évangéline c'était une simple machine à écrire, et aujourd'hui en 2023, il suffit d'un ordinateur portable...

Cette grande facilité de produire un texte écrit rend le journalisme écrit plus agréable et, d'une certaine façon, plus accessible.

Bien sûr, dans les deux cas, il demeure que toute une équipe entoure la publication finale d'un reportage, qu'il soit écrit ou télévisé, mais la production est totalement différente. On peut inclure la radio au journal pour sa facilité de production d'un reportage.

Cependant, cette facilité de conception et de publication n'est en rien comparable au concept moderne des médias virtuels qui ne nécessitent qu'un ordinateur et une ligne internet. En 2023, un seul individu peut produire seul tout un long reportage avec texte et image et le publier en ligne sur tous les médias, que ce soit pour l'écrit, la radio, la télévision ou le virtuel, et le distribuer partout dans le monde.

L'Évangéline avait été lancée le 23 novembre 1887 à Digby, en Nouvelle-Écosse, par Valentin Landry, instituteur, inspecteur d'écoles et journaliste. Le rôle de L'Évangéline était de promouvoir la langue et la culture acadiennes, de défendre les droits de la communauté acadienne et de servir de tribune pour les opinions et les préoccupations de cette communauté. Au fil des ans, le journal avait couvert une grande variété de sujets, tels que la politique, la culture, l'éducation, la religion, le sport et les nouvelles locales.

L'Évangéline a joué un rôle très important dans l'histoire de la communauté acadienne. Il a été l'un des principaux médias qui ont soutenu la lutte pour les droits linguistiques et culturels des Acadiens, notamment lors de l'adoption de la Loi sur les langues officielles du Nouveau-Brunswick en 1969.

Il a longtemps existé un rapprochement idéologique pour la défense des droits des Canadiens français catholiques entre l'Évangéline, Le Droit d'Ottawa et Le Devoir à Montréal. Ce n'était plus le cas en 1982.

En 1982, L'Évangéline possédait ses propres presses et un édifice. Malheureusement, les dirigeants avaient des difficultés à rentabiliser l'opération à moins d'être subventionnés à chaque année à la fois de la part des gouvernements et institutions acadiennes ainsi que des gouvernements étrangers comme celui de la France. Les revenus publicitaires de L'Évangéline avaient baissé de façon importante avec la fermeture de nombreuses entreprises locales, victimes de la récession. Déjà en difficulté financière, le quotidien acadien fut achevé par un conflit de travail. Les négociations entre le syndicat des employés et les patrons ne menaient nulle part, et, au bout de deux semaines, on ferma les portes. Cette fermeture, qui devait être temporaire, fut définitive. C'était une fin crève-cœur et une perte pour le milieu francophone de cette région du pays.

C'est le 27 septembre 1982 que le journal francophone L'Évangéline a fermé ses portes sans préavis. Une centaine de personnes avaient été mises au chômage. Ce journal avait été pendant près de 100 ans la principale source d'information des Acadiens. Lorsque le journal ferma ses portes après 95 ans de publication, sa disparition aussi subite que surprenante fit la manchette des quotidiens anglophones du Nouveau-Brunswick, car c'était un peu l'échec du peuple acadien à maintenir en vie son journal quotidien.

Malgré une aide technique fournie par la France et un nombre d'abonnés en progression qui avait atteint 21 000 en 1982, l'Imprimerie acadienne ltée, editrice de L'Évangéline, avait un déficit de 800 000 \$ et une dette de 600 000 \$ en date du 31 août 1982.

Avec la mort de L'Évangéline, disparaissait également le seul quotidien de langue française au Nouveau-Brunswick. Les Acadiens n'avaient plus de tribune quotidienne dans leur langue et devaient s'en remettre

à la presse écrite anglophone. Il faudra attendre deux ans pour que le nord-est de la province retrouve un quotidien avec L'Acadie Nouvelle et deux ans de plus pour le reste de la province avec l'éphémère journal Le Matin.

Le journal Le Matin ouvrira ses portes à Moncton grâce à des commanditaires et à des subventions des différents paliers de gouvernement, mais il n'a pas pu tenir la route. D'abord relancé sous le nom Le Matin et dirigé par l'Acadien Charles D'Amours, le quotidien n'a pas réussi à prendre son élan financier et c'est finalement un petit quotidien du nord de la province, L'Acadie nouvelle, installé à Caraquet, qui s'est imposé, sans grand financement des gouvernements ou des institutions acadiennes. L'Acadie nouvelle paraît encore aujourd'hui en 2023 en version papier et sur internet.

Lorsque j'étais avec l'Évangéline, j'utilisais régulièrement mes congés pour aller visiter les divers médias de la côte est américaine, notamment à New York, Boston et les environs. J'ai ainsi visité les installations d'une dizaine de journaux, dont The New York Times, et j'ai pu discuter avec l'éditeur du légendaire magazine Harvard Business Review. Je trouvais intéressant de comparer les autres journaux avec l'Évangéline.

Il est probable que si l'Évangéline n'avait pas fermé ses portes, je serais encore en poste à ce journal. J'adorais l'Évangéline et j'adorais la communauté acadienne dont je suis. Malheureusement, les événements en auront décidé autrement...

Après la fermeture du journal, j'ai occupé le poste de directeur des communications pour la Fédération des Caisses populaires acadiennes (un des actionnaires de l'Évangéline) de 1982 à 1984 ; et un séjour avec Brian Mulroney à Ottawa, de 1984 à 1988.

Je reviendrai au monde des journaux, de 1988 à 1991, à titre de consultants et j'ai ainsi réalisé plusieurs analyses de marché dans le secteur de l'édition de journaux papier.

La clé du succès dans un journal est de produire une publication qui plait aux lecteurs. Certains éditeurs publient des journaux pour se faire plaisir en tant qu'éditeur, tandis que d'autres publient en fonction de ce que les lecteurs veulent lire. Ma philosophie en tant que consultant était de rejoindre le public cible et de lui fournir un produit qu'il désire.

Pierre Péladeau a toujours déclaré qu'il ne produisait pas un journal pour se faire plaisir, mais pour faire plaisir à ses lecteurs. J'ai toujours partagé cette philosophie et lorsque j'ai analysé des projets de journaux, je mettais de l'avant ce principe du lecteur avant l'éditeur.

L'un de mes premiers projets a été d'analyser la situation du journal Le Droit à Ottawa et faire la proposition aux propriétaires d'une stratégie d'entreprise visant à occuper de façon solide le marché de la capitale nationale.

Au début de 1988, Le Droit rencontrait d'importants problèmes financiers et il sortait d'une grève. Il connaissait la même problématique que L'Évangéline avait vécue, c'est-à-dire être un journal créé initialement pour défendre le fait français dans sa région plutôt que pour faire des profits. Il fallait toutefois trouver de nouvelles options de restructuration et surtout rendre l'opération financièrement rentable, car le nationalisme linguistique d'autrefois ne supportait plus les institutions...

Le propriétaire du Droit en 1988 était Conrad Black, et il dirigeait ses nombreux journaux selon le principe de rentabilité. Black avait acheté Le Droit et Le Soleil de Jacques Francœur en 1987.

Peter G. White, bras droit et associé de Black, avait rencontré les employés et il leur avait fait part de la nouvelle stratégie d'entreprise, qui était de rationaliser au maximum. La réaction a été plutôt mauvaise, car les sept syndicats ont déclenché en février 1988 une grève qui a duré six mois.

Après le règlement de la grève, j'ai réalisé un plan de restructuration que j'ai présenté à la direction du Droit. Les dirigeants ont aimé mes suggestions, mais ils préféraient un calendrier de réalisation plus long que celui que j'avais proposé. Il était même question de vendre le journal. J'ai donc préparé un second plan, avec la collaboration d'un autre consultant, dans lequel j'analysais les avantages pour un acheteur du journal Le Droit.

Finalement, les dirigeants du Droit ont apporté divers changements de structure à l'entreprise en conservant uniquement la base principale du journal. On a d'abord vendu l'imprimerie commerciale, qui était rentable, mais qui ne s'intégrait pas bien à la mission de l'entreprise, on a ensuite déplacé à Montréal la filiale Novalis, qui publie notamment Prions en Église, on a changé le format du journal pour en faire un tabloïd, et on a aussi déménagé le bureau dans un nouveau local en vendant l'édifice, comme le fit plus tard Le Devoir. Le Droit avait ses propres presses à journaux, mais elles n'étaient pas rentables. La solution était de se faire imprimer en sous-traitance. C'était une solution plus économique et moins lourde financièrement.

Par la suite, j'ai réalisé une analyse de la situation du journal Le Devoir à Montréal, le troisième journal du trio francophone (L'Évangéline, Le Droit et Le Devoir). J'y préconisais là aussi que le journal Le Devoir soit plus actif au sein de la communauté et j'avais proposé, au directeur Benoit Lauzière, que Pierre Péladeau et Quebecor jouent un rôle précis dans la relance. J'avais suggéré d'utiliser leurs efforts de ventes publicitaires pour être plus présent dans la communauté. J'avais contacté Péladeau pour lui demander

ce qu'il en pensait et il était ouvert à l'idée dans son ensemble. J'avais aussi proposé une campagne de financement faisant participer les autres grands quotidiens de la métropole. Malheureusement, rien n'a abouti, sauf que, par la suite, l'édifice du Devoir situé au 211 rue Saint-Sacrement dans le Vieux-Montréal a été vendu, le 16 novembre 1992, à Quebecor...

J'ai réalisé ensuite divers projets pour les communications d'entreprises, mais je suis revenu au territoire du journal Le Droit avec un projet de création d'un nouveau quotidien. J'ai approché Pierre Péladeau, au nom d'un groupe d'actionnaires privés de l'Outaouais, avec un projet qui l'aurait engagé personnellement dans le démarrage d'un troisième quotidien pour Quebecor après Le Journal de Montréal et Le Journal de Québec, soit Le Journal de Hull.

J'ai mené ce projet de front en 1989 avec Louis M. Bergeron, un des premiers journalistes sportifs du Journal de Montréal à voyager avec le Canadien et les Expos. Bergeron avait quitté Le Journal de Montréal peu de temps après l'arrivée de Jacques Beauchamp. Il connaissait bien la région de l'Outaouais, et il avait relancé les trois hebdomadaires du Droit alors que le propriétaire était Jacques Francoeur, personnalité bien connue du monde des journaux. Francoeur avait notamment dirigé l'hebdo Dimanche Matin.

Bergeron et moi, nous avons conçu un plan d'affaires très précis afin que Péladeau y adhère, ainsi que d'autres investisseurs de la région. Pierre Péladeau avait accepté de recevoir notre document et il m'en avait accusé réception verbalement par téléphone. Il m'avait dit qu'il le regarderait avec beaucoup d'attention et que notre projet était manifestement bien préparé.

Quelques jours plus tard, il m'a téléphoné pour me demander des précisions au sujet de certains chiffres. Mais au bout de quelques semaines, il nous a répondu par écrit, dans la négative, contrairement à nos attentes et à nos espoirs. Nous étions convaincus qu'il embarquerait avec le groupe local, et que le nouveau journal aurait ainsi formé un

trio avec ses deux autres quotidiens de Montréal et de Québec : même format, même dynamique de vente, même présentation graphique. Nous voulions aussi installer le quotidien à Hull, du côté du Québec, avec Gatineau comme territoire principal et un plus grand bassin de francophones, le même genre de marché que dans la ville de Québec.

Le Droit aurait bien aimé imiter notre plan d'affaires, mais les syndicats ontariens empêchaient légalement le déménagement d'une entreprise constituée dans leur province.

M. Péladeau était l'homme de la situation selon nous, mais lui n'était pas complètement convaincu qu'il y avait financièrement un marché pour susciter assez de recettes publicitaires. Notons que Le Journal de Montréal distribuait déjà à l'époque quelque 5 000 exemplaires dans l'Outaouais. De plus, en Ontario, les francophones lisaient davantage la presse anglophone. Péladeau avait déjà essuyé de graves échecs sur le marché anglophone, américain à Philadelphie, et plus récemment à Montréal avec The Daily News. Il n'était pas à l'aise avec l'idée de toucher à un nouveau territoire dominé par des lecteurs anglophones.

Bien qu'il n'ait pas financé le projet du nouveau quotidien dans l'Outaouais, Pierre Péladeau avait pu observer ma façon de travailler, et il en avait pris bonne note. Il me dira d'ailleurs plus tard en 1991, m'avoir offert un poste d'adjoint au président à la suite des efforts que j'avais mis dans mon projet de 1989.

Après le projet du quotidien dans l'Outaouais, j'ai participé à une mission économique à Paris, toujours dans le domaine des publications papier, pour la délégation économique de la France à Ottawa. Je devais identifier les joueurs économiques à Paris dans le secteur des journaux et évaluer les possibilités du « minitel » pour les journaux. Je devais tenter d'établir un rapprochement avec des entreprises du Québec.

J'étais convaincu durant les années 1980 et 1990 que les journaux papier étaient une institution intouchable et efficace.

Vraisemblablement, je me trompais !

En 2023, les journaux papier ont été transformés pour la plupart en médias virtuels sur Internet. La fin des journaux papier traditionnels en faveur des versions en ligne a été principalement causée par l'évolution des technologies numériques et des modes de consommation des médias. Les journaux en ligne peuvent offrir plusieurs avantages par rapport aux versions papier, notamment la disponibilité immédiate de l'information, la possibilité de fournir des mises à jour en temps réel, la flexibilité de publier du contenu multimédia (comme des vidéos ou des images), et la possibilité de partager facilement du contenu via les réseaux sociaux.

Cependant, la transition vers les journaux en ligne n'a pas été facile pour les entreprises de presse. Les journaux ont dû s'adapter à une nouvelle économie numérique et trouver des moyens de monétiser leur contenu en ligne. Les revenus publicitaires, qui constituaient une source importante de revenus pour les journaux papier, ont été considérablement réduits à mesure que les annonceurs se sont tournés vers les plateformes en ligne, comme Google et Facebook.

En fin de compte, la fin des journaux papier traditionnels est le résultat de l'évolution rapide des technologies et du comportement des consommateurs en matière de médias. Cependant, cela ne signifie pas la fin de la presse écrite ou des journalistes. Les journalistes continuent de jouer un rôle crucial dans la recherche d'informations précises et fiables, et les journaux en ligne ont offert de nouvelles opportunités pour le journalisme et la diffusion d'informations.

On peut d'ailleurs constater le rôle essentiel de l'Internet pour les médias traditionnels, notamment avec Wikileaks. En effet, sans l'internet, l'information véhiculée par Wikileaks aurait dû être en format papier comme à l'époque du Watergate, et la distribution et l'accès auraient été presque impossibles tellement la quantité de documents était gigantesque dans les divers dossiers dévoilés par Wikileaks.

Rappelons que WikiLeaks est une organisation internationale à but non lucratif, fondée en 2006 par Julian Assange et d'autres militants de la transparence, dans le but de publier des documents confidentiels et des informations sensibles qui étaient souvent des secrets d'État. Le premier grand coup médiatique de WikiLeaks a eu lieu en 2010, lorsqu'ils ont publié une vidéo montrant des soldats américains tuant des civils irakiens depuis un hélicoptère en 2007, ce qui a été appelé la "video Collateral Murder". Cette publication a suscité une grande controverse et a été largement relayée dans les médias du monde entier. Par la suite, WikiLeaks a publié sur internet des milliers de documents et d'informations classifiées, notamment des câbles diplomatiques américains, des dossiers sur la guerre en Afghanistan et en Irak, ainsi que des documents sur les activités de surveillance de l'Agence de sécurité nationale américaine (NSA). Les journaux papier, dont The Guardians, publiaient ensuite sur papier un résumé des informations dévoilées sur internet.

En 2012, Julian Assange a cherché refuge à l'ambassade d'Équateur à Londres, où il a vécu pendant sept ans pour éviter une extradition vers la Suède pour des accusations d'agression sexuelle.

Au final, je m'ennuie de la belle époque de l'odeur du papier et de l'encre noire sur mes doigts et des longs reportages exclusifs... Mais comme je n'aime pas vivre dans les souvenirs, j'en ai rapidement fait mon deuil.

Mon journal papier préféré avait toujours été The Wall Street Journal. Malheureusement avec l'épidémie de COVID, la version papier n'est plus disponible au Canada depuis 2021. Heureusement qu'il y a la version internet et le PDF de la version papier américaine envoyé par courriel quotidien. Ma passion pour le Wall Street Journal peut ainsi continuer de vivre.



Statue Évangéline, Grand-Pré - Nouvelle-Écosse



Édifice quotidien l'Évangéline, Moncton - Nouveau-Brunswick, 1982



Bernard Bujold devant l'édifice de l'Évangéline, 1982

1re ce soir
Page 29
l'évangeline
Le seul quotidien français des Maritimes
33 CENTS
MÉTRO — 50, 100
DIM. 27 SEPTEMBRE 1982

Les citoyens du N.-B. prouvent qu'ils veulent leur propre

BIÈRE
Page 3

14 jours avant le vote

- **Young: électricité moins chère**
- **Hatfield: aide culturelle triplée**

Pages 4 et 5

Coopération culturelle
Conseil acadien: une première
Page 6

Lee ou Ghiz aujourd'hui sur l'île

A propos de Lee ou Ghiz (page 10) et de Lee ou Ghiz (page 11)

MOUVEMENT COOPÉRATIF ACADIEN...

une force économique au service de la communauté acadienne

sommaire

RFO — C'est un parti en marche... L'île entière en mouvement (page 10)

La 100000... L'île entière en mouvement (page 11)

La 100000... L'île entière en mouvement (page 12)

Conseil acadien de coopération culturelle: une première

Le conseil acadien de coopération culturelle a été créé hier à Moncton. C'est une première pour le Nouveau-Brunswick. Le conseil est composé de représentants de divers organismes culturels acadiens. Son mandat est de promouvoir la coopération entre ces organismes et de défendre les intérêts culturels de la communauté acadienne.

Ambulance: déficit à l'hôpital Moncton

Le déficit de l'ambulance de l'hôpital Moncton s'élève à 100 000 \$, selon les données publiées hier. Le déficit est attribué à une augmentation des coûts de fonctionnement et à une diminution des recettes.

Priorités de travail élaborées

Le conseil acadien de coopération culturelle a élaboré une liste de priorités de travail. Ces priorités concernent la promotion de la culture acadienne, la coopération entre les organismes culturels et la défense des intérêts culturels de la communauté acadienne.

l'évangeline

Le seul quotidien français des Maritimes

Conseil acadien de coopération culturelle: une première

l'évangeline

Le seul quotidien français des Maritimes

Conseil acadien de coopération culturelle: une première



L'Acadie Nouvelle - Caraquet - Nouveau-Brunswick



Journaux papier francophones publiés à Montréal - 2017



Édifice THE NEW YORK TIMES - New York - 1982



Salle de lecture HARVARD BUSINESS REVIEW - Boston - 1982



Édifice Le Droit - Ottawa-Ontario, 1989



Siège social Le Journal de Montréal - 4545 rue Frontenac, Montréal, 1991



Bernard Bujold - Paris - France, 1990



Éditions papier THE WALL STREET JOURNAL - 2020



Imprimerie de journal papier, 1996



Julian Assange et Wikileaks, 2014



La mascotte Ulysse et la salle de lecture de Bernard Bujold



Bernard Bujold - Parc Quebecor - Montréal - Québec

CHAPITRE 6

JOURNALISTE POLITIQUE

J'ai rencontré Brian Mulroney pour la première fois, en compagnie de son épouse Mila Mulroney, à l'été 1983, au moment où il venait de remporter la victoire au congrès à la direction du Parti conservateur du Canada. Il briguerait éventuellement les suffrages dans le comté de Central Nova en Nouvelle-Écosse et il obtiendrait le poste de député détenu par Elmer MacKay, le père de Peter McKay.

Brian et moi avons rapidement établi un bon contact personnel. J'aimais son dynamisme et ses idées innovatrices. J'avais pris l'habitude de lui envoyer des coupures de presse et des copies des articles publiés dans diverses publications du Nouveau-Brunswick concernant son parti politique.

Le couple Brian et Mila a définitivement formé un duo en 1984 et j'avancerais, comme plusieurs autres journalistes l'ont fait, que Brian seul n'aurait pas pu remporter l'élection. Mila a joué un rôle de premier plan vis-à-vis les électeurs grâce à sa personnalité sympathique et son image de femme de tête, appuyant un candidat novateur qui promettait le changement.

J'étais présent à Baie-Comeau le soir du 4 septembre 1984 lorsque Brian Mulroney a remporté une victoire électorale historique. Il fit élire 211 députés sur une possibilité de 282. Le nouveau premier ministre Brian Mulroney disposait de la plus imposante majorité jamais enregistrée à la Chambre des communes du Canada. J'étais très heureux de constater le balayage des conservateurs à l'issue de cette campagne électorale, car j'avais été activement impliqué en tant qu'organisateur bénévole dans la péninsule acadienne du Nouveau-Brunswick.

J'avais abandonné le journalisme suite à la fermeture de l'Évangéline et la Fédération des caisses populaires acadiennes m'avait récupéré au sein de leur organisation au niveau de la direction des relations publiques. J'aimais bien le concept des caisses populaires et j'admirais le dynamisme des Acadiens. Toutefois, mes ambitions de la grande ville continuaient de m'habiter et j'étais toujours un journaliste dans l'âme. J'entrevois qu'avec Brian Mulroney élu Premier ministre, je pourrais revenir rejoindre le monde des journalistes, ou du moins les côtoyer en tant qu'attaché de presse.

L'élection de 1984 avait été mémorable partout au Canada et au Nouveau-Brunswick, les conservateurs avaient remporté neuf comtés sur dix dans la province.

C'était l'euphorie à Baie-Comeau. Je me souviens que l'entourage immédiat de M. Mulroney avait prévu une victoire, mais pas de cette envergure. Brian Mulroney avait été le candidat favori devant John Turner et il avait mené sa campagne en disant qu'il voulait rentabiliser la machine gouvernementale fédérale.

Ma participation à la campagne électorale au Nouveau-Brunswick avait suscité de l'attention et on m'invita rapidement à joindre un cabinet ministériel à titre d'adjoint. L'énergie que Mulroney savait transmettre m'avait donné le goût d'œuvrer pour son équipe et la ville d'Ottawa me rapprochait du rythme de vie urbaine.

Il est important de comprendre qu'un parti politique ne pourrait gagner une élection sans une structure de mise en valeur, une sorte de marketing structuré. Ainsi pour son équipe de 1984, Mulroney avait réussi à rassembler les meilleurs vendeurs politiques disponibles au Canada et avec une pensée économique à droite. J'étais de ce groupe.

Par ailleurs, sur le plan marketing, 1984 était une époque où la télévision jouait encore un rôle important. Selon moi, Brian Mulroney remporta son élection lors du débat à Radio-Canada lorsqu'il confronta son adversaire John Turner et lui reprocha d'avoir accepté les nominations politiques effectuées par Pierre Elliott Trudeau avant son départ du poste de premier ministre. Mulroney demanda en direct à Turner de s'excuser auprès du pays pour avoir procédé à « ces horribles nominations ». Turner fut surpris par le commentaire de Mulroney et il répondit qu'il n'avait pas d'autre choix que de maintenir les nominations proposées par Trudeau. La réponse de Mulroney est restée célèbre : « Vous aviez le choix, monsieur. Vous auriez pu dire : "Je ne vais pas le faire. ». Il accusa Turner de ne pas s'être opposé et il lui répéta par deux ou trois fois en anglais : « You had an option. » John Turner répondit à chaque fois « I did not have a choice » (Je n'avais pas le choix!)

Ce moment du débat a complètement confirmé l'élan de la campagne électorale en faveur de Mulroney. C'était souvent le cas lors des campagnes électorales avant l'internet et un mauvais commentaire à la télévision pouvait entièrement détruire un candidat.

L'Internet a complètement changé la façon de mener une campagne électorale et aujourd'hui en 2023, la machine publicitaire fonctionne en temps réel et il est possible d'évaluer minute par minutes où diffuser un message et déterminer avec précision le contenu de chacun de ces messages, lesquels sont ajustés précisément selon l'auditoire cible. Ce n'était vraiment pas le cas en 1984...

Dès son arrivée à Ottawa, Mulroney a compris que les vendeurs ne pourraient pas gérer le pays. Il faut noter que Brian Mulroney a su s'adapter et changer rapidement sa stratégie de gestion. S'il avait promis de changer la gestion à Ottawa et d'appliquer les concepts qu'il avait appris dans l'industrie privée à l'Iron Ore, il a aussi compris que le gouvernement fédéral est une machine que contrôle la haute fonction publique. Les Américains appellent cette haute fonction publique « Deep State » ou État profond en français.

Il s'est donc entouré de deux groupes, le personnel politique qui lui avait fait gagner l'élection et un deuxième groupe de la haute fonction publique. Il a confié la direction des ministères, et de son cabinet de premier ministre, aux deux pouvoirs, le politique (les vendeurs) et la haute fonction publique.

Ce fut probablement ce qui lui a permis de réussir plusieurs de ses projets, mais il n'a jamais pu faire du gouvernement canadien une entreprise privée comme il l'avait promis et comme il l'aurait voulu.

Son cheminement de 1984 ressemble à celui de Donald Trump en 2016, sauf que Donald s'est accroché à son idée de privatisation de l'État envers et contre la haute fonction publique américaine. Cet entêtement lui a valu l'admiration et l'appui de la moitié des Américains, mais l'autre moitié appuyée par la haute machine gouvernementale a provoqué sa défaite de 2020.

Il faudra voir la suite en 2024. À noter que la structure politique des États-Unis est différente de celle du Canada et du Québec et il est possible pour les Américains de devenir un pays dont les règles de gestion se rapprochent de l'entreprise privée et de déloger le « Deep State »...

J'ai rejoint le cabinet du premier ministre à titre d'adjoint aux communications au début de 1985. Mes tâches consistaient surtout à assurer la liaison entre les journalistes de la galerie de la presse et le cabinet du premier ministre. J'accompagnais également Mulroney lors des fameux points de presse à la sortie de son bureau de l'édifice de la Chambre des communes. Je retrouvais à Ottawa plusieurs de mes anciens collègues journalistes de la Tribune parlementaire de Québec maintenant en poste à la Galerie de la presse à Ottawa.

Depuis mes débuts en 1976 à CHAU-TV, et plus tard à l'Assemblée nationale, j'avais découvert le pouvoir de la presse. À Ottawa, je pensais découvrir le pouvoir de la politique.

Je pensais au départ que le pouvoir de la politique était équivalent à celui du pouvoir des affaires. Mais, dans les années qui ont suivi la victoire de 1984, j'ai rapidement été en mesure de constater qu'entre le pouvoir politique et le pouvoir des affaires, notamment avec Quebecor, il y a autant de différences qu'entre le jour et la nuit.

Lorsque l'on est en politique, n'importe qui peut nous approcher et nous faire des reproches au sujet de notre travail et de nos projets. Le politicien doit répondre de façon transparente, c'est son devoir en tant que personnage public, car il est au service de la nation. Dans un certain sens, la vie du politicien devient presque la propriété de l'État. Il lui faut continuellement gérer les échanges avec la communauté et tenter d'obtenir un consensus de groupe. Les décisions personnelles sont très rarement possibles. C'est tout le contraire en affaires où le propriétaire d'une entreprise est pour ainsi dire maître après Dieu !

Brian Mulroney débarquait à Ottawa avec une solide expérience en gestion privée, acquise avec la compagnie minière Iron Ore. Il est arrivé au pouvoir dans le but de privatiser les sociétés d'État. Cependant, il a dû se rendre compte rapidement que ce genre de décision demande beaucoup plus de temps que dans le secteur privé, et que cela implique un nombre incalculable de personnes dans la chaîne de l'administration publique.

Dans une entreprise privée comme Quebecor, si Pierre Péladeau dit à ses vice-présidents que dorénavant, on change de cap, il n'y a personne qui peut le contredire ou s'y opposer, sauf les actionnaires. C'était d'ailleurs mon argument en 1991 lorsque je préparais les stratégies de communication pour M. Péladeau. Je répétais souvent aux hauts dirigeants de Quebecor qui voulaient critiquer les décisions d'entreprise que : « ... les poignées de porte chez Quebecor appartiennent à Pierre Péladeau... »

Le capital et l'actif d'une entreprise privée appartiennent aux propriétaires et aux actionnaires d'une entreprise, tandis que le capital et l'actif de l'État appartiennent aux citoyens.

C'est là une différence majeure que l'on ne doit jamais oublier et ça concerne directement le monde du journalisme.

En effet, dans les relations de presse au niveau politique, les journalistes s'opposent d'emblée et essaient de contredire tout ce qu'on leur affirme. En affaires, le journaliste n'affronte pas le président d'une compagnie de la même façon et, a priori, il accepte les explications que ce dernier lui donne. Le président d'une entreprise privée n'a pas de comptes à rendre, contrairement à un homme public. Le vrai pouvoir est, selon moi, celui du privé. Le pouvoir politique est illusoire et en politique le pouvoir est détenu par les journalistes qui observent les politiciens.

Même en tenant compte de cette différence fondamentale entre le secteur public et le secteur privé, je considère que Pierre Péladeau et Brian Mulroney se ressemblaient énormément quant à leur idéologie et à leur style de gestion. Ces deux hommes croyaient au secteur privé et à l'action. M. Péladeau, je l'ai découvert par la suite, pouvait réagir extrêmement vite à toute situation. Brian Mulroney aussi. Les deux hommes travaillaient avec passion pour leur cause respective, l'un pour Quebecor et l'autre pour le Canada.

Comme avocat, Brian Mulroney avait négocié la première convention collective du Journal de Montréal, à la fin des années 1960, dans un style qu'il conservait encore en 1984. Sa façon d'agir lui avait permis de régler plusieurs conventions collectives. Mulroney n'acceptait pas la défaite. Comme pour Péladeau, il lui fallait gagner.

Mulroney faisait toujours un travail de recherche avant de commencer un dossier. Il voulait tout connaître du projet sur lequel il devait négocier. L'information est la pièce centrale de toute la stratégie de travail, autant pour un avocat que pour un entrepreneur financier. Voilà probablement pourquoi Péladeau appréciait mon talent de tout savoir. Je disais souvent à mon entourage que j'étais pour Pierre Péladeau son journaliste privé...

Brian Mulroney était de l'époque des journaux papier et il en lisait une dizaine chaque jour. Il avait besoin de savoir ce que les journalistes publiaient et il avait confiance dans les journaux papier qui lui apportaient une forme de sécurité de l'esprit.

Il a d'ailleurs déjà déclaré qu'il ne sait pas comment il pourrait faire de la politique aujourd'hui en 2023 avec les médias sociaux.
« Tout est trop rapide et impossible à contrôler, comme autrefois, dans les années 1980. », selon Mulroney.

Au Parlement, à Ottawa, les contacts avec les médias sont gérés comme à Québec par une association des journalistes appelée Tribune de la presse parlementaire. On ne connaît la date exacte à laquelle la Tribune est devenue une association, car l'incendie de l'édifice du Centre, survenu en 1916, a détruit la majeure partie des archives de l'époque. Lors de la reconstruction des édifices du Parlement, la Tribune s'est installée dans l'édifice du Centre en 1920. Surnommés le « Hot Room », ces bureaux comportaient un salon ainsi qu'une salle de travail pour les journalistes et les employés de la Galerie.

Grâce aux pressions exercées par le président de la Chambre des communes et certains députés, les journalistes de la radio et de la télévision ont pu obtenir le statut de membre de la Tribune en 1959. Avec leur arrivée, la Tribune a vu ses rangs grossir rapidement, de quelques dizaines de membres à plusieurs centaines.

Le gouvernement de Lester B. Pearson a alors proposé la location d'espace dans l'ancien édifice de Norlite Insurance, au 150, rue Wellington, pour en faire l'Édifice national de la presse, réservé aux médias. Situé au rez-de-chaussée de l'Édifice, l'Amphithéâtre national de la presse a été inauguré pendant la rénovation du « Hot Room » sur la Colline. Plus tard, on a aménagé la salle Charles-Lynch, au sous-sol de l'édifice du Centre, pour les entrevues et les conférences de presse.

En 2023, la Tribune de la presse à Ottawa compte un total de 314 membres, journalistes et personnel de support de presse.

Lorsque j'étais en poste dans le cabinet de Brian Mulroney, nous gérons les relations de presse par deux moyens, les contacts directs et le téléphone. Notre source d'information était presque exclusivement les journaux papier dont nous recevions une revue de presse chaque matin. Il fallait ensuite réagir aux divers articles. Le rythme de gestion était relativement facile comparé à ce que cela est devenu en 2023 avec l'internet et les médias sociaux.

À l'époque en 1984, l'autorité en matière de nouvelle était les médias papier. Le personnel du cabinet politique bénéficiait d'une douzaine d'heures pour réagir aux médias. Notre réaction devait être publiée avant les nouvelles du soir à la télévision et avant l'heure de tombée pour les éditions papier du lendemain. Les médias papier étaient donc le plus important à alimenter. La télévision était importante, mais comme un diffuseur du message (spin). Les positions officielles prenaient de l'importance lorsqu'elles étaient disponibles sur papier et donc conservés en archives, autant par les politiciens que les citoyens.

Aujourd'hui en 2023, ce sont les médias sociaux qui sont devenus les archives. On fait des sauvegardes d'écran et cela devient comme un dossier papier, mais en version électronique. Imaginez la complexité à gérer les relations de presse en 2023. Le délai de réaction est de quelques minutes pour ne pas dire instantanées. Ajouter à cela l'intelligence artificielle qui fournit la possibilité de créer ses propres

réalités qui peuvent être fausses, et vous avez un monde virtuel dangereux, mais qui est la nouvelle réalité.

En 1984, les fausses nouvelles n'existaient pas vraiment. Si elles existaient, c'étaient des rumeurs politiques dont les journalistes finissaient par démontrer la fausseté.

En 2023, le concept des médias sociaux fait en sorte qu'un mensonge peut devenir une réalité si le discours devient viral. Il est alors impossible de totalement corriger une fausse nouvelle. C'est d'ailleurs l'explication de la polarisation de la société. Les médias sociaux polarisent les opinions et ne laissent aucune place au débat. La réalité est noire ou blanche et il n'y a plus de zones grises ni de place pour la discussion.

Un aspect particulier à Ottawa en 1984 était le rassemblement d'un large groupe d'élus politiques et de personnel politique provenant de partout au Canada. J'étais surpris en 1984 de constater que bien que l'ensemble des 211 élus formait un solide groupe appuyant Mulroney, chacune des provinces avait comme ses clans. Ainsi, le personnel politique provenant du Québec se rassemblait ensemble lors des fêtes; le personnel de l'Ontario dans un autre groupe; les provinces maritimes ensemble et la même chose pour les provinces de l'Ouest et la Colombie-Britannique.

On aurait cru à cinq ou six campus de différentes universités, chacun ayant son propre «alma mater». Chaque groupe avait comme d'une identité à part et chacun des groupes s'identifiait comme ayant une personnalité distincte des autres.

Après mon départ d'Ottawa en 1991, j'ai longtemps fait un rêve dans mon sommeil que j'étais journaliste chroniqueur indépendant à la Galerie de la Presse et que j'avais mon bureau parmi les journalistes, sur la Colline, dans l'édifice du Centre. Je fréquentais ce bureau quotidiennement et il était comme ma deuxième demeure. Je me sentais le maître du monde en tant que journaliste parlementaire à Ottawa. J'ai eu ce rêve récurrent pendant plusieurs années.

Probablement parce que le véritable pouvoir à Ottawa est celui des journalistes et comme membre du personnel politique, je n'ai pu qu'admirer ce pouvoir qui m'était inaccessible entre 1984 et 1991.



Brian et Mila Mulroney - Baie-Comeau- Québec, 4 septembre 1984



John Turner et Brian Mulroney - Débat Radio-Canada, 1984



Brian et Mila Mulroney - Baie-Comeau- Québec, 4 septembre 1984



Bernard Bujold - Ottawa - Septembre 1984



Discours par Brian Mulroney - Baie-Comeau - Québec, 1985



Brian Mulroney - Montréal - Québec, 2008



Parlement canadien, Ottawa - Ontario, 1985

CHAPITRE 7

Photographe de presse

Le journalisme et la photographie sont étroitement liés, et le métier de photographe de presse est essentiel dans le monde de l'information.

L'histoire du métier de photographe de presse remonte aux années 1839 avec l'invention de la photographie. Les premiers photographes de presse étaient souvent des reporters qui utilisaient occasionnellement et de façon exceptionnelle des appareils photo gigantesques en bois et sur trépied pour documenter certains des événements qu'ils couvraient.

Cependant, le véritable essor du métier de photographe de presse a eu lieu dans les années 1900 avec le développement de la photographie et l'invention d'appareil plus transportables. Les photographes de presse ont alors commencé à travailler pour des journaux et des magazines, et leur rôle était de documenter l'actualité à travers des images. Les photographies étaient généralement publiées à côté d'articles de presse pour illustrer les événements qui se déroulaient dans le monde.

Au fil des années, le métier de photographe de presse est devenu de plus en plus spécialisé. Les photographes ont commencé à se concentrer sur des domaines spécifiques, tels que le sport, la politique, la guerre ou encore la mode. Les photographes de presse doivent être prêts à travailler dans des conditions difficiles et à prendre des risques pour capturer des images qui racontent une histoire, qu'il s'agisse de reportages sur des événements d'actualité, des portraits de personnalités publiques, des images de sport, des photos de mode ou encore des images artistiques pour des articles de fond ou des reportages de guerre comme en Ukraine ou des actes de violence.

Les photographes de presse modernes utilisent souvent des équipements sophistiqués, tels que des drones, des caméras d'action, des téléphones intelligents, des stabilisateurs et des logiciels de retouche d'image. Ils doivent également avoir une connaissance approfondie des technologies de diffusion de l'information, car les images qu'ils capturent sont continuellement diffusées instantanément sur les réseaux sociaux et les sites web d'actualités par internet satellite.

Le métier de photographe de presse moderne nécessite par ailleurs des compétences en matière de relation humaine, puisque les photographes doivent fréquemment interagir avec les foules, les collègues journalistes sur place, les rédacteurs en chef de leur média et d'autres professionnels de l'industrie de la presse.

En outre, les photographes de presse modernes doivent faire face à des défis tels que la concurrence banques d'images sur internet et les pressions financières de leur média, les restrictions de voyage par les gouvernements des pays concernés et les problèmes de sécurité, en particulier lorsqu'ils couvrent des événements dangereux ou des zones de conflit.

Personnellement, j'ai toujours considéré que l'on peut mieux présenter un récit si on a les bonnes images qui transmettent la réalité de notre histoire. J'ai photographié des milliers de personnes et d'événements et j'adorais le travail de photographe de presse. J'évalue ma collection de photographies à plus de 100,000 images prises depuis mon adolescence, sur film, diapositives ou en numérique. Ma mère [Anita Cyr](#), photographe amateur, a été mon inspiration. Chaque année, elle photographiait la famille devant la maison avec un appareil KODAK Brownie 620. Parmi les grands photographes du monde qui ont été mes maîtres à penser, mon favori demeure [Yousuf Karsh](#). Je l'ai d'ailleurs rencontré à quelques reprises au Château Laurier où il avait son studio et alors que j'habitais à Ottawa (1984).

Le photographe [Henri-Cartier Bresson](#) m'a également beaucoup influencé.

Au niveau de l'équipement photo, j'ai débuté avec un simple Instamatic Kodak X-15 . Malgré sa simplicité, cet appareil accomplissait des miracles et quelques-unes de mes meilleures photos ont été réalisées avec cet appareil. Par la suite, j'ai découvert le film 35 mm et j'ai longtemps utilisé un Minolta X-700 avant de passer à des boîtiers Nikon comme le F5. J'ai ensuite utilisé des outils plus légers dont le but principal était de profiter pleinement du numérique et des médias sociaux sur l'Internet. Des boîtiers compacts comme les Canons G Powershot.

Mais en 2023, les appareils que je considère les plus efficaces sont des iPhone d'Apple. Il y a bien sûr aussi, les fameux programmes Photoshop et Affinity, et je n'ai jamais eu de scrupules à modifier mes photos, pourvu que les changements aient pour but de rendre la compréhension de l'histoire plus facile, plus précise et plus agréable. J'adore la photographie et pour moi, cette forme d'expression est un moyen de rejoindre et de découvrir l'âme des gens, partout dans le monde!

Mon premier appareil photo était un simple Instamatic qui donnait d'excellents résultats sans avoir à faire des ajustements de l'objectif. Lorsque j'ai débuté à la télévision CHAU-TV, l'on illustre les reportages télé avec des diapositives que le caméraman développait en studio. J'ai dû alors faire la transition au 35mm et je me suis acheté une caméra Mamiya dans la bijouterie du village. J'ai eu beaucoup de tristesse à abandonner mon Instamatic...

Je n'ai jamais vraiment fait de photo de presse pour les journaux papier. Mes photos étaient pour la télévision dans les années 1977 et pour l'Internet à partir de 2005 jusqu'à aujourd'hui.

Dans les années 2005, je ferai beaucoup de photos de reportage, mais pour publication sur Internet dans mon projet LeStudio1.com, une sorte de télévision virtuelle au niveau de l'image.

Je devais au début prendre les photos sur films et imprimer des éditions papier que je transformais en digital avec un « scanner ».

Pour le magazine Internet LeStudio1.com, j'ai photographié plusieurs événements sportifs de calibre international, dont la compétition équestre l'International de Bromont, l'Omnium de tennis du Canada et le Grand Prix F1 du Canada, ainsi que des centaines de personnalités telles Isabelle Adjani, Céline Dion, René Angélil, Gérard Depardieu, Julie Depardieu, Sophia Loren, Rafael Nadal, André Agassi, Maria Sharapova, Arantxa Sánchez Vicario, Serena Williams, Brian Mulroney, Stephen Harper, René Lévesque, et plusieurs autres.

Aujourd'hui en 2023, toutes mes photos sont prises à l'iPhone, mais je m'ennuie grandement de mes appareils photo d'autrefois. Personnellement j'utilise un iPhone Apple, mais les autres marques de téléphones intelligents sont également très performantes, notamment Samsung et Google Pixel.

J'aime dire que si on veut faire « de la photo », il faut utiliser un appareil conventionnel, mais si on veut faire « des photos » et créer des images, il vaut mieux utiliser un téléphone intelligent. Il faut comprendre que faire des images n'est pas une partie de plaisir ou une détente, mais un travail sérieux dont seul le résultat final compte.

Un appareil photo conventionnel est comme une voiture sport manuelle, tandis qu'un téléphone intelligent est comme une voiture électrique. Un téléphone intelligent est en fait un puissant ordinateur que l'on peut tenir dans une main.

Si je conserve un mauvais souvenir de ma carrière de photographe de presse, c'est la lourdeur des appareils à l'époque du film et au début du numérique. Les équipements étaient tellement lourds qu'une fois arrivé à l'événement à photographier, j'étais souvent complètement épuisé physiquement...

Et s'il y a un secret au succès de la photographie de presse, c'est de savoir bien se placer avant l'événement. L'emplacement fait toute la différence entre le succès ou l'échec d'une image média. À ce niveau, le téléphone intelligent est plus discret contrairement à un appareil photo conventionnel et à cause de cette discrétion, il est souvent plus facile de réaliser des photos exclusives alors que si l'on avait utilisé un appareil photo visible, celui-ci aurait effrayé les sujets visés ou dérangé l'événement ciblé.

On peut visionner quelques-unes de mes photographies en téléchargeant l'ouvrage « [**L'ART DE LA PHOTOGRAPHIE**](#) » ouvrage que j'ai publié en juin 2021 en version française et anglaise.



Photographe de presse - 1948



Photographe de presse - 2008



Donald Trump et photographes de presse - Washington - 2018



Kellyanne Conway dans le bureau de Donald Trump - Washington - 2017



Caméras et iPhone utilisés par Bernard Bujold - 1974 à 2023



Bernard Bujold - photographe - 2005



Bernard Bujold - photographe - juillet 2018



Bernard Bujold - photographe - 2023

CHAPITRE 8

Les magnats de la presse

J'ai eu le privilège de partager la vie professionnelle quotidienne de Pierre Péladeau (1922-1998), le fondateur du Journal de Montréal et de l'empire QUEBECOR, durant les sept dernières années de sa vie. Je suis l'auteur de la biographie: « Pierre Péladeau cet inconnu » et j'ai occupé le poste d'adjoint au président fondateur de Quebecor inc. de 1991 à 1998. J'avais entendu parler de Pierre Péladeau dès 1977 par Normand Girard, correspondant du Journal de Montréal à l'Assemblée nationale du Québec alors que j'étais le correspondant de CHAU-TV. En 1991, l'empire Quebecor était en pleine croissance et il avait le vent dans les voiles. Le chiffre d'affaires atteignait alors plus de 2 milliards de dollars.

J'ai vécu avec Pierre Péladeau plusieurs événements uniques, captivants et parfois historiques. Ma principale responsabilité était de m'assurer que l'image publique du magnat de la presse soit à la hauteur du personnage. Je crois avoir connu Péladeau sous plusieurs aspects de sa personnalité qui n'étaient pas toujours visibles à première vue. J'étais avant tout adjoint exécutif, mais je suis devenu peu à peu l'ami et le confident du président fondateur de Quebecor.

Pierre Péladeau a fondé Le Journal de Montréal le 15 juin 1964, pendant la grève de La Presse de Montréal. Il a fallu attendre la création du Journal de Québec en 1967 pour que les gens à l'extérieur de Montréal soient sensibilisés au style des journaux de Pierre Péladeau. Les journaux de Quebecor sont toujours restés une affaire urbaine principalement centralisée à Montréal et à Québec.

Lorsque Pierre Péladeau a fondé le quotidien à Montréal au début des années 1960, il reproduisait ni plus ni moins son hebdomadaire Le Journal de Rosemont avec plus de pages et une place importante pour les artistes. Cependant, l'objectif principal était d'occuper le temps de presse libre de son imprimerie. Un journal quotidien, c'est l'équivalent de cinq hebdomadaires dans une même semaine.

Péladeau avait aussi vu, avec son projet du Journal de Montréal, une occasion d'amener un nouveau joueur publicitaire dans la métropole québécoise et il a misé le tout pour le tout. Mais Le Journal de Montréal a commencé avec l'ambition principale de rentabiliser des équipements d'imprimerie déjà en place pour son hebdomadaire.

Pierre Péladeau a toujours considéré un journal comme un produit simple et qui devait être facile à lire. Il publiait un journal comme s'il avait été assis sur le coin d'une table et qu'il avait parlé aux gens dans leur cuisine. Pour lui, un journal devait tenir compte du lecteur. Péladeau ne voulait pas faire un journal pour se faire plaisir ni un journal qui paraisse bien pour l'élite. Il voulait un journal qui soit attirant pour le lecteur populaire. Le tirage élevé qu'il a réussi à atteindre témoigne de la justesse de son jugement.

Je ne raconterai pas dans cet ouvrage toutes mes aventures avec Pierre Péladeau car tout a été écrit dans [« PIERRE PÉLADEAU CET INCONNU »](#) disponible en téléchargement PDF.

Disons que mes plus beaux souvenirs avec Pierre Péladeau sont les promenades au dessus de Montréal, et un peu partout au Québec, en hélicoptère. Après la mort de Péladeau, j'ai dû revenir sur terre et me promener avec des moyens plus modestes !

Un magnat de la presse peut être défini comme une personne qui possède et exerce un contrôle considérable sur un ou plusieurs médias, tels que des journaux, des magazines, des chaînes de télévision ou des sites Web d'actualités. Ils sont généralement des entrepreneurs ou des investisseurs ayant acquis une influence significative dans le domaine des médias.

Les magnats de la presse sont souvent reconnus pour leur pouvoir économique et leur capacité à façonner l'opinion publique. Leur influence peut provenir de la propriété directe des médias ou de leur participation financière dans des entreprises médiatiques. Ils sont habituellement impliqués dans la prise de décisions éditoriales et stratégiques, ainsi que dans la direction globale de leurs entreprises. Ces individus peuvent exercer une influence considérable sur le contenu médiatique, la couverture des événements et les points de vue exprimés. Leurs intérêts commerciaux et politiques peuvent également influencer les décisions éditoriales, ce qui soulève des questions sur l'indépendance et l'objectivité de l'information diffusée par leurs médias. Il convient de noter que tous les propriétaires de médias ne sont pas nécessairement des magnats de la presse, et que la notion de magnat de la presse peut varier en fonction du contexte et de la portée de l'influence exercée par une personne sur les médias.

J'ai connu plusieurs autres propriétaires de médias, mais j'en retiens quatre, en plus de Pierre Péladeau, soit Robert Maxwell, Conrad Black et Paul Desmarais. Des barons de la presse que j'ai particulièrement appréciés de connaître et qui m'ont inspiré dans mon style de journalisme, même si je n'étais pas un proche, comme ce fut le cas avec Péladeau. J'ajouterai le nom de Rupert Murdoch parmi les magnats qui ont été mes mentors. Malheureusement je n'ai jamais rencontré Murdoch en personne.

-Robert Maxwell (1923-1991) est un propriétaire de médias que je l'ai rencontré à quelques reprises lorsque j'étais avec Quebecor. En particulier, c'est moi qui ai annoncé sa mort subite (par suicide ou assassinat) à Pierre Péladeau le 5 novembre 1991. Péladeau était convaincu qu'il avait été tué par des agents secrets du Mossad (Israël)...

Maxwell se servait des journaux pour financer ses autres activités d'entreprise. Il était comme un joueur au casino qui essaie de balancer ses gains et ses pertes. Maxwell était fondamentalement un acteur et il cachait toujours la réalité de ses activités.

Quebecor a été chanceux, car sa mort subite a fait en sorte que nous avons pu racheter au rabais auprès du syndic de la faillite la participation de Maxwell dans les projets dans lesquels il s'était associé avec Quebecor, dont Maxwell Graphics. Si Maxwell avait continué en affaires, il est probable que Quebecor aurait perdu ses investissements, parce que les factures d'achat de papier par Maxwell étaient impayées et malgré des pressions des comptables de Quebecor, la réponse offerte par Maxwell était que le chèque était en transit dans la poste... (The check is in the mail...).

Robert Maxwell était un personnage gigantesque en terme physique avec ses 6 pieds 4 pouces (1,93 m) et un poids au-delà des 300 livres (159k). Lorsqu'on le saluait, on était surpris de sa taille et de charisme particulier. Maxwell était un être qui pouvait être méchant et méprisant pour ses proches, mais charmeur pour d'autres. Au final, il était un acteur qui voulait contrôler sa scène... Il était le père de Guylaine Maxwell, la compagne de Jeffrey Epstein.

Le livre à lire sur Robert Maxwell est : [« FALL » par John Preston.](#)

-Conrad Black (1944-) a commencé dans les médias en achetant un petit journal local à Sherbrooke qui était en faillite. Il avait confié à Peter G. White les ventes et il s'occupait de la rédaction.

Conrad Black, David Radler et Peter White avaient payé 20,000\$ pour le Sherbrooke Record en 1969. Malgré le fait que le petit quotidien fut installé à Sherbrooke, et avec un lectorat modeste, Black écrivait des analyses internationales sur la politique mondiale et il en envoyait des copies papier aux politiciens américains et ailleurs dans le monde.

Bien sûr, personne à Sherbrooke ne lisait les éditoriaux, mais Black n'écrivait pas pour eux. Il écrivait pour se créer une tribune internationale et pour sa propre notoriété. Le profit financier ne lui importait pas et c'était le prestige et l'autorité qu'il obtenait sur la scène internationale qu'il voulait obtenir. Il faisait un journal pour se faire plaisir et même si son journal n'était qu'un feuilleton d'une petite ville des Cantons de l'Est, il s'en servait comme une carte de visite internationale. C'est une stratégie que beaucoup d'autres journalistes ont utilisée, notamment Anderson Cooper à ses débuts, et moi aussi à quelques occasions. Même si Pierre Péladeau détestait Conrad Black, moi je l'adorais et je continue de l'admirer encore aujourd'hui même s'il n'est plus baron de presse. Je l'ai rencontré à quelques reprises et nous avons souvent échangé par courriel à une époque où il venait de débiter comme chroniqueur pour The National Post, après son retour au Canada.

J'ai toujours aimé le style de Black qui fut à une époque un magnat de la presse de niveau mondial, aussi puissant que Rupert Murdoch. S'il y a une différence entre Black et Péladeau, c'est le but dans la possession de médias. Pour Péladeau, l'objectif était de faire un profit, tandis que pour Black, c'était dans le prestige.

De nombreux ouvrages ont été écrits par, et sur Conrad Black.

Mon livre préféré « [**CONRAD BLACK**](#) » par [**Conrad Black**](#).

Il m'a offert une copie signée de l'édition en français.

-Paul Desmarais (1927 -2013) était un homme d'affaires canadien d'origine franco-qubécoise né à Sudbury, en Ontario. Desmarais était le fondateur du groupe Power Corporation du Canada, une entreprise active surtout dans les secteurs de la finance, mais aussi dans les médias et des communications. En 1951, Desmarais abandonna ses études de droit pour reprendre Sudbury Bus Lines, une entreprise familiale non rentable qu'il acheta pour un dollar et qu'il transforme en une entreprise stable. C'est le début de son illustre carrière dans le monde des affaires. On raconte qu'à l'époque des autobus, il avait emprunté une somme de 10,000\$ auprès de tous les autres entrepreneurs de sa ville, un entrepreneur à la fois. Il empruntait la somme qu'il remboursait au prêteur précédent...

Desmarais était reconnu en fin de vie comme un homme d'affaires puissant et influent au Canada et dans le monde. Il était connu pour sa vision stratégique, sa perspicacité commerciale et sa capacité à bâtir des réseaux. Il avait une grande influence dans le milieu des affaires et entretenait des relations étroites avec des politiciens et des leaders mondiaux. Paul Desmarais considérait Brian Mulroney comme un fils. Desmarais était propriétaire de médias parce que cela l'aidait à mieux savoir ce qui se passait au niveau de la politique canadienne, québécoise et même mondiale, mais il était un financier dans l'âme.

J'ai rencontré Paul Desmarais à quelques reprises et je l'ai même photographié à quatre ou cinq occasions. J'aimais beaucoup Paul Desmarais et lorsqu'il est mort j'ai assisté à ses obsèques à la cathédrale Notre-Dame de Montréal. J'ai été surpris, après la cérémonie, de croiser sur le parvis de l'église nul autre que Conrad Black...

À lire sur Paul Desmarais le livre: [« RISING TO POWER » par Dave Greber.](#)

Rupert Murdoch (1931-) est propriétaire de médias par l'intermédiaire de sa société News Corp. Il est propriétaire de centaines de publications locales, nationales et internationales dans le monde entier, notamment au Royaume-Uni et en Australie. Aux États-Unis, il est propriétaire notamment The Wall Street Journal et The New York Post. Il est également éditeur de livres avec Harper Collins. Il est aussi propriétaire de FOX NEWS. J'ai toujours aimé le style frondeur de Murdoch.

Pierre Péladeau m'avait confié un jour qu'il se considérait du style d'un Rupert Murdoch en ce qui concerne la gestion des médias. Pour Péladeau, comme pour Murdoch, un média est une entreprise à profit et celle-ci doit être rentable.

Je me souviens encore du jour où Murdoch avait fait l'acquisition du Wall Street Journal. C'était le 1 août 2007 et il avait payé la somme de 5 milliards\$ US.

Murdoch n'a cependant pas toujours connu le succès dans ses projets. Il avait acheté MySpace qui fut sous sa gouverne un échec. News Corporation l'avait payé 580 millions\$ US en juillet 2005, et il vendra l'entreprise au rabais pour 30 millions\$ US le 29 juin 2011...

Il y a plusieurs livres à lire sur Rupert Murdoch dont mon préféré : [« MURDOCH » par William Shawcross](#)



Pierre Péladeau Quebecor - 1991



Bernard Bujold - Bureau Quebecor - 1991



Pierre Péladeau - Quebecor - 1996



Pierre Péladeau, Bernard Bujold et Lucien Bouchard - juillet 1996



Siège social de Quebecor - 1996



Pierre Péladeau et Bernard Bujold - Quebecor - 1996



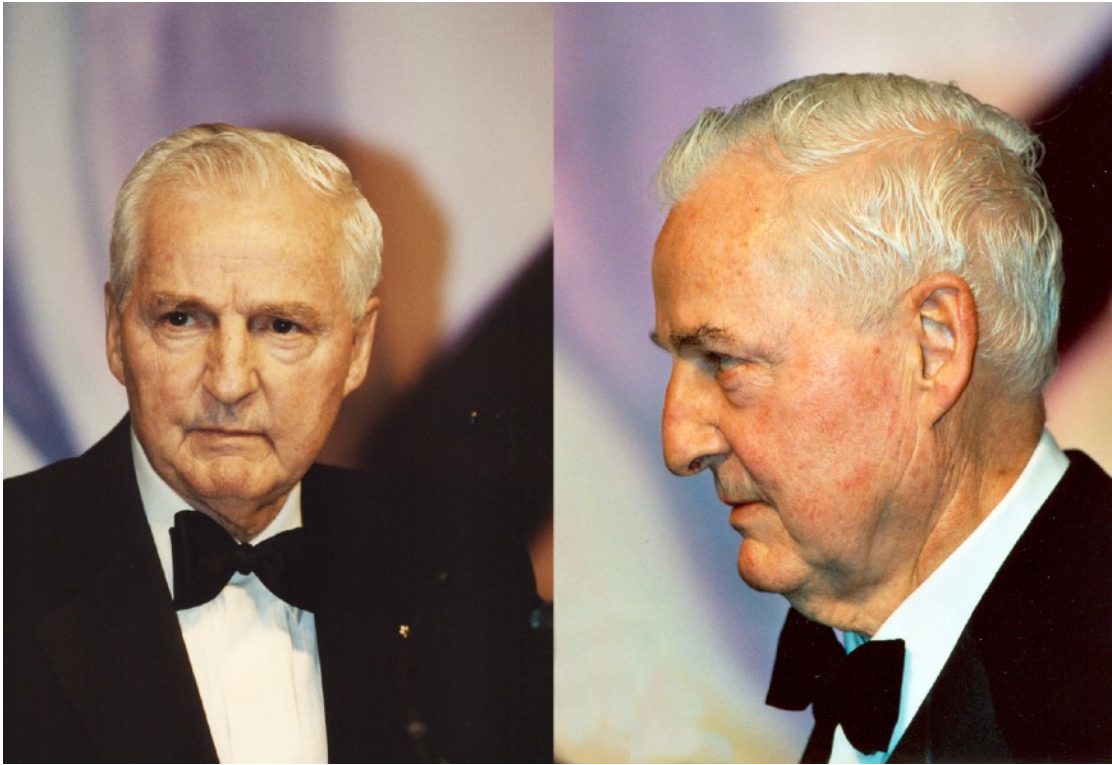
Robert Bourassa, Robert Maxwell et Charles Albert Poissant - 1991



Robert Maxwell 1991



Conrad Black - 2014



Paul Desmarais - Cérémonie dernier hommage - 3 décembre 2013

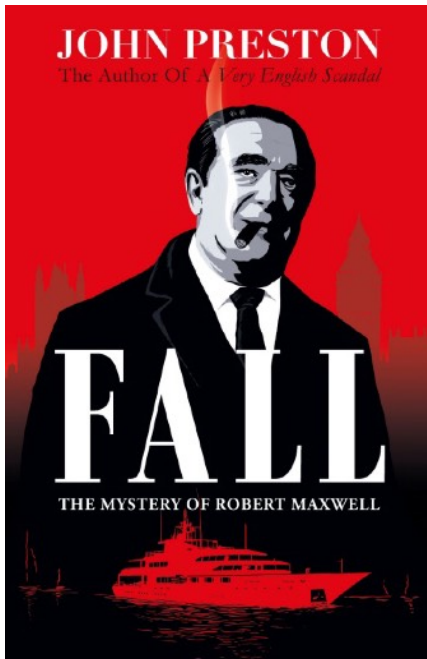


Rupert Murdoch - 2018

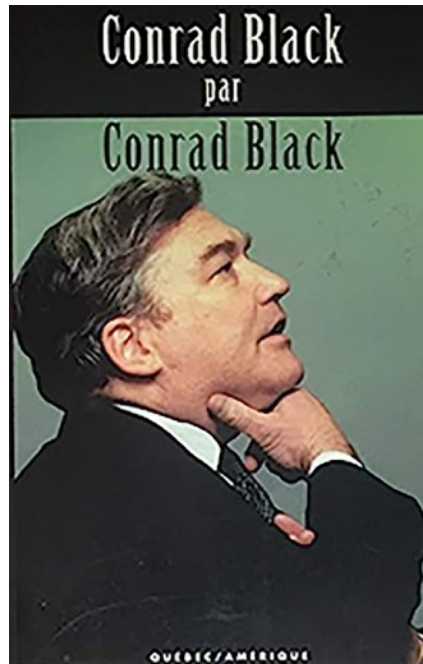


Journaux du groupe de Rupert Murdoch - News Corporation

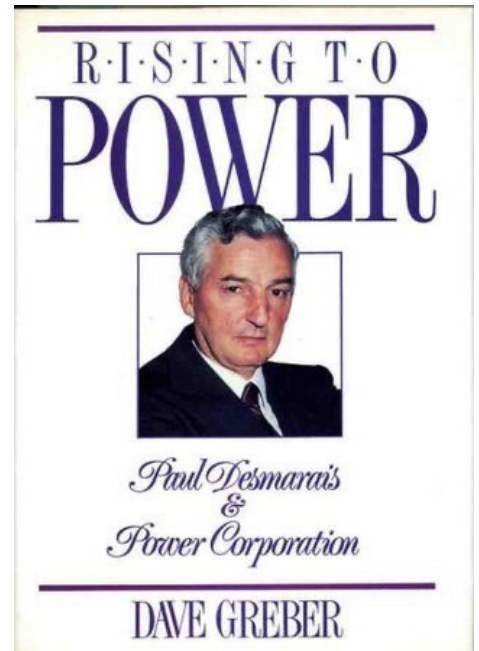
BIOGRAPHIES DES MAGNATS DE PRESSE



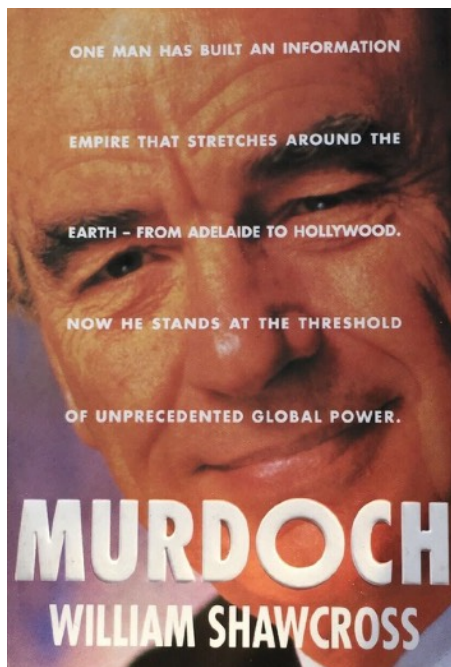
ROBERT MAXWELL - 2021



CONRAD BLACK - 1994



PAUL DESMARAIS- 1987



RUPERT MURDOCH - 1993



PIERRE PÉLADEAU - 2004



Bernard Bujold et hélicoptère de Quebecor - 1995



CHAPITRE 9

La magie de l'Internet.

Ma passion pour l'Internet et l'ordinateur a débuté au début des années 2000. Le concept de pouvoir rejoindre les gens à distance avec l'ordinateur a été l'inspiration pour créer le site d'information LeStudio1.com en mars 2005.

Mon projet consistait à envoyer un bulletin hebdomadaire à des abonnés par un courriel personnel. C'est la stratégie utilisée aujourd'hui par tous les médias et les marchands en 2023, mais en 2005 rien de tout cela n'existait et les entreprises média découvraient les possibilités de l'internet qui n'était d'ailleurs pas développé sur le plan technologique.

Pour démarrer mon projet en 2005, j'avais besoin d'une base de données pour constituer le public cible. J'avais bâti cette base à partir du concept de la gratuité de Facebook et Google. Les usagers Internet étaient très peu familiarisés avec le virtuel et il était difficile de les convaincre de payer pour un abonnement à un produit dont la formule émergeait. J'avais donc bâti une première base à partir des courriels que je recevais. À l'époque, les gens avaient pris l'habitude, par manque de connaissance technologique ou volontairement, d'envoyer leurs courriels à toute leur liste de contacts et ils affichaient chacun des destinataires dans le libellé public. Je m'étais construit avec ce système une première base de quelques centaines d'adresses. Par la suite, en offrant l'abonnement gratuit et en sollicitant l'inscription auprès des usagers, j'avais atteint plus de 70,000 courriels à qui j'envoyais mon bulletin d'information à chaque semaine.

Ben Weider, Isabelle Adjani et Richard Branson de Virgin sont trois personnages reliés au développement du magazine LeStudio1.com.

D'une part, je m'étais lié d'amitié, après la mort de Pierre Péladeau en décembre 1998, avec Ben Weider (1923-2008). J'avais découvert l'existence de Weider dès mon adolescence par ses magazines sur l'entraînement physique et ce fut le commencement de ma passion pour le gymnase. Ben Weider et son frère Joe sont les deux responsables de l'immigration aux États-Unis d'Arnold Schwarzenegger. Les deux frères avaient bâti un empire, notamment dans le magazine sportif. Ce succès gigantesque du monde de l'édition m'a toujours impressionné et il m'a inspiré dans la création de mon concept de magazine internet. Ben et moi avons souvent discuté de stratégies d'affaire et j'ai collaboré avec lui sur quelques projets.

Par ailleurs, j'avais eu l'opportunité de photographier l'actrice Isabelle Adjani lors du Festival des Films du Monde de Montréal en août 2004. Isabelle Adjani avait apprécié mes photos et elle en avait publié une dizaine sur son site internet. Cette idée de pouvoir communiquer virtuellement sur Internet m'a inspiré dans l'élaboration d'un site média qui serait virtuel.

Enfin, j'admirais beaucoup Richard Branson et il était venu à Montréal pour faire la promotion de sa compagnie de téléphonie sans fil Virgin Mobile. J'avais déjà commencé mon projet, mais je recherchais un investisseur d'envergure et j'ai développé un plan d'affaires plus détaillé pour lui en faire une présentation officielle. Ma présentation n'a pas été acceptée et j'ai dû me résigner à continuer le projet de magazine LeStudio1.com sans investisseur majeur.

Richard Branson lancera éventuellement sa propre version d'un magazine Internet, mais disponible exclusivement sur l'iPad d'Apple, PROJECT, lequel était influencé par le modèle du magazine internet THE DAILY que se préparait à lancer Rupert Murdoch. THE DAILY fut

lancé le 19 janvier 2011, mais cessera ses activités le 3 décembre 2012 par manque d'abonnés payants. Quant au magazine de Branson, il devancera Murdoch par son lancement spectaculaire à New York le 30 novembre 2010, mais il cessera ses activités après un seul numéro...

L'idée de mon projet était qu'une fois lancé, je pourrais m'associer avec un grand groupe de presse soit au Canada ou en France. Le premier bulletin avait été envoyé le 14 mars 2005 et l'aventure se poursuivra jusqu'au 4 janvier 2010. L'utilisation du courriel électronique était essentielle pour familiariser le public avec le magazine, mais avec l'évolution Internet entre 2005 et 2010, le courriel est devenu une méthode moins efficace qu'au début du projet.

Malheureusement, ma recherche de partenariat financier n'a pas porté ses fruits, ni en langue française au Québec et France, pas plus qu'en langue anglaise aux États-Unis. Plusieurs petits groupes de médias locaux proposaient d'utiliser ma liste d'inscriptions (70,000 adresses e-mail) pour un rôle publicitaire, mais aucune participation financière comme actionnaire n'était offerte pour le développement à long terme du véhicule Internet qu'était le projet LeStudio1.com. Je refusais de louer ma liste d'abonnés et je voulais absolument un ou des partenaires permanents.

Le premier numéro du magazine LeStudio1.com (en français) avait été adressé, le 14 mars 2005, à environ 300 personnes. Le dernier numéro, le 4 janvier 2010, a été envoyé à plus de 70,000 adresses courriel dans le monde, en particulier au Québec et en France.

Le maintien du magazine s'est poursuivi par la suite au-delà de 2010, mais autour d'une plate-forme d'hébergement. LeStudio1.com a ainsi transformé sa présence du mode actif à un mode passif sur des sites comme Facebook, MySpace, LinkedIn et les blogues WordPress et Google.

À noter qu'en 2023, l'usage du courriel est redevenu un outil essentiel pour les médias et les marchands. Même Google et Facebook communiquent avec des messages courriel personnalisés...

Le projet LeStudio1.com était une aventure. Certaines aventures comme celle de Facebook se transforment en un empire tandis que pour d'autres, c'est un résultat plus modeste...

Après 2010, tous les grands médias ont commencé à s'établir sur internet. Au début, les concepts étaient assez simples et consistaient en des sites internet mis à jour plusieurs fois par jour. Aujourd'hui, en 2023, les grands médias développent des outils de communication plus performants et s'associent avec les groupes comme Google, Facebook, Microsoft et les autres pour cibler leur public et exploiter de façon lucrative leurs contenus. C'est cependant une guerre à finir entre les grands médias traditionnels et les sites comme Google et Facebook. Le débat repose sur le partage des revenus publicitaires. Les gouvernements commencent à vouloir imposer des règles qui forceraient Google et Facebook à payer les médias locaux pour l'usage de l'information produite par les journalistes, mais les deux grandes firmes menacent de ne plus diffuser les médias traditionnels. Il faudra voir la suite, mais c'est une guerre qui sera difficile à gagner pour les médias traditionnels, car la technologie évolue trop rapidement. Même Google et Facebook sont menacés de survie par l'intelligence artificielle, alors imaginez un petit média face à la nouvelle économie...

En 2005, tous les sites des médias étaient gratuits, mais vers 2010, on a commencé à établir des tarifs pour consulter les sites, des murs d'accès payant (firewall). L'internet n'était pas rentable sur le plan

publicitaire pour un média local et les grands médias ont voulu miser sur un accès payant à leur contenu. En fait, cela était un prolongement de leur abonnement pour l'édition papier qui existait déjà.

Les grands médias financiers ont été les premiers à établir des murs payants. Ainsi Le Wall Street Journal a introduit un modèle d'abonnement payant pour son site web en 1997. Le New York Times, un média grand public, n'a introduit son modèle d'abonnement payant pour son site web qu'en 2011 et à partir de cette date, l'accès à certains articles et contenus du New York Times en ligne nécessitait un abonnement payant alors qu'auparavant le site internet était gratuit.

Quel est l'avenir des murs payant ?

Jusqu'à tout récemment, les tarifs d'abonnement étaient substantiels et pouvaient atteindre une trentaine de dollars par mois. Mais depuis 2020, on assiste à des offres promotionnelles d'une dizaine de dollars par an. Les grands de l'internet comme Google, Facebook et les autres ont habitué les usagers grand public à la gratuité. Il devient donc difficile, voir impossible, de demander un abonnement payant quand il est possible d'avoir accès au produit ailleurs sans avoir à payer.

C'est le dilemme de l'Internet : gratuit ou payant ?

Payer un abonnement à un média plutôt que de consulter gratuitement les informations sur Google ou Facebook présente certains avantages, mais la technologie vient de jour en jour diminuer cette différence. Les médias qui proposent des abonnements ont généralement des équipes de journalistes professionnels qui effectuent des recherches approfondies, vérifient les faits et fournissent des informations de qualité et fiables. En payant pour un abonnement, vous avez accès à un contenu exclusif plus complet, rédigé par des experts dans leur domaine. Mais de plus en plus, malgré des abonnements payants, les grands médias ne rentabilisent

pas leurs opérations et doivent réduire, dans la qualité du service et dans le personnel de production, le nombre de journalistes et de techniciens.

Les médias avec murs payants offraient autrefois du contenu unique qui n'était pas disponible gratuitement ailleurs. Cela pouvait inclure des grands reportages, des analyses spécifiques, des enquêtes originales et des interviews exclusives. L'abonnement donnait accès à ces contenus exclusifs qui pouvaient fournir une perspective plus complète et approfondie sur les sujets d'actualité. Malheureusement, les contraintes économiques ont grandement diminué ce genre de reportages.

Les grands de l'Internet gratuit en ligne, tels que Google ou Facebook, financent leurs services par le biais de la publicité sur une grande échelle avec un contenu provenant de tous leurs usagers. Aucun média conventionnel ne peut compétitionner sur ce marché.

L'Internet est devenu en 2023 un mode de vie pour l'ensemble de l'humanité dont le fonctionnement repose de plus en plus de façon incontournable sur cet outil universel de communication.

Pourtant, l'Internet n'est devenu accessible au grand public que depuis les années 1990. Jusqu'à cette période, l'accès à l'internet était principalement limité aux institutions académiques, aux gouvernements et à certaines grandes entreprises de recherche. Cependant, vers 1990, avec l'avènement du Web et le développement de navigateurs conviviaux tels que Netscape Navigator et Internet Explorer, l'internet a commencé à se populariser et à devenir plus ouvert aux utilisateurs non techniques, c'est-à-dire le grand public.

En 1991, le « World Wide Web » a été introduit par Tim Berners-Lee, qui a créé les premiers navigateurs et le langage de balisage HTML (Hypertext Markup Language). Le Web a permis une navigation plus conviviale et a ouvert la voie à la publication et à la consultation de pages web contenant du texte, des images et des liens hypertextes. Dans les années qui ont suivi, les fournisseurs d'accès à Internet (FAI) ont commencé à offrir des services d'accès à l'internet pour les particuliers et les petites entreprises. Ces fournisseurs proposaient des connexions à l'internet par le biais de lignes téléphoniques commutées, permettant aux utilisateurs d'établir une connexion en composant un numéro téléphonique.

Vers les années 1995, l'Internet a connu une expansion rapide et une popularité croissante auprès du grand public, alors que des entreprises comme America Online (AOL) ont joué un rôle important dans la démocratisation de l'accès à l'Internet, en proposant des services d'accès conviviaux et des forfaits tout compris à prix très compétitifs. L'évolution des technologies de communication, l'augmentation de la bande passante et la baisse des coûts ont également contribué à rendre l'Internet encore plus accessible et abordable pour le grand public.

L'Internet est un système mondial de communication interconnectant des millions d'ordinateurs et d'appareils électroniques à travers le monde. Il permet le partage d'informations et la communication entre les utilisateurs, quel que soit leur emplacement géographique. L'Internet repose sur un ensemble de protocoles de communication, tels que le protocole IP (Internet Protocol), qui permet l'acheminement des données d'un point à un autre. Il utilise par ailleurs des normes et des technologies telles que le World Wide Web (WWW), les courriers électroniques (courriels), le transfert de fichiers (FTP), les discussions en ligne (chat), la voix sur IP (VoIP) et bien d'autres.

L'Internet offre une multitude de services et d'applications qui facilitent l'accès à l'information, le commerce électronique, le divertissement, la

collaboration en ligne, les réseaux sociaux et bien d'autres activités. Grâce à son architecture décentralisée, l'internet permet une communication rapide et globale, permettant aux utilisateurs de partager des idées, de collaborer, d'apprendre et d'interagir de diverses manières.

Il convient de noter que l'Internet est différent du Web. L'Internet fait référence à l'infrastructure sous-jacente qui relie les ordinateurs et les réseaux, tandis que le Web est l'un des nombreux services disponibles sur l'internet, permettant l'accès à des pages web et des ressources en ligne via des navigateurs comme Google, Safari ou Bing.

Il ne faut pas non plus confondre le web et le Dark Web, lequel est non disponible sur les moteurs de recherche grand public. Le Dark Web, également appelé le « Web obscur », est une partie importante de l'internet qui est intentionnellement caché. Il est constitué de sites web et de contenus qui ne sont pas indexés par les moteurs de recherche et qui nécessitent l'utilisation de logiciels et de protocoles spécifiques pour y accéder, tels que le navigateur Tor (The Onion Router) qui permet d'accéder au Dark Web de manière anonyme.

Les journalistes et les médias d'envergure favorisent beaucoup l'usage du Dark Web pour échanger des dossiers confidentiels. À titre d'exemple, Wikileaks utilisait le moteur de recherche Tor pour communiquer avec les médias.

Contrairement au Web conventionnel, qui est largement accessible au public et principalement utilisé à des fins grand public, le Dark Web est souvent associé à des activités illégales, illicites ou non réglementées. Il est cependant important de noter que le Dark Web n'est pas exclusivement dédié à des activités criminelles et il constitue un outil essentiel pour les journalistes.

En résumé, l'Internet est devenu en 2023, un réseau mondial qui permet la connectivité et la communication entre les utilisateurs, offrant un accès à une vaste gamme de services, d'informations et de ressources en ligne.

L'Internet a transformé l'humanité et la façon dont nous communiquons sur la planète Terre.



Bernard Bujold - Éditeur LeStudio1 - 2005



Arnold Schwarzenegger et Ben Weider - Californie, EU - 2008



Ben Weider et Bernard Bujold - Montréal - 2006



Isabelle Adjani - Montréal 2004



Richard Branson - Montréal - 2005

LeStudio1.com

AccueilMagazineiPodPhotosÉquipe

Archives de la première chronique Internet du magazine www.LeStudio1.com
Publiée le 14 mars 2005 et distribuée à 252 abonnés par courriel individuel.

LeStudio1

Chronique No. 1 - Vol.1
Le magazine Internet pour les gens qui veulent tout savoir...
14 mars 2005

Sir Richard Branson n'a peur de rien!
Le milliardaire ne supporte pas les gens qui ont une réaction négative face à un nouveau défi. Branson entend bien montrer une fois de plus que sa philosophie conduit au succès. Il a récemment lancé à Montréal une nouvelle compagnie de téléphones portables. **VIRILITE MOBILE.** La compagnie publicitaire est audacieuse, voire périlleuse. Mais on peut aussi la qualifier de violente. Il faudra voir le résultat mais une chose est certaine, Sir Branson n'a pas la mentalité d'un quinquagénaire malgré ses 54 ans!

Marie Desjardins s'intéresse de près à Kateri Tekakwitha, la vierge iroquoise.
La romancière et auteur vedette que le patronyme des cent-cinquante-voix natives andanewas, Kateri Tekakwitha, mérite d'être mieux connue. Pour plusieurs, ce personnage indien demeure un phénomène localitaire mais, dans les faits, Kateri, qui a vécu entre 1656 et 1680, a grandement contribué au développement de la religion catholique sur la réserve de Kahnawake. D'ailleurs une campagne est en cours afin que Kateri soit reconnue comme la première sainte nord-américaine auprès du Vatican.

Danielle Oulmet
Si c'était à refaire...
Danielle Oulmet lancera son autobiographie le 26 mars prochain. Ce livre de 300 pages promet d'être révélateur. Selon son auteur rien d'extraordinaire. L'auteur livrera la vérité sur plusieurs secrets. Danielle a eu une vie captivante et souvent mouvementée. Capotard, au fil de toutes ses aventures et ses mémoires, l'auteur admet à toujours fait preuve d'une très grande intégrité face à elle-même et à ses amis. Ce livre est donc à surveiller. Une autobiographie qui promet d'être surprenante!

Réal Raymond, le président de la Banque Nationale, sait livrer la marchandise.
En effet, les résultats financiers de l'institution financière pour 2004 ont encore dépassé ceux de l'année précédente. Quant au titre de la Banque Nationale, il se trouve au-delà des 508 l'action, un sommet jamais atteint. Ré Raymond n'est pas un banquier ordinaire comme l'était son prédécesseur, André Blais, il s'avère un gestionnaire efficace. La preuve qu'il existe plusieurs chemins pour se rendre à Rome...

La Semaine
VERO BRISE LE SILENCE
Claude J. Charron est un éditeur qui fait lui-même son avenir. C'est ainsi qu'il ne quitte pas Charron a depuis les septuaginta ans d'une fois avec ses magazines. Son nouveau défi: La semaine. Une publication aux abonnés fidèles distribuée uniquement dans des points de vente. Le risque est certes périlleux car une fois d'écroulé, mais Charron a prouvé que cette volonté le force à se dépasser pour attirer les lecteurs et les inviter à acheter son magazine. L'argent est de la table mais l'éditeur ambulant n'en est pas à ses premières victoires difficiles.

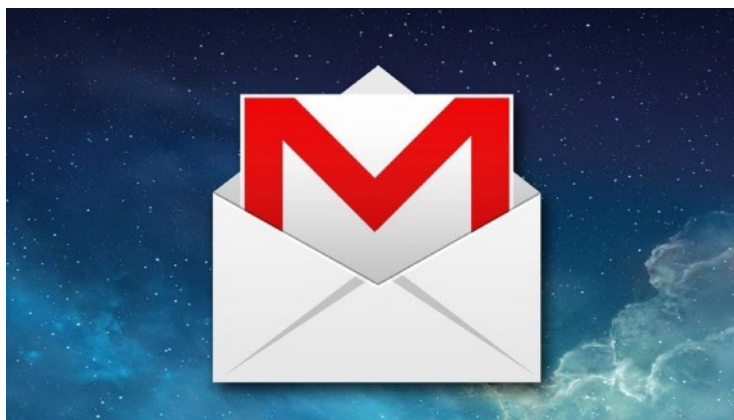
LeStudio1magazine@yahoo.com
LeStudio1@gmail.com

AccueilMagazineiPodPhotosÉquipe

Premier numéro LeStudio1 - 14 mars 2005



Adresse de recherche Web grand public



Logo de GMAIL par Google



Logo du moteur de recherche TOR pour le Dark Web

CHAPITRE 10

L'objectivité des journalistes

Les journalistes n'ont jamais été objectifs et ils ne le seront jamais ! L'objectivité journalistique est un idéal à atteindre, mais il est difficile à le réaliser complètement en raison de divers facteurs, tels que les préférences et croyances personnelles, les intérêts des propriétaires des médias, les contraintes de temps et de ressources, ainsi que les pressions politiques et économiques.

On peut dire que sur le plan de l'objectivité, seules la machine et l'intelligence artificielle sont capables de l'atteindre.

Certains journalistes peuvent être plus objectifs que d'autres, en raison de leur formation, de leur expérience et de leur éthique professionnelle. Cependant, même les journalistes les plus objectifs peuvent involontairement laisser passer leurs propres biais ou préjugés dans leurs reportages, et ils peuvent également être influencés par les demandes et les attentes de leurs employeurs ou de leur public.

Les journalistes doivent s'efforcer d'être aussi objectifs que possible, tout en restant conscients de leurs propres limites et de la complexité du contexte dans lequel ils opèrent. Les lecteurs, quant à eux, ont la responsabilité de faire preuve de discernement et de critique en évaluant les informations qui leur sont présentées.

Le manque d'objectivité des journalistes n'est pas en soi le responsable des « fake news », mais à cause de la rapidité à laquelle l'information circule en 2023, on qualifie souvent des reportages biaisés à des « fake news » ce qui n'est pas toujours le cas.

Les "fake news" sont des informations véritablement fausses ou trompeuses qui sont délibérément diffusées pour tromper le public ou influencer l'opinion publique. Les "fake news" peuvent prendre de nombreuses formes, notamment des articles de presse, des vidéos, des photos manipulées, des messages sur les réseaux sociaux, des courriels frauduleux, etc. Les auteurs de "fake news" peuvent avoir différents objectifs, tels que générer du trafic sur leurs sites web, promouvoir une idéologie ou un parti politique, discréditer une personne ou une organisation, ou simplement semer la confusion et le chaos. En général, les journalistes ne sont pas la source des fausses nouvelles, mais en deviennent le véhicule.

Les "fake news" sont un phénomène préoccupant, plus encore que le manque d'objectivité, car les fausses nouvelles véhiculent des faussetés. Mais dans les deux cas, manque d'objectivité et fausses nouvelles, l'information diffusée a un impact direct sur la démocratie, la société et les individus et peut conduire à l'augmentation de la polarisation de l'opinion publique et à la méfiance envers les médias.

Un troisième élément empêchant l'objectivité des journalistes est l'aspect divertissement que doivent offrir les médias modernes à leur public. Les médias se doivent d'être divertissants sinon il n'y aura pas preneur et ce sera l'échec du modèle financier. L'objectif des médias est donc devenu celui de fournir du contenu qui permet de divertir et d'égayer les spectateurs, auditeurs ou lecteurs.

En 2023, les médias doivent servir plusieurs fonctions en plus d'informer, notamment offrir des moments de détente et de plaisir. Pour atteindre l'objectif de divertissement, les médias créent des communautés et rassemblent les gens autour d'un intérêt commun, comme un film ou une série télévisée, et créent ainsi une communauté d'admirateurs.

Les médias essaient d'informer et éduquer le public sur des sujets importants et sérieux, tels que l'histoire, la science, la culture ou la politique, en les présentant sous une forme attrayante et accessible. Mais l'objectif de divertissement des médias de divertir les gens et de leur fournir une source de plaisir prend souvent le devant de l'information pur.

Il est donc devenu incontournable pour plusieurs médias de privilégier des sujets sensationnalistes ou des actualités divertissantes pour attirer un plus grand nombre de téléspectateurs ou de lecteurs tout en essayant d'informer le public de manière précise et impartiale sur les événements importants qui se déroulent dans le monde. Un défi parfois difficile, voire impossible...

En somme, alors que les médias doivent de plus en plus adopter la tendance vers le divertissement pour attirer un plus grand nombre de téléspectateurs ou de lecteurs, leur mission principale de fournir une information précise et objective se retrouve transformée.

Il ne faut croire que les journalistes étaient plus objectifs dans le passé. En fait, tous les grands médias ont commencé par être des médias de propagande politique ou de promotion. La plupart des journaux ont été créés au départ comme outil pour un parti politique. Les premiers journaux étaient créés pour discuter de questions importantes liées à la politique, à l'économie, à la religion et à d'autres sujets d'intérêt public selon un point de vue précis de l'éditeur.

Ils étaient souvent financés par des partis politiques, des groupes religieux ou des entrepreneurs qui cherchaient à influencer l'opinion publique.

Ce n'est qu'au début des années 1900, que certains journaux ont commencé à se distinguer en adoptant une ligne éditoriale indépendante, en cherchant à offrir une information impartiale et en explorant des sujets plus variés. Au fil du temps, les autres journaux ont copié la nouvelle tendance pour répondre aux besoins de différents publics et offrir des contenus variés, comme des informations sportives et sur la culture, afin de rejoindre un plus grand nombre de consommateurs et ainsi pouvoir vendre une publicité à un public cible plus large.

Pierre Péladeau, me disait un jour que l'objectivité journalistique n'existe pas et que pour cette raison il ne faut jamais accepter d'accorder des entrevues à un journaliste qui ne nous aime pas. Un sujet interviewé pourra essayer de convaincre un journaliste par des arguments factuels, si le représentant du média n'aime pas le personnage qu'il rencontre, il trouvera des angles négatifs qu'il placera dans son reportage !

L'un des personnages qui met en évidence la partialité des journalistes, et démontre l'exactitude de l'énoncé de Pierre Péladeau, est certainement Donald Trump. S'il n'est pas exact de dire que tous les journalistes sont opposés à Donald Trump, il faut constater que de nombreux journalistes représentant les grands médias traditionnels de gauche ont exprimé leur opposition à l'ancien président américain pour plusieurs raisons, dont premièrement, parce que Donald Trump dérange l'ordre établi. Il a souvent pris les devants et attaqué les médias de gauche, les accusant de diffuser des «fake news» et de faire partie d'un «système truqué».

Certains journalistes ont effectivement critiqué la façon dont Donald Trump a gouverné. Ils ont souligné sa tendance à communiquer des messages impulsifs et agressifs, à attaquer ses opposants sur les réseaux sociaux et à prendre des décisions impulsives sans consulter les experts ou les conseillers de l'establishment en place. Ces actions ont été considérées par plusieurs médias comme imprudentes et ont suscité des inquiétudes quant à la stabilité de l'ordre des choses traditionnelles.

La partialité des journalistes est d'autant plus dangereuse que l'esprit critique laisse souvent la place à une forme de complaisance. Parfois les journalistes se font tromper par les autorités politiques au pouvoir qui leur transmettent de fausses informations comme l'a démontré le rapport de John Durham qui dévoile que le FBI a été complice de fausses informations distribuées afin d'accuser Donald Trump d'être en partenaire avec la Russie pour influencer l'élection de 2016. Le rapport du conseiller spécial Durham détaille dans son enquête plusieurs des efforts supposés de la campagne d'Hillary Clinton en 2016 pour lier Donald Trump à la Russie. Les journalistes de gauche supportaient les accusations à l'égard de Trump et ne remettaient pas en question leur authenticité.

Mais il existe de nombreux autres journalistes de droite qui soutiennent profondément Donald Trump et qui ont adopté une ligne éditoriale très favorable, parfois partisane, à son égard. On peut dire qu'il y a autant de journalistes en faveur de Trump que contre. Il y a même des médias créés pour supporter la philosophie de droite, dont TRUTH SOCIAL, un concept comparable à TWITTER.

Cette polarisation des journalistes et de leurs opinions reflète la polarisation de la société dans son ensemble.

En 2023, s'il y a un côté négatif et triste au journalisme, c'est que les usagers, lecteurs ou auditeurs, ne recherchent plus une contestation de leur opinion, mais une confirmation. Autrement dit, les abonnés d'un média le choisissent en fonction de la tendance politique du média. Un admirateur de Donald Trump n'écouterait pas CNN et un opposant de Trump n'écouterait jamais FOX NEWS. Chaque groupe recherchant un média qui est du même avis politique.

Le rôle des journalistes devrait être de couvrir les événements de manière objective et d'informer le public de manière impartiale, sans chercher à prendre parti ou à promouvoir un programme politique particulier. Les médias ont cependant toujours franchi la ligne partisane et il sera impossible d'éliminer cette tendance, surtout avec la multitude de médias et le concept incontournable du divertissement pour attirer un auditoire.

Il faudra voir la suite des événements, mais les récentes accusations en justice contre Donald Trump au début de juin 2023, dont celles de manipulation illégale de documents secrets, vont très certainement augmenter la polarisation de la population des États-Unis et directement celle des médias. Lorsque la division entre deux groupes de citoyens est trop profonde, il devient impossible de discuter et de négocier un rapprochement. C'est ce qui se produit aux États-Unis et l'époque actuelle en 2023 rappelle les nombreuses guerres civiles américaines. Rappelons la première guerre de l'Indépendance en 1776, alors que les États devenaient une république indépendante de l'Angleterre, et plus tard en 1812, la deuxième guerre de l'Indépendance économique contre l'Angleterre, ou la guerre civile contre l'esclavage en 1861, remportée par le Nord, faisant en sorte que l'esclavage fut aboli aux États-Unis.

On peut voir en 2023 dans la polarisation des États-Unis un préambule de guerre civile. Souhaitons que cela ne se produise pas, mais tous les indices tendent vers une rébellion.

On me demande souvent pourquoi je suis un admirateur de Donald Trump. Pour moi, l'attrait est son personnage. J'ai connu l'existence de Donald Trump en 1982 dans une biographie de son père Fred Trump. À l'époque, j'étais attiré par l'esprit entrepreneurial et le père de Donald était un entrepreneur immobilier à succès de New York. Plus tard, en 1985, j'ai eu l'opportunité de rencontrer Donald Trump en personne lors d'une réception privée à Ottawa. La dégaine de Trump est similaire à celle d'un Brian Mulroney et ce genre de personnage faisait partie de mon entourage dans les années 1980. J'avais adoré l'autobiographie de Donald Trump : « [**THE ART OF THE DEAL**](#) » publié en 1987.

Dans mon esprit, Donald Trump était en 2016 une sorte de héros à la Robin des Bois qui voulait mettre un terme à ce que l'on appelle en anglais «Deep State» et ramener le gouvernement vers la démocratie. Le programme de Trump était aussi une ressemblance avec le programme politique de Brian Mulroney en 1984.

Mentionnons enfin que la tendance des journalistes à ne pas être reconnus comme neutres et objectifs n'est pas unique aux États-Unis de Donald Trump. Plusieurs sondages récents au Canada démontrent que la population a perdu confiance dans l'objectivité des médias et qu'il y aura fort à faire pour rétablir la confiance du public envers les médias.

En mai 2023, un rapport de recherche réalisé par des professeurs canadiens, Marc-François Bernier, de l'Université d'Ottawa, et Marie-Eve Carignan, de l'Université de Sherbrooke, fait état du manque de

confiance des citoyens envers les médias québécois, leur crédibilité et celle de leurs journalistes.

Un total de 76 % des répondants considère l'information à laquelle ils font le plus confiance provient des grands médias traditionnels, mais seulement 50,5 % croient que les choses se sont passées comme le racontent la télé, la radio et les journaux, et uniquement 11 % à 15 % des répondants, selon le média, croient que les choses se sont « vraiment » passées comme le racontent les médias. L'autre 49,5% pense que les nouvelles ne rejoignent aucunement la réalité. Ces résultats sont encore plus faibles pour Internet. Si les trois quarts de la population s'informent aux médias traditionnels, près de 45 % croient que les journalistes contribuent à créer et à diffuser de fausses nouvelles. Cela signifie que seulement 54% des gens estiment que les journalistes disent la vérité.

La division de la population est encore plus présente que jamais concernant l'indépendance des journalistes face aux partis et au pouvoir politiques, même au Québec. Un tiers n'y croit pas, un tiers ne le sait pas et uniquement un tiers y croit. Seulement le tiers des répondants croit que les journalistes servent l'intérêt public, un autre tiers estime que les journalistes servent d'abord l'intérêt de leur entreprise ou leur propre intérêt et l'autre tiers croit qu'ils servent ces trois intérêts. Sur une base individuelle, plus de 70 % des répondants estiment que les journalistes sont souvent influencés par leurs préférences politiques dans la façon dont ils rapportent les nouvelles.

Il faut reconnaître que notre société actuelle en 2023 est polarisée et qu'il n'y a plus cet esprit de communauté comme autrefois. Selon-moi, la polarisation va encore se solidifier et augmenter avec l'intelligence artificielle et les nombreux autres moyens de communication publique disponibles au niveau des médias sociaux et des grands médias.

René Lévesque avait dit à l'époque dans les années 1976-80 que la télévision était un piège à vanité ! Lévesque considérait que les journalistes avaient perdu leur objectivité et qu'ils faisaient passer leur notoriété avant l'information. Pourtant, en 1976, la relation entre Lévesque et les médias en était une proximité. Mais Lévesque avait peur de cette proximité. Il aurait préféré une objectivité et une distance de la part des médias et des journalistes face à lui. En 1976, les médias favorisaient la tendance souverainiste du Parti Québécois et admiraient Lévesque.

Un autre politicien que j'ai bien connu, Brian Mulroney, adorait les journalistes ! Pour Mulroney, les journalistes étaient des amis, mais pour les journalistes, Brian était plutôt un politicien qui occupait le poste de premier ministre du Canada et qui était une source incontournable d'information pour leur média. Brian Mulroney croyait possible d'établir une relation personnelle avec les journalistes, mais il s'est souvent trompé au sujet de plusieurs journalistes ambitieux, comme certains le sont et comme l'est la nature humaine. Plusieurs journalistes aimaient Mulroney et le considéraient comme un ami, mais de nombreux autres pas vraiment...

Donald Trump est probablement celui qui a le mieux compris la situation. Interrogé sur ce qu'il aimerait changer dans ses comportements avec les journalistes, il a avoué qu'il voudrait être moins agressif, mais il ajoute qu'il n'a pas le choix, car il considère les journalistes être biaisés et malhonnêtes ! En fait, les journalistes ne sont pas malhonnêtes à son égard, mais c'est plutôt qu'ils ne l'aiment tout simplement pas car le personnage est trop idéologiquement à droite pour les journalistes qui sont fondamentalement de gauche et orientés vers une forme de socialisme égalitaire.

Donald Trump pourrait ignorer les médias, mais il avoue en avoir besoin pour passer son message. Il a choisi la formule de la confrontation et comme le disait une chanteuse populaire, parler de moi en bien ou en mal n'est pas important pourvu que vous parliez de moi...

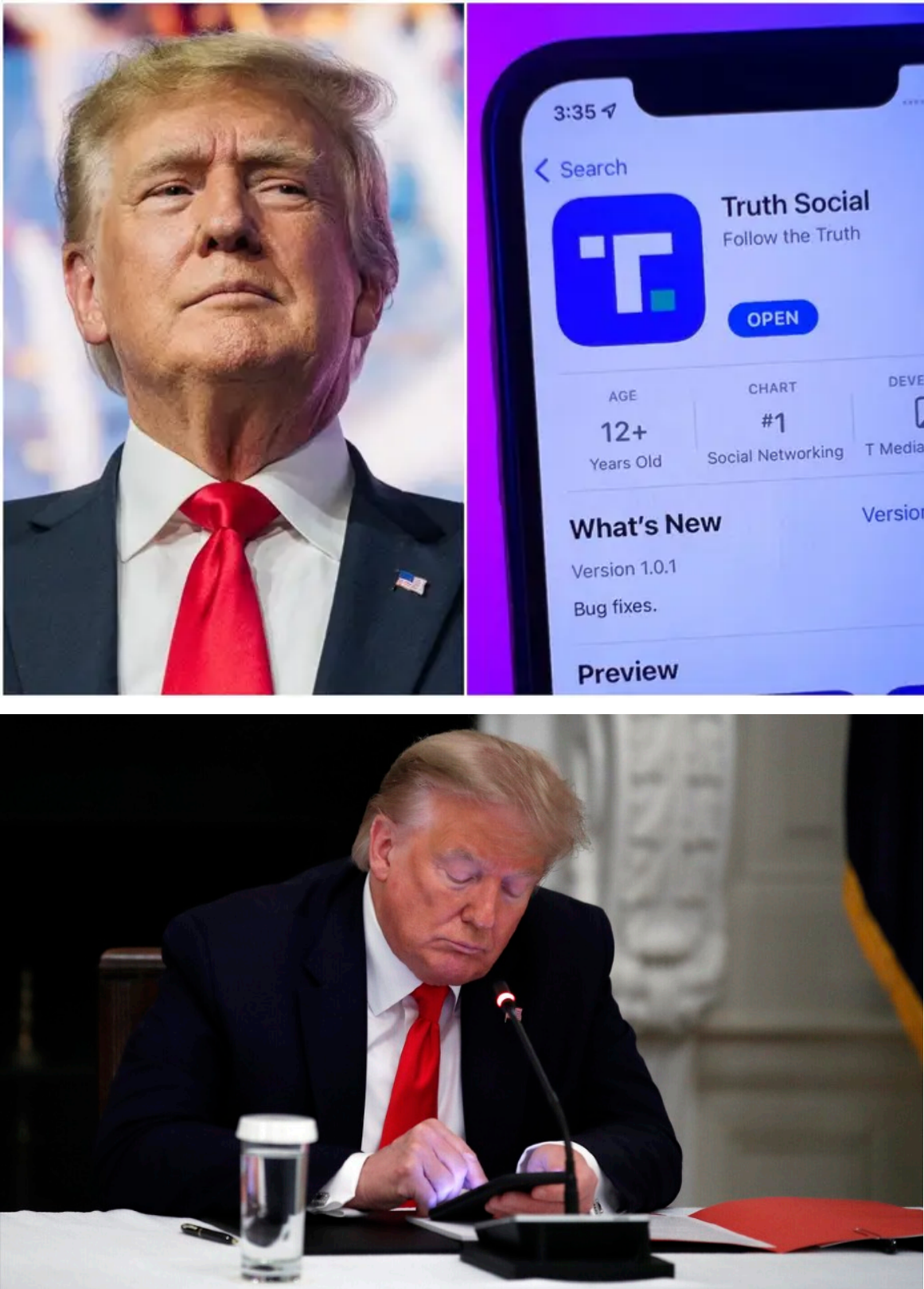
Personnellement, je me suis toujours considéré comme un journaliste d'opinion et en ce sens, on pourrait conclure que je suis partisan dans mes reportages. On peut dire que si j'avais encore été un journaliste actif dans un grand média en novembre 2016, mes reportages au sujet de Donald Trump auraient été favorables...

Ma philosophie de journalisme a toujours été de poser les questions sans détours et de laisser l'invité répondre, que je l'aime ou pas. Je n'ai jamais été un journaliste de confrontation et j'ai toujours été un journaliste stratégique qui aimait amener ses invités à dévoiler eux-mêmes la vérité, mais de façon volontaire !

Est-ce qu'un journaliste qui confronte ses sujets est un meilleur journaliste ? Je ne le pense pas.

J'aime mieux la persuasion que la querelle!

Et comme Pierre Péladeau me l'a déjà déclaré, j'ai toujours eu une sorte de talent pour tout découvrir au-delà du masque ou du rideau de scène et amener les gens que je rencontre à se dévoiler eux-mêmes.



Donald J. Trump et son réseau TRUTH SOCIAL- février 2022



President Donald J. Trump - 2017



Bernard Bujold et Donald J. Trump - photo intelligence artificielle - 2023



Bernard Bujold - Mar-a-Lago - photo intelligence artificielle - 2023



René Lévesque - 1987



Brian Mulroney - 1985

CHAPITRE 11

Créer une fausse nouvelle...

Une fausse nouvelle, également connue sous le nom de fake news en anglais, est une information délibérément fabriquée et propagée dans le but de tromper ou de manipuler les lecteurs ou les téléspectateurs. Les fake news sont souvent créées pour générer de l'attention ou pour influencer l'opinion publique en faveur d'un groupe ou d'une idéologie particulière.

Les fausses nouvelles peuvent prendre de nombreuses formes, notamment des articles de presse, des vidéos, des images, des « memes » et des messages sur les réseaux sociaux. Elles peuvent également inclure des informations trompeuses, des citations tronquées, des données falsifiées ou des affirmations exagérées.

Les fausses nouvelles sont une source croissante de préoccupation dans le monde entier, car elles peuvent avoir des conséquences graves sur la société, y compris la diffusion de la désinformation, la polarisation politique, la perte de confiance dans les médias et l'affaiblissement de la démocratie. Il est donc important de vérifier soigneusement les sources d'information et de faire preuve de scepticisme envers toute information qui semble douteuse ou suspecte.

Les fausses nouvelles ne sont cependant pas une création de l'intelligence artificielle, mais cet outil en facilite la distribution.

Les fausses nouvelles datent d'aussi longtemps que l'humanité. Il suffit de lire l'histoire à l'époque de Jules César et sa domination de Rome ou encore les histoires de pirates et des îles au trésor.

Un exemple de notre époque moderne, il y a moins de 20 ans (décembre 2003), est celui de Saddam Hussein et les fausses rumeurs d'armes nucléaires inventées par le gouvernement américain de Georges Bush pour faire tomber le gouvernement irakien et profiter du pétrole. Les Américains ont toujours utilisé abondamment les fausses nouvelles dans leurs guerres contre les autres pays. Saddam Hussein fut condamné à la pendaison en janvier 2006.

La plus récente fausse nouvelle est peut-être celle de la tentative d'assassinat de Vladimir Poutine avec des drones de l'Ukraine au-dessus du Kremlin (mai 2023). Il est possible que cette attaque soit véritable, mais il est aussi logique de croire à une stratégie russe pour pouvoir défendre des attaques à venir sur le président de l'Ukraine, Volodymyr Zelinsky. Mais une troisième possibilité est également tout aussi plausible qu'un pays comme les États-Unis ait essayé d'attaquer le Kremlin et d'assassiner Vladimir Poutine. Les Américains sont fortement engagés dans la guerre entre la Russie et l'Ukraine.

L'intelligence artificielle n'inventera pas la stratégie des fausses nouvelles, mais elle rendra impossible de faire la preuve de leur fausseté.

En effet, il est devenu possible de recréer des personnages et leur comportement sur vidéo dans une telle ressemblance avec la réalité qu'il est impossible de faire une différence entre le vrai et le faux. Autrement dit, on peut créer un faux Vladimir Poutine et lui faire dire tout ce que l'auteur veut lui faire dire. Les auditeurs n'y verront qu'une réalité qui sera pourtant fausse. On appelle cette technologie «Deep Fake»

Il est même possible, avec les caméras spécialisées, de créer des images de personnes physiquement décédées et de les faire participer à une entrevue Zoom comme si elles étaient encore vivantes. En photographie, le programme Photoshop permet depuis longtemps de manipuler des photos, mais il est aujourd'hui devenu

possible de le faire en vidéo. Et il devient impossible de faire la différence entre le vidéo d'une réelle personne ou d'un avatar virtuel.

Depuis le début des temps, les dirigeants militaires ont souvent créé de fausses nouvelles pour amener leurs adversaires à prendre de mauvaises décisions de combat. Les policiers font fréquemment appel à la fausse nouvelle pour attirer les criminels. Mais ils doivent être prudents pour que leur fausse information ne devienne pas un piège aux crimes (techniques d'entrancement).

En 2023, la fausse nouvelle devient l'outil politique le plus utilisé et continuellement ce sont des politiciens malhonnêtes qui proposent de la fausse information pour alimenter les reportages des journalistes. Il est très rare que ce soient les journalistes qui inventent de fausses nouvelles. Le risque serait trop grand et pourrait détruire leur carrière. Il est plus simple de simplement rapporter les fausses nouvelles que leur proposent les politiciens corrompus...

J'ai récemment joué un jeu avec le concierge de mon immeuble d'appartement. J'ai dit au concierge que le gérant de l'édifice, qui venait de partir en vacances pour une semaine, avait gagné plusieurs millions à la loterie... Mon objectif était de voir jusqu'où la fausse nouvelle se propagerait. En l'espace d'une semaine, tous les résidents racontaient que leur gérant d'édifice était millionnaire. Il fallait voir la réaction du gérant à son retour de vacances alors que tous le félicitaient pour son statut de millionnaire et que certains espéraient un cadeau ou lui emprunter de l'argent...

La société est devenue un monde dans lequel la fiction dépasse la réalité. C'est comme dans le récit du magicien d'Oz, où le monstre n'est autre qu'un acteur derrière le rideau. Il faudra maintenant s'interroger sur la véritable existence de l'arc-en-ciel au bout du chemin de brique en or. Et c'est là que réside toute la tristesse liée à l'intelligence artificielle dans la propagation des fausses nouvelles, car cela marque également la fin du rêve humain et du bonheur à venir.



La Mascotte Ulysse et l'île imaginaire - 2023 (photo intelligence artificielle)



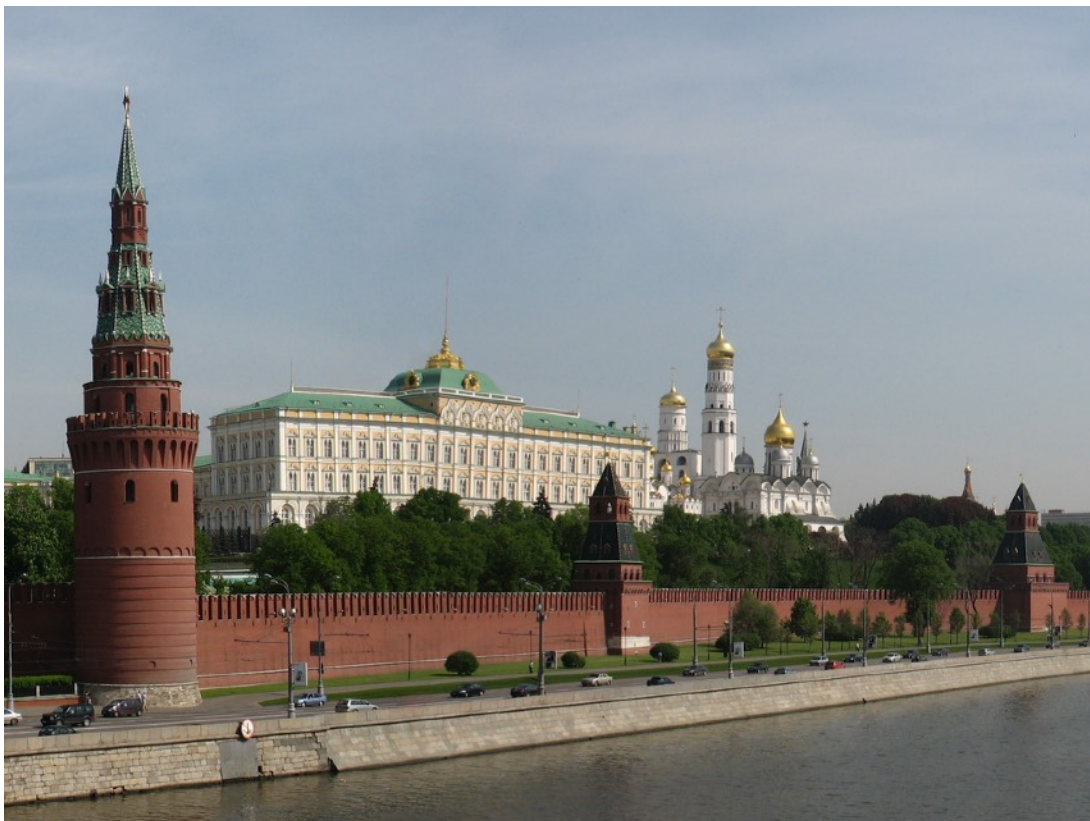
Chef gaulois et Jules César - Rome antique - 60 av. J.-C.



Saddam Hussain - Réaction à sa condamnation à la pendaison - décembre 2006



Vladimir Poutine et Volodymyr Zelinsky -2023



Le Kremlin à Moscou—2023



Le magicien d'Oz - 1939

CHAPITRE 12

Les maîtres du monde

Les médias sociaux ont pris une place centrale dans la vie organisée en 2023, que ce soit pour le réseautage ou la communication entre membres d'une même famille, d'un village ou d'un secteur d'activité. J'ai personnellement vécu la naissance et la mort de plusieurs réseaux sociaux.

Le premier site social dont j'ai vécu la naissance en tant qu'utilisateur est Facebook, lequel a débuté au même moment où je lançais mon site d'information LeStudio1.com en 2005. Facebook a été fondé en 2004 par Mark Zuckerberg, alors étudiant à l'Université Harvard. Au début, le site web était réservé aux étudiants de Harvard, mais il s'est rapidement étendu à d'autres universités et collèges aux États-Unis. En 2005, Facebook a été ouvert à tous les utilisateurs ayant une adresse e-mail valide. À partir de là, le site web a connu une croissance fulgurante.

En 2012, Facebook a été introduit en bourse et il est devenu une entreprise cotée. Il a ensuite acquis d'autres entreprises, notamment Instagram et WhatsApp. Au fil des ans, Facebook a connu de nombreux défis, particulièrement en ce qui concerne la protection de la vie privée des utilisateurs et la propagation de la désinformation sur la plateforme. Cela a conduit à des enquêtes gouvernementales et à des réglementations accrues dans de nombreux pays. Malgré cela, Facebook reste l'un des sites web les plus populaires et les plus utilisés au monde, avec plus de 2,8 milliards d'utilisateurs actifs mensuels en 2021. Je suis un admirateur de Facebook, car son concept rejoint celui de mon projet LeStudio1.

Je suis aussi un utilisateur de Twitter, mais j'admire surtout son nouveau propriétaire Elon Musk qui est né à la même date que moi un 28 juin...

Twitter a été créé en 2006 par Jack Dorsey, Biz Stone et Evan Williams. Twitter s'appelait à l'origine "Twtr" lors de son lancement en 2006. Le nom s'inspirait de l'idée de courtes informations ou "tweets" partagés sur la plateforme. Finalement, les fondateurs ont décidé d'ajouter des voyelles au nom, qui est devenu « Twitter ». La plateforme de micro-blogging a été conçue pour permettre aux utilisateurs de partager des courts messages de 140 caractères maximum, appelés "tweets", avec leurs abonnés.

Au départ, Twitter était destiné à être utilisé par des amis pour partager des mises à jour sur leur vie quotidienne, mais il a rapidement évolué pour devenir un outil de communication en temps réel pour les médias, les personnalités politiques, les célébrités, les entreprises et les utilisateurs du monde entier.

En 2007, Twitter a connu une croissance importante après sa première grande exposition lors du festival South by Southwest (SXSW) à Austin, Texas. Depuis lors, Twitter est devenu un outil de communication important pour les événements en direct, les campagnes politiques, les mouvements sociaux et les discussions en ligne. Au fil des ans, Twitter a introduit de nouvelles fonctionnalités, telles que la possibilité d'inclure des images, des vidéos et des sondages dans les tweets. En 2017, Twitter a également doublé la limite de caractères pour les tweets, passant de 140 à 280 caractères.

Comme Facebook, Twitter a lui aussi été confronté à des défis tels que la désinformation et les abus en ligne. En réponse, la société a pris des mesures pour limiter la propagation de fausses informations et les comportements abusifs sur la plateforme.

En 2021, Twitter comptait plus de 192 millions d'utilisateurs actifs quotidiens dans le monde.

Le 14 avril 2022, Elon Musk a proposé d'acheter la société de réseaux sociaux pour 44 milliards de dollars US, après avoir précédemment acquis 9,1 % des actions de la société pour 2,64 milliards le 4 avril, devenant ainsi son principal actionnaire. Twitter avait alors invité Musk à rejoindre leur conseil d'administration, ce que Musk a accepté avant de changer d'avis. En réponse à la proposition de Musk, Twitter a annoncé le lendemain une stratégie de pilule empoisonnée pour permettre aux actionnaires d'acheter des actions supplémentaires en cas de rachat. Le 25 avril 2022, le conseil d'administration de Twitter a accepté l'offre de rachat de Musk de 44 milliards de dollars. Après un renoncement au rachat et alors que l'affaire s'acheminait vers une issue judiciaire, Elon Musk finit par accepter le rachat de l'entreprise en octobre 2022. Il est accompagné dans ce rachat de divers actionnaires, pour une participation totale de ce groupe de 7,134 milliards de dollars.

Une semaine après avoir été racheté par Elon Musk, Twitter a entrepris de licencier la moitié de ses effectifs, soit 4,000 employés. L'entreprise californienne comptait près de 7 500 salariés avant les licenciements à la fin octobre 2022. Le réseau social Twitter est actuellement en position difficile et sa technologie pourrait ne pas tenir la route. L'échec du lancement de la campagne politique pour la direction du Parti républicain américain par Ron Desantis sur Twitter est un exemple du genre d'événements qui peuvent rapidement détruire la crédibilité d'une entreprise et encore plus celle d'un média social. Tous les observateurs du lancement de Desantis se sont moqués des problèmes techniques survenus lors du lancement en direct alors que le mauvais fonctionnement des microphones pendant les 30 premières minutes de l'événement a fait un échec humiliant de ce qui devait être un coup d'éclat spectaculaire...

J'adore le personnage et le style audacieux de Elon Musk.

Cependant, l'avenir de Twitter est incertain et seul l'avenir dira ce qu'il en adviendra.

J'ai aussi vécu la naissance et la mort comme usager du réseau MySpace, que j'aimais bien. MySpace avait été lancé en 2003 par Tom Anderson et Chris DeWolfe. À l'époque, vers 2005, MySpace était considéré comme le principal concurrent de Facebook et était très populaire auprès des adolescents et des jeunes adultes. MySpace a connu une croissance rapide et il est devenu l'un des sites web les plus visités aux États-Unis en 2006. Il a également été utilisé par des artistes et des groupes de musique pour promouvoir leur musique et interagir avec leurs admirateurs. En l'espace de quelques années, MySpace a cependant commencé à perdre du terrain face à la concurrence de Facebook et de nouveaux réseaux sociaux tels que Twitter et Instagram. En outre, des problèmes de gestion et des décisions controversées ont contribué à la chute de MySpace.

En 2008, MySpace a été acquis par News Corp (Rupert Murdoch) pour environ 580 millions de dollars US, mais le site web a continué à perdre des utilisateurs. En 2011, News Corp a vendu à perte MySpace à Specific Media, un réseau publicitaire en ligne, pour environ 35 millions de dollars. Depuis lors, MySpace a été relancé plusieurs fois sous forme de site web de divertissement axé sur la musique et la culture populaire. Toutefois, malgré ces efforts, MySpace n'a jamais réussi à retrouver sa popularité passée et a finalement été relégué à un rôle mineur dans le paysage des réseaux sociaux.

Un autre réseau qui aurait pu dominer le secteur de l'animation 3D, mais qui était avant son temps, est Second Life.

Second Life est un monde virtuel en 3D créé par Linden Lab, une entreprise basée à San Francisco. Le monde virtuel a été lancé en 2003 et est devenu l'un des premiers mondes virtuels en 3D à grande échelle. Dans Second Life, les utilisateurs peuvent créer des avatars

personnalisés et interagir avec d'autres utilisateurs du monde entier. Ils peuvent également créer des objets virtuels, des bâtiments et des terrains, et vendre ces créations à d'autres utilisateurs pour des Linden Dollars, la monnaie virtuelle de Second Life.

Second Life est devenu populaire auprès d'un large éventail d'utilisateurs, notamment des artistes, des éducateurs, des entrepreneurs et des joueurs. Les utilisateurs ont créé des lieux virtuels pour des événements en direct, des conférences, des concerts, des jeux de rôle, des boutiques en ligne et des expériences sociales.

Cependant, avec l'arrivée de nouveaux jeux en ligne et de mondes virtuels, la popularité de Second Life a commencé à décliner. En outre, le monde virtuel a été confronté à des problèmes de sécurité, de piratage et de fraude.

Linden Lab a tenté de relancer Second Life avec de nouvelles fonctionnalités, notamment une version en réalité virtuelle appelée Sansar, mais cette tentative n'a pas réussi à retrouver la popularité passée de Second Life. Malgré cela, Second Life reste en ligne et est encore utilisé par une communauté fidèle d'utilisateurs.

Le concept de Second Life fut en fait le précurseur du projet Metaverse de Mark Zuckerberg. D'ailleurs j'ai écrit dans les médias sociaux que Zuckerberg aurait dû acquérir Second Life plutôt que de vouloir démarrer Metaverse à partir du début. Facebook a annoncé en 2021 qu'il se concentrerait sur la création d'un Metaverse, un nouveau monde virtuel en 3D qui permettrait aux utilisateurs de s'immerger dans des expériences sociales, de travail et de divertissement. L'idée du Metaverse avait été popularisée par des œuvres de science-fiction telles que "Snow Crash" de Neal Stephenson et a été évoquée dans le passé par des entreprises telles que Second Life et Oculus VR, une filiale de Facebook.

Facebook a investi des milliards dans la réalité virtuelle et augmentée, notamment avec l'acquisition d'Oculus VR en 2014. La société a également lancé Horizon Workrooms, un produit de réalité virtuelle pour la collaboration en entreprise. Cependant, la construction d'un Metaverse à grande échelle était un projet trop ambitieux qui aurait nécessité des années de développement et de travail de la part de Facebook. Il y avait beaucoup trop de questions en suspens concernant la réglementation, la sécurité, la propriété intellectuelle et l'accessibilité du Metaverse.

En 2023, Zuckerberg annonçait donc qu'il rangeait Metaverse sur les tablettes pour se concentrer sur l'Intelligence artificielle. Moins de deux ans après son lancement, on peut dire que Metaverse est au cimetière des projets technologique. En effet, Facebook a même cessé de présenter le Metaverse aux annonceurs, et ce bien qu'elle ait dépensé plus de 100 milliards de dollars en recherche et développement dans le cadre de sa mission de "Metaverse first".

Il convient également de noter que le projet de Metaverse de Facebook avait suscité des préoccupations concernant la concentration de pouvoir et de données entre les mains d'une seule entreprise, ainsi que des préoccupations plus générales par rapport à la vie privée et la surveillance.

Une autre entreprise qui envisage de conquérir le monde virtuel 3D est Apple. Il faudra voir la suite, mais le 5 juin 2023, Apple a annoncé son masque-visière VISION PRO, un produit de complément à tout son système d'écosystème. Apple aurait commencé à travailler sur cet appareil, depuis 2008. Le casque sera équipé de plusieurs capteurs et caméras pour suivre les mouvements de la tête et des mains, ainsi que d'un processeur puissant pour fournir des graphismes en haute résolution. La démonstration a séduit les journalistes lors de

l'annonce, mais la visière ne sera pas disponible avant le début de 2024. De plus, elle sera commercialisée à un prix dépassant 3,500\$ US pièce...

Apple a plusieurs projets dans les domaines de la réalité virtuelle, de la réalité augmentée et de la modélisation 3D. Le casque de réalité virtuelle appelé "Apple VR » est l'un de ces projets, qui offrira une expérience de réalité virtuelle immersive pour les utilisateurs. L'un des collaborateurs de contenu avec Apple pour la visière sera Disney dont le catalogue des produits de divertissement compatibles avec le 3D est considérable.

Apple travaille également sur une technologie de réalité augmentée, qui permettra aux utilisateurs de superposer des éléments virtuels sur le monde réel à travers l'écran de leur appareil mobile. Cette technologie pourrait être utilisée pour des applications de jeux, de magasinage en ligne, d'outils de travail ou de formation. Apple Maps propose également des modèles 3D détaillés de villes et de bâtiments, permettant aux utilisateurs de naviguer dans des environnements 3D réalistes. Enfin, Apple a également développé une application de modélisation 3D appelée "Reality Composer", qui permet aux utilisateurs de créer des modèles 3D pour une utilisation dans des applications de réalité augmentée ou de réalité virtuelle.

Dans l'ensemble, Apple investit de plus en plus dans la technologie 3D et continue de développer de nouvelles façons d'utiliser la réalité virtuelle, la réalité augmentée et la modélisation 3D pour offrir des expériences plus immersives et plus engageantes pour les utilisateurs.

La réalité virtuelle 3D a le potentiel de jouer un rôle important dans les médias sociaux en offrant une expérience plus immersive et plus engageante aux utilisateurs. La question qui demeure sans réponse est de découvrir qui sortira le leader parmi les nombreuses entreprises engagées dans le développement ?

Voici quelques exemples de rôles que la réalité virtuelle 3D pourrait jouer dans les médias sociaux :

1. **Socialisation en ligne** : la réalité virtuelle 3D pourrait offrir une expérience sociale plus immersive que les chats ou les appels vidéo traditionnels, permettant aux utilisateurs de se connecter les uns avec les autres dans des environnements virtuels interactifs.
2. **Magasinage en ligne** : la réalité virtuelle 3D pourrait offrir une expérience de magasinage en ligne plus réaliste, permettant aux utilisateurs de visualiser des produits en 3D et de les voir de tous les angles avant de les acheter.
3. **Publicité** : la réalité virtuelle 3D pourrait offrir de nouvelles possibilités créatives pour les publicités en ligne, permettant aux marques de créer des publicités plus interactives et plus engageantes qui attirent l'attention des utilisateurs.
4. **Éducation** : la réalité virtuelle 3D pourrait offrir une expérience d'apprentissage plus dynamique permettant aux utilisateurs de se plonger dans des environnements éducatifs en 3D et d'interagir avec le contenu.
5. **Voyages virtuels** : la réalité virtuelle 3D pourrait offrir une expérience de voyage virtuel plus réaliste, permettant aux utilisateurs de visiter des endroits éloignés sans quitter leur maison.

En somme, la réalité virtuelle 3D pourrait ajouter une nouvelle dimension aux médias sociaux, offrant de nouvelles façons pour les

utilisateurs de se connecter, de consommer des contenus et de découvrir des expériences en ligne.

Pour compléter mon regard des médias sociaux, soulignons un des favoris pour les photographes qu'est Instagram, une application de partage de photos et de vidéos lancée en octobre 2010 par Kevin Systrom et Mike Krieger. À l'origine, l'application était disponible uniquement sur iOS, mais elle a été étendue à Android en 2012. Au départ, Instagram était une application de partage de photos qui permettait aux utilisateurs de prendre des photos, de les appliquer à des filtres et de les partager avec leurs amis. Après quelque temps, l'application a ajouté des fonctionnalités telles que la possibilité de partager des vidéos, des histoires éphémères et des messages directs.

En 2012, Facebook a acquis Instagram pour environ 1 milliard de dollars. Depuis 2021, Instagram est devenu l'une des plateformes de médias sociaux les plus populaires au monde, avec plus d'un milliard d'utilisateurs actifs mensuels. Instagram a également lancé de nouvelles fonctionnalités telles que les filtres de réalité augmentée, les achats en ligne, les événements en direct et la fonctionnalité Reels, qui permet aux utilisateurs de créer et de partager des vidéos courtes. En 2021, Instagram a également annoncé le lancement de "Instagram Kids", une version de l'application destinée aux enfants de moins de 13 ans.

On peut conclure que les médias sociaux sont devenus les maîtres du monde, mais il n'existe pas de super héros invincible et leur durée de vie dépend de la faveur des usagers.

Quels seront les survivants lors de la prochaine décennie ?

Il se peut fort bien qu'un nouvel acteur voie le jour, venant ainsi se joindre au groupe actuel et qu'il élimine les maîtres du monde de 2023 ! C'est ce que Facebook a fait en éliminant MySpace et Google qui a remplacé le navigateur Netscape!

On dit que l'histoire est une roue qui tourne...



Mark Zuckerberg créateur de Facebook et de Metaverse - 2023



Elon Musk (Twitter) et Bernard Bujold - 2022 - photo intelligence artificielle

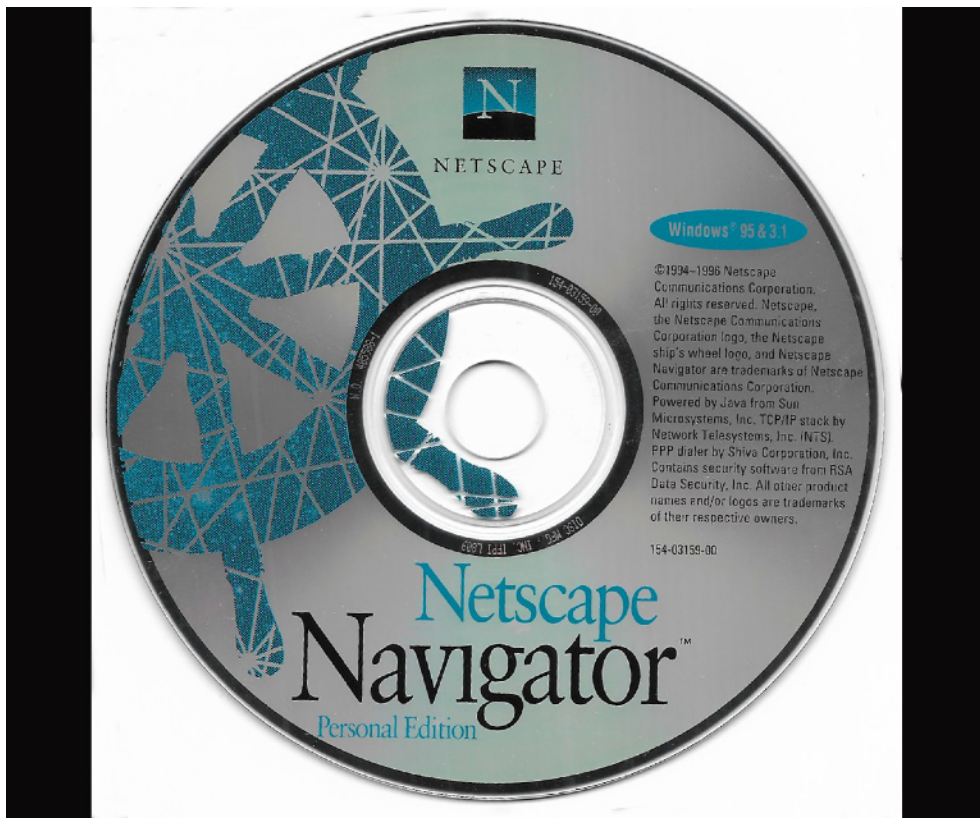




Logos Facebook, Twitter et Instagram- 2023



Trois échecs de médias sociaux: Second Life, MySpace et Metaverse



Disquette d'installation du Navigateur Netscape - 1994-2008





Visière 3D Apple - annoncée en juin 2023 pour disponibilité début de 2024

CHAPITRE 13

L'intelligence artificielle

C'est au Canada que le scientifique Geoffrey Hinton est devenu le pionnier de l'Intelligence artificielle (AI).

En 2012, M. Hinton et deux de ses étudiants diplômés de l'université de Toronto ont créé une technologie qui est devenue le fondement intellectuel des systèmes d'intelligence artificielle que les plus grandes entreprises du secteur technologique considèrent comme la clé de leur avenir.

Le professeur Hinton s'était joint à Google en 2010, l'une des grandes entreprises avec Microsoft qui mène des recherches agressives visant à créer des produits basés sur l'intelligence artificielle générative, notamment la technologie qui alimente les chatbots populaires tels que ChatGPT.

Le scientifique Geoffrey Hinton est un expatrié britannique de 75 ans, universitaire de longue date dont la carrière a été guidée par ses convictions personnelles sur le développement et l'utilisation de l'Intelligence artificielle.

En 1972, alors qu'il était étudiant de troisième cycle à l'université d'Édimbourg, Hinton a concentré ses recherches sur une idée appelée "réseau neuronal". Un réseau neuronal est un système mathématique qui apprend des compétences en analysant des données. À l'époque, peu de chercheurs croyaient en cette idée, mais Hinton en avait fait l'œuvre de sa vie.

Dans les années 1980, M. Hinton était professeur d'informatique à l'université Carnegie Mellon, mais il a quitté l'université américaine pour le Canada parce qu'il n'aimait pas financer son projet avec l'argent du Pentagone. À l'époque, la plupart des recherches sur l'Intelligence artificielle aux États-Unis était financée par le ministère de la Défense et Hinton a toujours été profondément opposé à l'utilisation de l'intelligence artificielle sur le champ de bataille, ce qu'il appelle les « robots-soldats » comme dans Star Wars.

En 2012, M. Hinton et deux de ses étudiants à Toronto, Ilya Sutskever et Alex Krishevsky, ont créé un réseau neuronal capable d'analyser des milliers de photos et d'apprendre à identifier des objets courants, tels que des fleurs, des chiens et des voitures.

En mars 2013, Google dépensait 44 millions de dollars pour acquérir la société créée par le Dr Hinton et ses deux étudiants. Leur système a conduit à la création de technologies de plus en plus puissantes, notamment de nouveaux chatbots tels que ChatGPT et Google Bard.

À la même époque, d'autres entreprises ont commencé à construire des réseaux neuronaux qui apprenaient à partir d'énormes quantités de textes numériques et c'est là que le danger apparaît. Selon Hinton à mesure que les entreprises compétitionnent pour avoir le meilleur système d'intelligence artificielle, ceux-ci deviennent alors de plus en plus dangereux tellement l'évolution est rapide.

Jusqu'aux années 2020, Google affichait une certaine restriction face à ses projets dans le domaine, mais depuis que Microsoft a enrichi son moteur de recherche Bing d'un chatbot, ce qui remet en cause le moteur de recherche de Google, ce dernier s'est empressé de déployer le même type de technologie avec son système Bard. Les géants de la technologie sont engagés dans une compétition qu'il pourrait être impossible d'arrêter, a déclaré M. Hinton.

Sa préoccupation immédiate est liée au journalisme alors qu'il craint que l'internet soit inondé de photos, de vidéos et de textes erronés, et que le citoyen ne soit plus capable de savoir ce qui est vrai ou faux.

Le Dr Hinton craint également que les technologies d'intelligence artificielle ne bouleversent à terme le marché du travail. Aujourd'hui, les chatbots comme ChatGPT tendent à compléter les travailleurs humains, mais ils pourraient remplacer les assistants personnels, les traducteurs et d'autres personnes qui s'occupent de tâches routinières et éliminer les tâches fastidieuses.

À long terme, Dr Hinton craint aussi que les futures versions de la technologie ne constituent une menace pour l'humanité, car elles apprennent souvent des comportements inattendus à partir des grandes quantités de données qu'elles analysent. Cela devient un problème, dit-il, lorsque les individus et les entreprises permettent aux systèmes d'Intelligence artificielle non seulement de générer leur propre code informatique, mais aussi d'exécuter ce code tout seul. Il craint qu'un jour des armes véritablement autonomes, des robots militaires, deviennent réalité.

Dr Hinton a quitté son emploi chez Google en avril 2023, où il travaillait depuis plus de dix ans, où il était devenu l'une des voix les plus respectées dans ce domaine. Il a dit avoir démissionné afin de pouvoir s'exprimer librement sur les risques de l'intelligence artificielle et il affirme regretter d'avoir développé l'intelligence artificielle convaincu que cette technologie constituera un danger si l'humain ne peut plus contrôler la machine.

L'Intelligence artificielle générative peut déjà être un outil de désinformation, et bientôt, elle pourrait représenter un risque pour l'emploi. Mais au-delà des emplois et de l'information, le chercheur Hinton va jusqu'à considérer que la technologie pourrait être un risque pour l'humanité et un outil pour les criminels ou les dirigeants politiques du monde.

« Il est impossible d'empêcher des humains de l'utiliser à des fins malveillantes et criminelles. », a déclaré le Dr Hinton.

L'intelligence artificielle est un domaine de l'informatique qui vise à développer des systèmes et des programmes informatiques capables de réaliser des tâches qui nécessitent normalement l'intelligence humaine. L'objectif de l'intelligence artificielle est de créer des machines qui peuvent apprendre, raisonner, résoudre des problèmes et prendre des décisions de manière autonome, en s'appuyant sur des algorithmes sophistiqués, des modèles mathématiques et des techniques d'apprentissage automatique. L'intelligence artificielle englobe un large éventail de technologies, telles que les réseaux de neurones, les systèmes experts, la vision par ordinateur, la reconnaissance vocale et la robotique, et est utilisée dans de nombreux domaines, notamment la santé, la finance, les jeux, la publicité, l'automobile et l'industrie manufacturière.

L'intelligence artificielle offre de nombreuses possibilités notamment dans le domaine du journalisme :

1. **Automatisation des tâches répétitives** : Les journalistes peuvent utiliser l'intelligence artificielle pour automatiser les tâches répétitives telles que la collecte de données, la vérification de faits, la transcription et la traduction de documents, ce qui leur permet de se concentrer sur des tâches plus créatives.
2. **Analyse de données** : L'intelligence artificielle peut aider les journalistes à analyser de grandes quantités de données pour trouver des tendances, des modèles et des histoires pertinentes. Par exemple, les journalistes peuvent utiliser l'intelligence artificielle pour suivre les mentions de leur sujet dans les médias sociaux et pour analyser les données de sondages.

3. **Personnalisation des contenus** : L'intelligence artificielle peut aider à personnaliser les contenus pour les différents publics. Par exemple, les sites d'actualités peuvent utiliser l'intelligence artificielle pour recommander des articles en fonction des intérêts et des habitudes de lecture de chaque utilisateur.
4. **Création de contenus** : L'intelligence artificielle peut être utilisée pour générer des contenus tels que des résumés d'articles, des titres ou des légendes d'images. Cependant, il convient de noter que les capacités de l'intelligence artificielle à produire des contenus de haute qualité sont encore limitées.
5. **Automatisation de la distribution de contenu** : Les journalistes peuvent utiliser l'intelligence artificielle pour automatiser la distribution de leurs contenus sur les différentes plateformes en fonction des habitudes de consommation de chaque public.

Il est important de noter que l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le journalisme soulève évidemment des questions éthiques en ce qui concerne la véracité et la transparence des contenus produits par l'intelligence artificielle.

Personnellement, je suis enthousiaste face à cette technologie pour le journalisme. Fondamentalement, l'intelligence artificielle est une sorte de moteur de recherche géant qui remplace un moteur comme Safari ou Google.

En photographie, j'utilise le programme Photoshop depuis plusieurs années (1999), lequel programme est entièrement de l'intelligence artificielle pure. Le programme Photoshop me permet de créer des images selon mon imagination, mais bien sûr je contrôle le choix des images et des transformations, alors que Photoshop accomplit pour moi des tâches qu'autrement, je devrais accomplir manuellement.

D'ailleurs, déjà dans les années 1950, le photographe de renom et mon mentor, Yousuf Karsh employait un assistant pour colorer au crayon les négatifs et éliminer les défauts qui rendaient la photo moins avantageuse envers le sujet photographié. Photoshop est une mécanisation du concept de Karsh. En journalisme, l'intelligence artificielle permet d'accomplir des tâches mécaniques au niveau de la rédaction, tout comme Photoshop au niveau de la transformation des photographies.

L'idée que ces machines puissent devenir plus intelligentes que les humains, quelques personnes y ont cru, mais la plupart des gens pensaient que c'était de la science-fiction.

Est-ce que la course entre Google, Microsoft et d'autres, comme Elon Musk, se transformera en une course mondiale qui ne s'arrêtera pas sans une sorte de réglementation mondiale dans laquelle la réglementation pourrait s'avérer impossible. Contrairement aux armes nucléaires, il n'y a aucun moyen de savoir si des entreprises ou des pays travaillent en secret sur cette technologie de l'intelligence artificielle.

La question que tout le monde se pose final :

Est-ce que l'intelligence artificielle peut dominer les humains ?

La réponse est en théorie non, l'intelligence artificielle ne peut pas dominer les humains, car l'intelligence artificielle n'est pas dotée d'une volonté propre ni d'une conscience de soi, et elle n'est qu'un ensemble de programmes et d'algorithmes conçus par des humains pour exécuter des tâches spécifiques.

Toutefois, parce que l'intelligence artificielle peut être très performante dans des domaines particuliers, tels que la reconnaissance vocale ou la vision par ordinateur, elle peut parfois rivaliser avec l'intelligence humaine, telle que la créativité et la capacité à résoudre des problèmes complexes de manière abstraite. Bien sûr, l'intelligence artificielle est limitée par les données qui lui sont fournies et par les instructions qui lui sont données par les

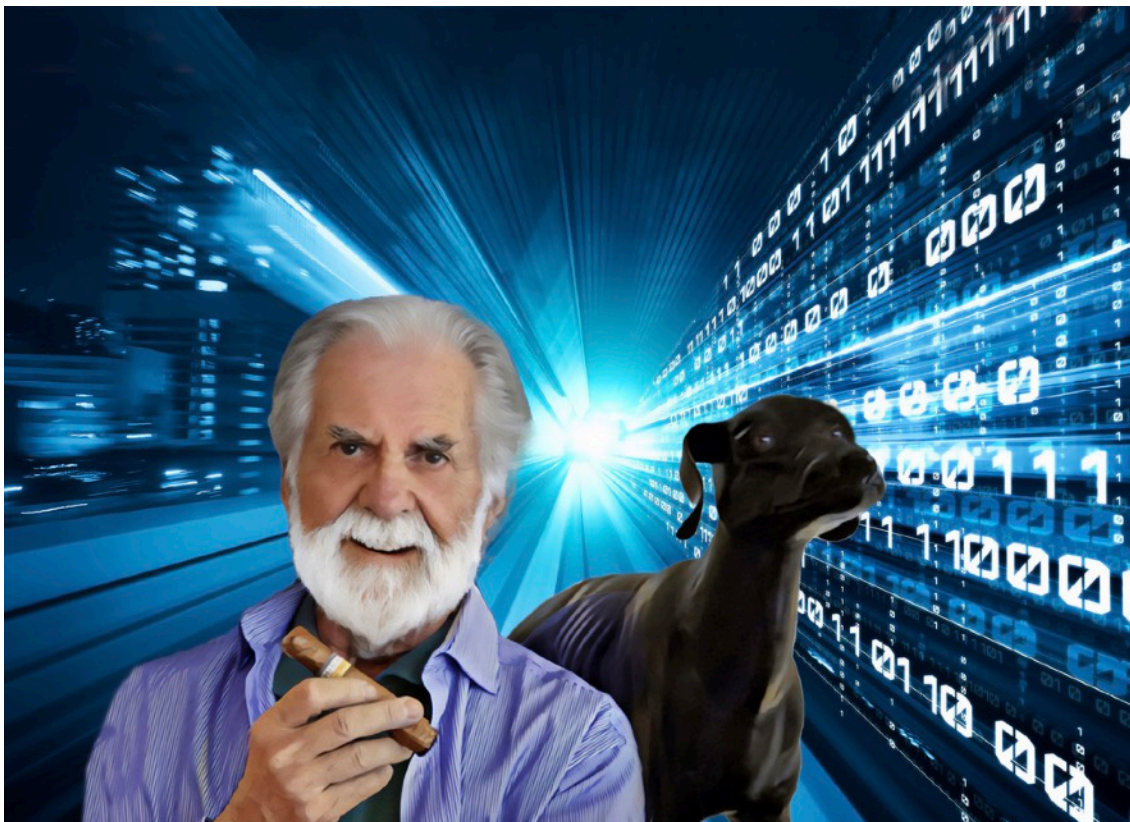
humains, mais l'évolution de la machine depuis les cinq dernières années est tellement rapide que cette évolution inquiète des chercheurs. Et si la machine devient capable de s'autoprogrammer seule sans intervention humaine ?

En fin de compte, l'intelligence artificielle a été conçue au départ pour aider les humains et non pour les remplacer. Mais est-ce que le résultat final sera le contraire et que la machine dominera l'humain ? C'est la crainte du père de l'Intelligence artificielle, le Dr Geoffrey Hinton.

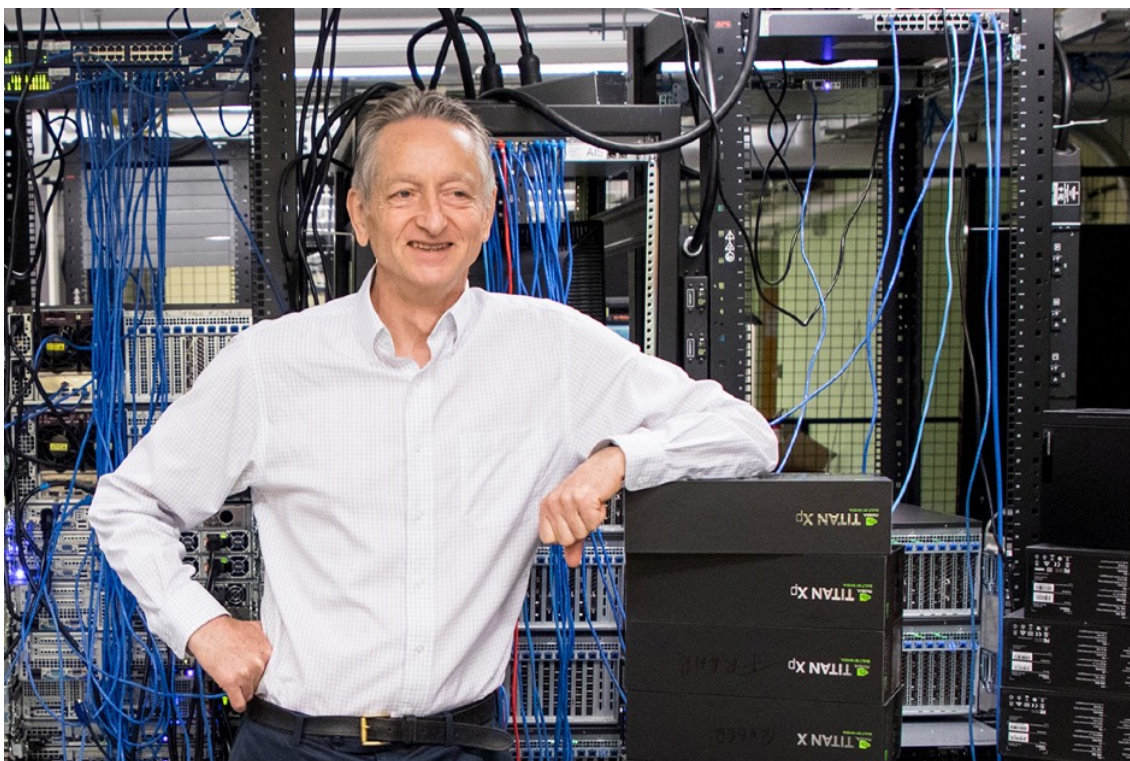
Est-ce que l'humain devra abandonner sa planète Terre pour s'exiler dans l'espace sur une autre planète ou dans un vaisseau spatiale comme les personnages de Star Trek ?

Est-ce que la machine deviendra le maître des humains ?

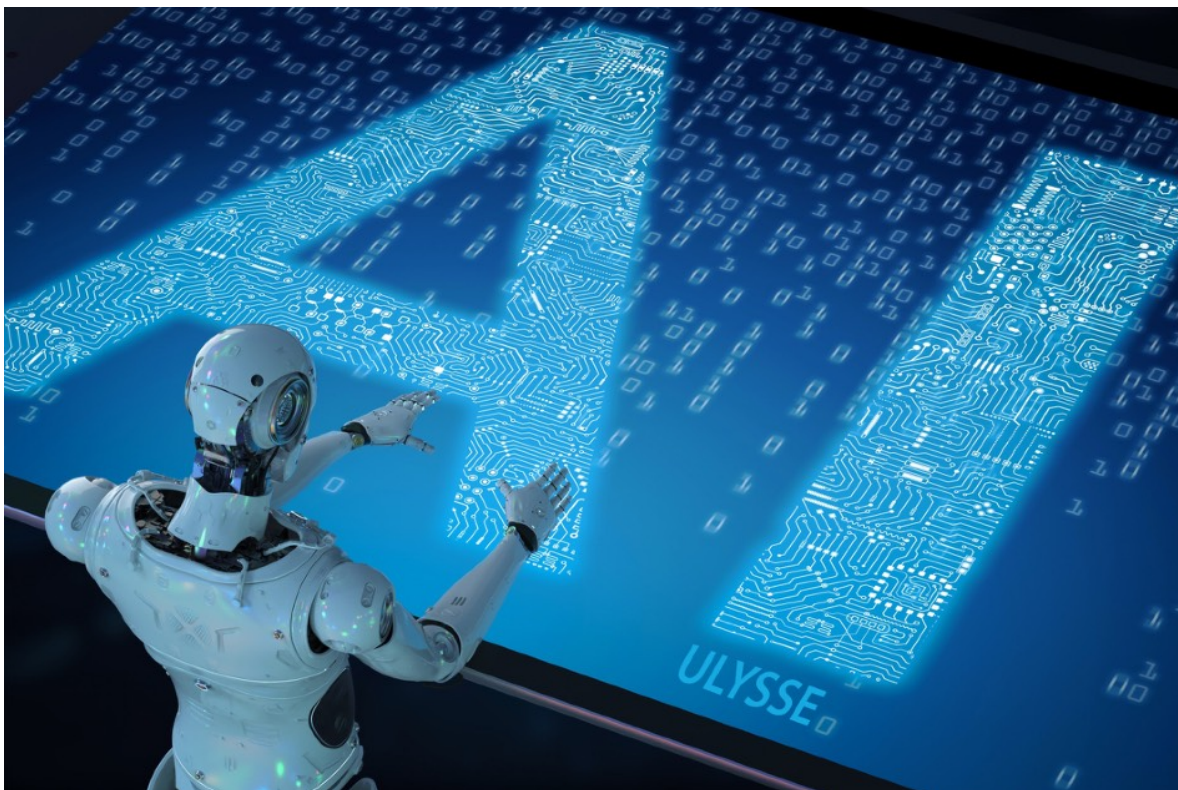
Voilà des questions existentielles que déjà certains chercheurs se posent, incluant certains journalistes...



Bernard Bujold et sa mascotte Ulysse - projection de l'intelligence artificielle



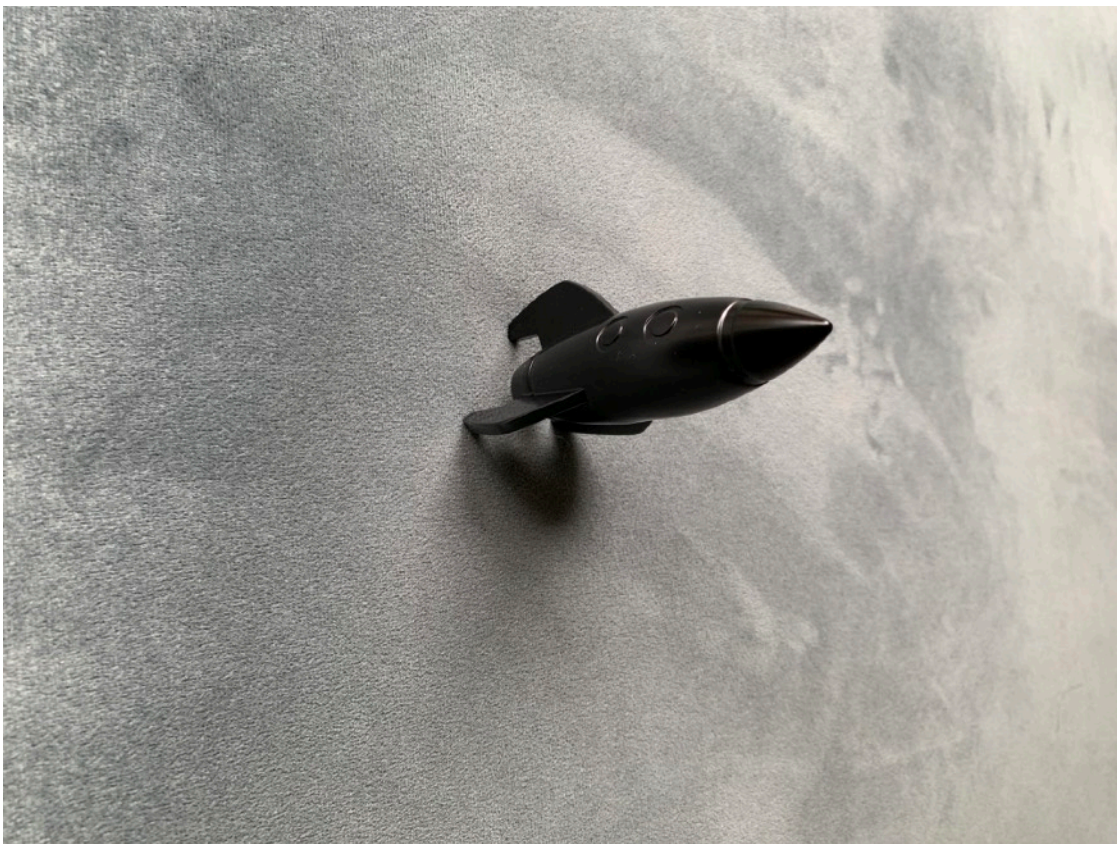
Geoffrey Hinton pionnier de l'Intelligence artificielle (IA).- 2023



Robot intelligence artificielle - 2023



La Mascotte Ulysse selon l'intelligence artificielle - 2023



L'homme dans l'Espace selon la technologie de 2023



Bernard Bujold selon l'Intelligence artificielle - 2023



CHAPITRE 14

Le danger d'être journaliste

Le métier de journaliste peut être dangereux dans de nombreux contextes. Les journalistes sont souvent exposés à des risques tels que la violence, l'intimidation, la détention, la torture et même la mort, particulièrement dans les zones de conflit, les régimes autoritaires ou lorsqu'ils enquêtent sur des sujets sensibles comme la corruption, le crime organisé, les droits humains ou la politique.

On évalue à plus de 1400 les journalistes qui ont été tués dans le monde entier depuis 1992. Les journalistes femmes sont également plus vulnérables aux violences sexuelles et sexistes en ligne et hors ligne.

Il est important de souligner que la liberté de la presse est un droit fondamental et que les journalistes jouent un rôle essentiel dans la défense de la démocratie, la lutte contre la désinformation et la promotion de la transparence et de la responsabilité. Il est donc crucial de protéger les journalistes et de garantir leur sécurité dans l'exercice de leur métier.

Personnellement, j'ai toujours pratiqué une forme de journaliste pacifique et sécuritaire, mais j'ai connu quelques moments qui auraient pu mal se terminer.

L'un de ces moments fut en janvier 2021, alors que je voulais couvrir en photos l'occupation du magasin La Baie au centre-ville de Montréal. Je voulais conserver en archives sur mes divers médias sociaux des photos des tentes montées par les sans-abris devant le magasin.

La Baie de la rue Sainte-Catherine à Montréal est un magasin de prestige en plein centre-ville, mais la fermeture de tous les marchands à cause du coronavirus avait amené une sorte d'envahissement par des gens sans-abris.

Je ne voulais pas me faire remarquer et c'est discrètement avec mon iPhone en mode silencieux que je me suis approché des tentes et que je photographiais sans dévoiler mon action en tenant l'appareil sur mon pantalon. J'avais pris une dizaine de photos quand un des sans-abris sortit de sa tente et commença à me crier en me demandant pourquoi je prenais des photos de sa tente ? Il s'approcha vers moi et il me menaçait de son poing tout en continuant de crier.

J'avais le choix entre le confronter, ou quitter les lieux rapidement ! J'ai choisi de fuir, mais ce ne fut pas facile, car il me suivait en continuant d'être agressif, de crier et de gesticuler violemment à mon égard. Plus j'accélérais ma fuite, plus lui aussi accélérait sa poursuite.

Finalement, j'ai commencé à courir vers le boulevard René Lévesque en direction de la statue du Saint Frère André...

Le sans-abri a finalement cessé de courir vers moi et j'ai pu quitter le secteur, mais j'avais vraiment eu peur. Qu'est-ce que j'aurais fait si plusieurs sans-abris avaient rejoint celui qui me menaçait. J'aime autant ne pas penser à cette possibilité surtout que nous étions en plein confinement et que la COVID était à son sommet. Les policiers n'étaient pas à proximité et puisque tous les commerces étaient fermés, je n'aurais eu aucun endroit où me réfugier.

Je considère que cet événement est le moment le plus dangereux de ma carrière en tant que photographe et journaliste qui voulait rapporter l'occupation d'un centre-ville urbain par des sans-abris.

Le travail de journaliste est dangereux et plusieurs sont menacés, kidnappés ou tués chaque année. Le bilan des journalistes tués ou kidnappés dans le monde est très élevé. Selon les chiffres de Reporters sans frontières (RSF), en 2021, 50 journalistes ont été tués dans l'exercice de leur profession et 262 ont été emprisonnés. En outre, de nombreux autres journalistes ont été victimes d'intimidation, de harcèlement et de menaces de mort. Ces chiffres sont alarmants et témoignent de la difficulté de faire du journalisme dans de nombreux pays où la liberté de la presse est restreinte et où les journalistes sont considérés comme une menace par les gouvernements, les groupes armés et les criminels. L'organisation Reporters sans frontières mène une campagne pour défendre la liberté de la presse dans le monde entier et pour protéger les journalistes contre la violence et les persécutions.

Il est important de souligner que la liberté de la presse est un droit fondamental et que la protection des journalistes est essentielle pour garantir une information libre et indépendante dans nos sociétés démocratiques, mais ne peut la garantir dans des pays étrangers et non démocratiques.

Le plus récent événement violent à l'égard d'un journaliste est la détention d'Evan Gershkovich, un journaliste du Wall Street Journal, que le gouvernement russe accuse d'espionnage.

Evan Gershkovich est un journaliste américain qui travaille pour le Wall Street Journal. Il couvre principalement les sujets liés à l'Europe de l'Est, en particulier la Russie et l'Ukraine. Il a écrit de nombreux articles sur la politique, l'économie et la société de ces pays. Avant de rejoindre le Wall Street Journal, Evan Gershkovich a travaillé pour d'autres publications, telles que Foreign Policy et The Moscow Times. Il est titulaire d'une maîtrise en journalisme de l'Université de Californie à Berkeley et d'une licence en histoire et en russe de l'Université de l'Illinois à Urbana-Champaign.

Evan Gershkovich est reconnu comme un journaliste expérimenté et respecté dans le domaine de la couverture de l'Europe de l'Est. Ses articles ont été publiés dans de nombreuses publications internationales et ont été largement cités par d'autres médias. Un après-midi alors qu'il allait prendre un café à Moscou avec un ami, des policiers sont rapidement descendus d'une voiture, l'ont embarqué et accusé officiellement d'espionnage et l'ont emprisonné en attendant un éventuel procès....

Il existe aussi un danger de violence pour les usagers des médias sociaux, car certains individus tentent d'influencer et manipuler les autres usagers. Mais il est plus facile de contrôler cette violence internet, soit en bloquant les personnes agressives ou simplement en les éliminant de la liste de ses abonnés.

Personnellement, je considère mes sites de médias sociaux comme mon espace personnel, comme mon salon. Les personnes qui fréquentent mes sites sont comme les invités. Je peux donc contrôler qui est admis ou non. J'ai rencontré quelques abus sur mon compte Facebook, mais j'ai rapidement corrigé la situation et je peux affirmer que mes divers sites de médias sociaux sont parfaitement sécuritaires, agréables et harmonieux.



Bernard Bujold devant le magasin La Baie - Montréal - janvier 2021



Campement de sans-abris - La Baie rue Sainte-Catherine - janvier 2021



Campement de sans-abris - La Baie rue Sainte-Catherine - janvier 2021



Statue Saint Frère André - Boulevard René Lévesque - Montréal - janvier 2021



Montréal - janvier 2021

CONCLUSION

L'avenir du journalisme

Ma passion du journalisme continue de m'animer et elle continuera probablement jusqu'à ma mort.

Être un journaliste, c'est être curieux de la réalité de la vie. Lorsque j'étais actif dans la profession, notamment avec Quebecor, je rêvais de lancer un jour mon propre magazine, une sorte de TIME selon ma vision éditoriale personnelle.

La gratuité de l'Internet ainsi que la puissance de l'ordinateur personnel m'ont permis de réaliser mon rêve avec les médias sociaux et la publication virtuelle.

L'Internet et les programmes de technologie virtuelle m'ont aussi permis la création de mon meilleur ami, le fidèle Ulysse, une mascotte pour mes publications virtuelles.

Ce recueil de mes pensées sur le journalisme est un autre exemple des possibilités qu'offre la technologie moderne.

J'ai vécu à une époque captivante et je continue de vivre et d'apprécier l'évolution de notre humanité sur le plan des communications.

Ayant connu les téléphones à ligne commune où l'on pouvait écouter discrètement les conversations de nos voisins, je me demande souvent si je rêve ou si je vis une vraie réalité avec tous ces outils modernes qui continuent d'être inventés jour après jour.

Aujourd'hui, en 2023, avec la technologie Internet, on peut considérer que tout individu qui a accès aux médias sociaux est un journaliste. C'est le même phénomène qu'en photographie, et quiconque a un téléphone intelligent est en soi un photographe.

Le monde des communications n'a jamais été autant accessible et démocratique.

L'histoire du journalisme est directement liée à celle de l'humanité. On peut ainsi établir un parallèle avec l'ouvrage « Sapiens : une brève histoire de l'humanité » de Yuval Noah Harari. Ce livre historique explore l'évolution de l'humanité. Le livre est divisé en quatre parties : la révolution cognitive, la révolution agricole, l'unification de l'humanité et la révolution scientifique. Dans la première partie, Harari explique comment l'humain a évolué pour devenir l'espèce dominante sur Terre et comment il a développé le langage, la culture et la capacité de penser de manière abstraite et de communiquer. Il explore également l'extinction d'autres espèces humaines.

La deuxième partie du livre se concentre sur la révolution agricole, qui a vu le développement de l'agriculture et la domestication des animaux, entraînant des changements significatifs dans la société et la culture humaines. Harari explique comment l'agriculture a permis la formation de sociétés plus grandes et plus complexes, mais a également engendré de nouveaux problèmes tels que l'inégalité sociale et les maladies.

Dans la troisième partie, Harari explore comment les humains ont développé la capacité de créer des ordres imaginaires, tels que la religion, l'argent et l'État-nation, qui ont joué un rôle important dans le façonnement de la société humaine et la civilisation. Il explique également comment l'unification de l'humanité par le commerce et l'impérialisme a eu des conséquences à la fois positives et négatives.

Enfin, dans la quatrième partie, Harari aborde la révolution scientifique et la manière dont elle a transformé la société humaine, entraînant des avancées dans les domaines de la médecine, de la technologie et de la compréhension de l'univers. Il explore également l'avenir potentiel de l'humanité, y compris la possibilité d'une ère post-humaine avec l'intelligence artificielle.

Dans l'ensemble, "Sapiens" est un livre qui incite les lecteurs à réfléchir profondément à l'histoire et à l'avenir de l'humanité et indirectement à l'avenir du journalisme, car le journalisme fait partie de l'humanité.

L'histoire de l'humanité se comprend mieux si l'on admet que ce qui différencie l'homme de l'animal, c'est le pouvoir de l'imagination. Toute l'humanité est basée sur l'imagination et l'acceptation de cette imagination par les humains. Les religions, les gouvernements, les entreprises, le système économique et financier, le journalisme, etc. Tout est une création de l'imagination et rien n'est basé sur la réalité biologique de la vie.

Le journalisme est un concept comme tous les autres concepts de notre société. Il est un outil de société pourvu qu'on veuille le considérer ainsi et sa réalité ne repose que sur notre acceptation de son rôle. Divertissement ou science de la vérité ? La définition du journalisme dépend de l'usager, de ses croyances et de son imagination !

Quoi qu'il en soit, en conclusion finale, on peut dire que les fictions de Dick Tracy ou Stars Trek avec Jean-Luc Picard sont devenues notre réalité quotidienne.

Que nous réserve l'avenir ?

Nous sommes à un nouveau tournant dans l'histoire de l'humanité avec les changements presque quotidiens que vivent présentement les diverses industries et ceci est particulièrement vrai pour les

médias sociaux comme Facebook, Instagram, Twitter, Google et les autres ?

L'avenir du journalisme est incertain et les médias qui sont les leaders actuels ne sont aucunement assurés de leur domination dans l'avenir. Et aujourd'hui l'avenir n'est plus dans 30 ans, mais souvent dans quelques mois...

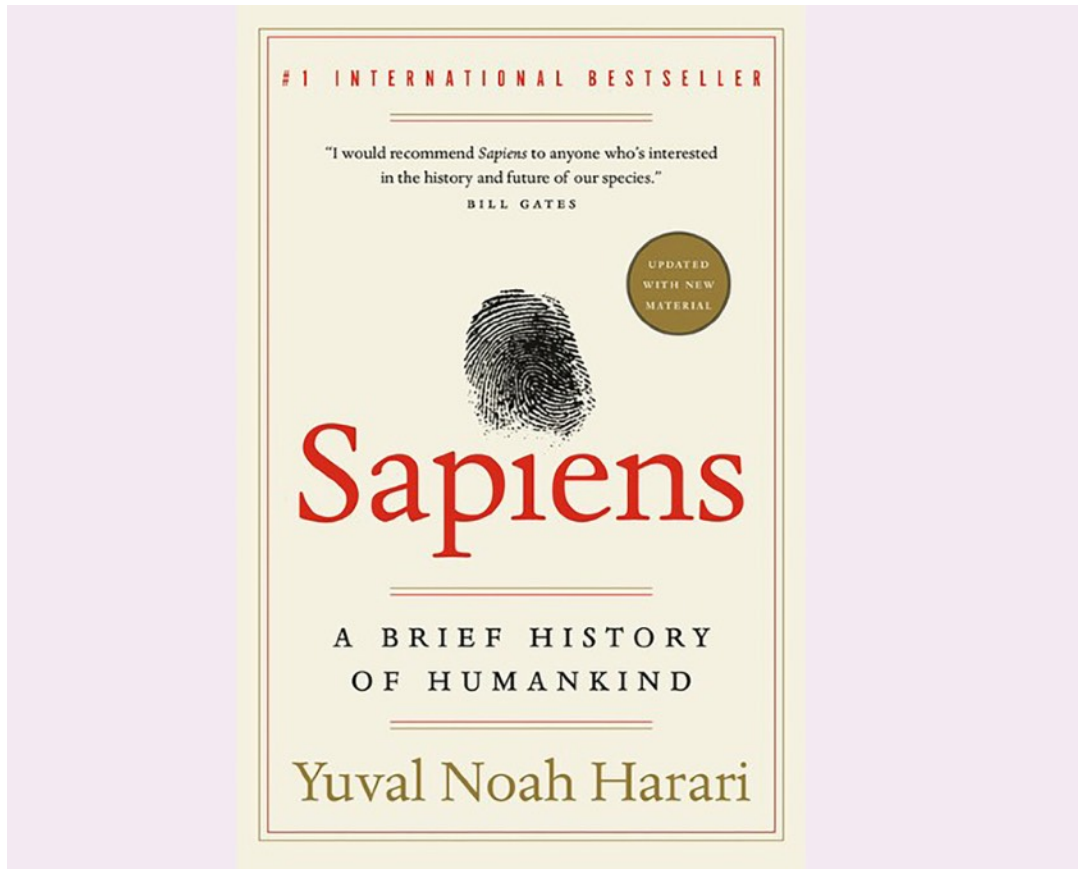
D'ailleurs, à titre de preuve, depuis le début de la préparation de ce livre en juillet 2022, j'ai dû modifier à plusieurs reprises le plan de rédaction et les sujets à cause de changements majeurs dans la technologie et dans le monde du journalisme.

Lorsque j'étais adjoint aux communications au cabinet du Premier ministre Brian Mulroney en 1985, Michel Gratton (1952-2011) un ex-journaliste du quotidien Le Droit, qui était l'attaché de presse francophone pour Mulroney, me répondit un jour alors que je lui dévoilais une information secrète que je venais d'apprendre : "Je le savais déjà, car je sais tout ! »

Sa réplique m'avait surpris, mais elle m'a surtout marqué et encore aujourd'hui, je m'en rappelle. Sa réponse était en soi l'objectif ultime à atteindre pour tout journaliste. Tout savoir! Mais il ne faut surtout pas se faire d'illusion, car on ne sait jamais tout, que l'on soit journaliste ou simple citoyen.

L'avenir est à suivre...

Note - Pour rédiger ce recueil sur le journalisme, j'ai utilisé les moteurs OpenAI par Bing de Microsoft ainsi que ChatGPT, qui sont devenus en quelque sorte mes chercheurs personnels et des adjoints à la correction de la maquette, mais j'ai écrit tous les textes publiés et j'ai toujours rédigé selon mon interprétation. Le texte final de ce livre est entièrement mon texte !



Couverture livre SAPIENS -A brief history of Humankind - 2011





Ulysse avec Madonna et l'auteur en Dick Tracy - photo intelligence artificielle



Jean-Luc Picard, l'auteur et l'équipage Star Trek- photo intelligence artificielle

RÊVE D'UNE ENTREVUE JOURNALISTIQUE EN L'AN 2053 ...

Avec toutes mes recherches sur le journalisme moderne, les technologies métaverses de Facebook, la visière 3D d'Apple et l'intelligence artificielle, mon esprit a fini par produire des rêves étranges, comme j'en fais souvent dans mon sommeil...

Dans un de ces rêves, mon fidèle Ulysse et moi étions projetés en l'an 2053 et nous accordions une entrevue à un personnage virtuel 3D ressemblant étrangement à Mickey Mouse dans le jeu virtuel Mirrorverse développé par Disney en 2022.

Dans mon rêve, le Mickey virtuel était devenu un journaliste et il survolait le jardin à l'arrière du Manoir !

Voici le récit de mon rêve futuriste...



Le légendaire Mickey de Disney devenu journaliste en l'an 2053 -

ENTREVUE VIRTUELLE - 28 juin 2053

MICKEY - Bonjour, fidèle **mascotte Ulysse** et **Bernard Bujold**!
Votre livre « **LE JOURNALISTE** » fut le livre de l'année en 2023, mais comment voyez-vous le journalisme aujourd'hui, 30 ans plus tard, en ce 28 juin de l'an 2053?

ULYSSE ET MOI - Selon nous, il n'y a aujourd'hui qu'un seul grand média : un superordinateur provenant de l'intelligence artificielle qui détient toutes les réponses à toutes nos questions, un peu comme Google et Bing dans les années 2023.
En 2053, tous les citoyens de la Terre ont accès à cet ordinateur et il s'appelle « **PLANÈTE 1** ».

MICKEY - Que sont devenus les journalistes humains ?

ULYSSE ET MOI - En fait, tous les citoyens de l'humanité sont devenus des journalistes qui fournissent les informations à l'ordinateur « **PLANÈTE 1** », lequel grâce à sa puissance exceptionnelle, est en mesure de les rassembler rapidement et les rendre accessibles à tous. D'ailleurs, mon livre de juin 2023 « **LE JOURNALISTE** » est inclus dans cette base de données et il est ainsi devenu éternel.
À l'époque, la publication du livre sur Internet m'avait permis de rejoindre les lecteurs partout dans le monde et, contrairement aux livres en librairies, les livres sur Internet sont accessibles sans date d'expiration en magasin alors que les livres papier étaient renvoyés à l'éditeur après quelques mois et après un an, ils finissaient au pilon... Le virtuel a donné l'éternité à tous mes livres, incluant celui de 2023.

MICKEY - Mais pour revenir au rassemblement de l'information mondiale sur « **PLANÈTE 1** », ce concept existait déjà avec Google, Bing et Chat dans les années 2023 ?

ULYSSE ET MOI - Oui, mais leur système n'était pas en temps réel.

Les moteurs de recherche tels que Google, Bing et Chat utilisaient des algorithmes sophistiqués pour obtenir, indexer et diffuser les informations en ligne. Les moteurs de recherche utilisaient des logiciels appelés "robots d'exploration" ou "robots d'indexation" pour parcourir le Web. Ces robots suivaient les liens d'une page à l'autre pour découvrir de nouvelles pages web.

Une fois que les robots d'exploration découvraient une page, ils extrayaient le contenu de celle-ci, y compris le texte, les images et les liens, pour créer une copie dans une base de données appelée l'index. L'index contenait des informations structurées sur les pages web, permettant aux moteurs de recherche de les retrouver plus rapidement lors d'une requête.

Lorsqu'une requête était soumise à un moteur de recherche, il analysait l'index pour trouver les pages web qui correspondaient le mieux à la requête de l'internaute. Les moteurs de recherche utilisaient des algorithmes de classement complexes qui prenaient en compte plusieurs facteurs tels que la pertinence du contenu, la popularité de la page, la qualité des liens pointant vers la page pour déterminer l'ordre des résultats. Les moteurs de recherche affichaient ensuite les résultats de manière organisée sur une page de résultats. Ils fournissaient généralement des extraits des pages pertinentes, des titres de pages et des URL pour aider les utilisateurs à choisir les résultats qui leur convenaient le mieux.

Mais ce n'était jamais en temps réel. Par exemple, la programmation, en juin 2023, de CHAT OPEN AI en tant que modèle de langage artificiel GPT-3.5 s'était arrêtées en septembre 2021. Cela signifiait que les connaissances et les informations de CHAT étaient basées sur les données disponibles jusqu'à cette date de l'indexation en 2021. Le système n'avait pas accès à l'information en temps réel et ne pouvait pas fournir de détails sur les événements qui avaient eu lieu après septembre 2021, Il fallait alors vérifier avec chacun des sites médias en ligne pour obtenir des informations à jour. Aujourd'hui en

juin 2053, avec le superordinateur « PLANÈTE 1 », l'indexation de l'information est en temps réel ! On peut dire que c'est la machine qui informe l'humanité tout entière. La machine est devenue le journaliste universel de la planète Terre.

MICKEY - Mais comment peut-on savoir ce qui est vrai et ce qui est faux parmi les informations transmises par les citoyens au superordinateur si c'est en temps réel ?

ULYSSE ET MOI - Le superordinateur « PLANÈTE 1 » est tellement puissant qu'il peut établir le vrai du faux et éliminer les fausses nouvelles dans l'immédiat.

MICKEY - Le superordinateur « PLANÈTE 1 » est un peu devenu le maître du monde ?

ULYSSE ET MOI - « PLANÈTE 1 » est impossible à contrôler par les humains. Cela pourrait être dangereux, mais la machine est si puissante et programmée en fonction de la vérité que l'humanité est en sécurité. La machine est devenue comme les dieux d'autrefois. C'est la domination de machine de la vérité !

MICKEY - Mais si la machine est la vérité et qu'elle représente les forces du bien, cela veut dire qu'il n'y a plus de guerres ni de crimes ?

ULYSSE ET MOI - Vous avez tout compris ! L'ordinateur « PLANÈTE 1 » est d'une puissance telle, et programmé vers la vérité, qu'il peut éliminer le mal dès sa création de notre savoir collectif et de la base de données universelle.

« PLANÈTE 1 » empêche ainsi les guerres, les conflits et les crimes.

MICKEY - D'accord pour cette nouvelle machine, mais comment a-t-elle éliminé les injustices économiques de la planète ?

ULYSSE ET MOI - La nouvelle humanité vit de façon virtuelle un peu comme dans le concept de Star Trek: The Next Generation avec Jean-Luc Picard dans les années 1987. Il n'y avait pas de système économique sur les vaisseaux spatiaux, mais chacun y trouvait son compte. En éliminant la monnaie, l'économie est devenue universellement disponible à tous. C'est le prolongement de la gratuité qui avait été mis de l'avant par les fournisseurs internet des années 2020, les Google, Facebook, Twitter, et les autres. En 2053, la gratuité universelle est assurée par « PLANÈTE 1 ».

MICKEY - Cette machine aura une durée de vie de combien de temps ?

ULYSSE ET MOI - La machine est éternelle. Elle s'autoprogramme, régénère ses structures et autoproduit sa propre énergie. La machine « PLANÈTE 1 » est finalement ce qui apportera la vie éternelle à l'humanité. On peut dire aussi que c'est la machine qui informe l'humanité tout entière. La machine est devenue le journaliste universel de la planète Terre.

MICKEY - Mais qu'advient-il de la mortalité humaine ?

ULYSSE ET MOI - Les humains continuent d'être mortels sur le plan biologique, mais leur existence spirituelle est devenue éternelle grâce à l'information contenue dans la base de données de la machine "PLANÈTE 1". C'est semblable à l'ancienne utilisation des médias sociaux des années 2020, où une personne décédée continuait d'exister sur Facebook ou Instagram. En 2053, ce concept est encore plus avancé, permettant la communication virtuelle avec l'avatar d'un défunt.

Sur le plan biologique, la machine permet aux humains de prolonger leur vie de plusieurs années grâce aux informations médicales de « Planète 1 » qui améliore la prévention des accidents et offre des possibilités quasi éternelles de guérison des maladies.

MICKEY - La vie éternelle est donc une machine !

ULYSSE ET MOI - L'humain a toujours rêvé de la vie éternelle et il la chercha pendant longtemps dans la fontaine !
Il suffisait de chercher au bon endroit pour la découvrir.
Bien sûr la mortalité biologique demeure, pour le moment du moins...
L'humain et son corps ne sont pas devenus immortels, mais ce sont le souvenir et l'âme que la machine immortalise de façon virtuelle pour l'éternité.

MICKEY- Et comment définir l'éternité? C'est une question compliquée!

ULYSSE ET MOI - Vous avez raison, qu'est-ce que l'éternité ?
D'ailleurs toute la vie dans son ensemble est difficile à définir !
Où commence la réalité de la vie et où commence le rêve ?
Une question existentielle que je me pose souvent...
Je vais vous donner un exemple.
Récemment, j'ai rêvé dans mon sommeil que j'étais dans une fête avec un groupe d'amis au chalet et que, par surprise, une de mes anciennes "flammes" amoureuses était sur place. Elle était contente de me revoir et elle donna une chaleureuse bise.
Cette femme est dans la réalité une actrice que j'ai connue dans une autre vie, il y a plusieurs années et qui habite l'Europe.
Dans le rêve, nous agissions comme deux adolescents qui se demandent timidement : est-ce le bon moment pour vivre l'histoire d'amour qui ne s'était pas réalisée autrefois ?
Je me suis alors réveillé de mon sommeil, dans la réalité d'un vieil homme dans son jardin...
Mais la question est demeurée dans ma tête : le bonheur et la vie sont où ?
Dans le rêve ou la réalité ? J'ai connu un profond bonheur dans mon rêve durant la rencontre avec mon ancienne amoureuse.
Chaque moment que nous vivons dans la réalité disparaît avec le passage du temps, tandis que chaque rêve de notre sommeil s'envole avec notre réveil.

S'il y a une conclusion, c'est qu'au final, autant la réalité que le rêve ne sont qu'illusion !

MICKEY - Est-ce que la machine « PLANÈTE 1 » est une femme ou un homme ?

ULYSSE ET MOI - La machine « PLANÈTE 1 » se reproduit elle-même. Elle n'a donc pas de genre sexuel.

MICKEY - Est-ce qu'Ulysse et vous êtes devenus éternels ?

ULYSSE ET MOI - Ulysse est de bronze, donc il a toujours été un peu éternel. Moi, je le suis devenu éternel avec le virtuel. Est-ce que vous aimez ma barbe de vieil homme ?

MICKEY - Vous avez effectivement l'allure d'un sage ! Vous pourriez faire de la publicité pour la super machine...

ULYSSE ET MOI - J'aime bien votre suggestion. Je vais le mentionner à la machine !

MICKEY - Dernière question, est-ce que vous avez été heureux d'être un journaliste ?

ULYSSE ET MOI - En fait, le journalisme était mon deuxième choix. Je rêvais au départ d'être un riche homme d'affaires ! Le sort en a voulu autrement, mais c'était probablement dans ma personnalité. Je suis curieux et j'aime poser des questions. Trop poser de questions pour un entrepreneur conduit à l'échec... J'ai demandé à mon ami Pierre Péladeau si je deviendrais riche un jour, comme lui? Il m'a regardé dans les yeux et il m'a répondu qu'il ne le pensait pas. Je n'avais pas le goût du risque et je posais trop de questions. Un entrepreneur ne doit pas s'interroger au sujet des chances de succès de ses projets, car il aura peur et il ne prendra jamais de risque. Il ne faut pas se poser de questions et foncer ! Mais Péladeau avait ensuite dit que j'étais le meilleur journaliste qu'il avait

connu et côtoyé! Il avait ajouté : « Tu sais tout, et si tu ne le sais pas, tu le découvres ! C'est un talent très rare. »

MICKEY - Comment expliquez-vous ce talent de tout savoir?

ULYSSE ET MOI - L'art de tout savoir, pour un journaliste ou pour quiconque, est toujours dans la bonne question et surtout savoir comment poser cette bonne question.

Je vous donne un exemple : un jour, je devais vérifier la loyauté d'un individu. Ce dernier m'affirmait être en faveur d'un groupe, mais une source me disait que je me trompais et qu'il était plutôt en faveur d'un autre groupe communautaire.

Je connaissais bien l'individu, et je l'aimais bien, mais je savais que si je le confrontais en lui posant directement la question, il nierait toute allégeance. J'ai donc pris un angle détourné pour poser ma question. J'ai approché le personnage en le félicitant chaleureusement pour son don à l'organisme qu'il prétendait ne pas appuyer. Je lui dis qu'il avait toute mon admiration et que moi, je n'aurais jamais eu le courage de faire cela.

Il me demanda tout surpris comment j'avais appris qu'il avait contribué financièrement à l'organisation en question, ce à quoi je lui répondis que plusieurs personnes le savaient et que tous l'admiraient. Il me confirma alors qu'effectivement, il appuyait l'organisation en question, qu'il prétendait ne pas appuyer, et que fondamentalement, c'était dans ses croyances, et que oui, il avait contribué financièrement. J'avais ma confirmation !

Je le félicitais encore une fois et je lui répétais qu'il avait toute mon admiration. On ne provoque jamais une bonne source d'information en le mettant mal à l'aise en face de ses contradictions ou en l'humiliant pour ses mensonges. Je n'ai donc pas confronté l'individu et son secret !

MICKEY - On peut également conclure que vous êtes devenu, malgré la prédiction de Pierre Péladeau, un homme riche, car aujourd'hui en 2053, la monnaie n'existe plus et la richesse est le savoir. Vous qui

êtes un journaliste éternel, on peut dire que vous êtes très riche pour l'éternité, parce que vous savez tout...

ULYSSE ET MOI - Voilà une excellente conclusion à notre entrevue ! Et pour nous accompagner dans cette vie virtuelle éternelle, Ulysse et moi, nous avons la compagnie éternelle et virtuelle de mon amoureuse de la belle époque. Voilà le bonheur total pour l'éternité... Mais vous, Mickey, comment se fait-il que vous soyez devenu un journaliste en 2053 ? Vous étiez en 2023 un personnage d'un jeu Disney en 3D, Mirrorverse, si je me souviens bien...

MICKEY - On pourrait conclure au conte de fées ! Moi aussi, je suis devenu éternel et je suis maintenant une illusion projetée justement par la machine « PLANÈTE 1 ». Je prends un rôle différent selon chaque rêve que propose la machine ! Merci pour cette entrevue, cher Ulysse et vous, Bernard, le journaliste éternel. C'est maintenant le temps de vous réveiller de votre rêve futuriste...

-30-

NOTE- Le journaliste virtuel Mickey dans le rêve de l'auteur semble provenir de Mirrorverse, un jeu 3D développé et produit en collaboration par les entreprises Disney. Le jeu a été lancé le 23 juin 2022. Le jeu de Disney se déroule dans un univers fictif adjacent aux autres mondes de Disney et met en scène des personnages de nombreux films et franchises du catalogue Disney revisités dans des intrigues virtuels. Disney Mirrorverse est un jeu de rôle dont l'histoire se déroule dans un univers parallèle du rêve appelé "Mirrorverse", On pourrait faire un rapprochement au niveau du concept de Disney avec les jeux de rôle que l'on retrouve dans le monde virtuel de Second Life, les visières 3D Metaverse de Facebook et celles d'Apple dont Disney est le partenaire principal au niveau du contenu.

Mais l'inspiration du rêve de l'auteur dans son sommeil demeure totalement inexplicable, comme tous les rêves, surtout que ce rêve se déroule en l'an 2053...



Bernard Bujold et mascotte Ulysse en l'an 2053

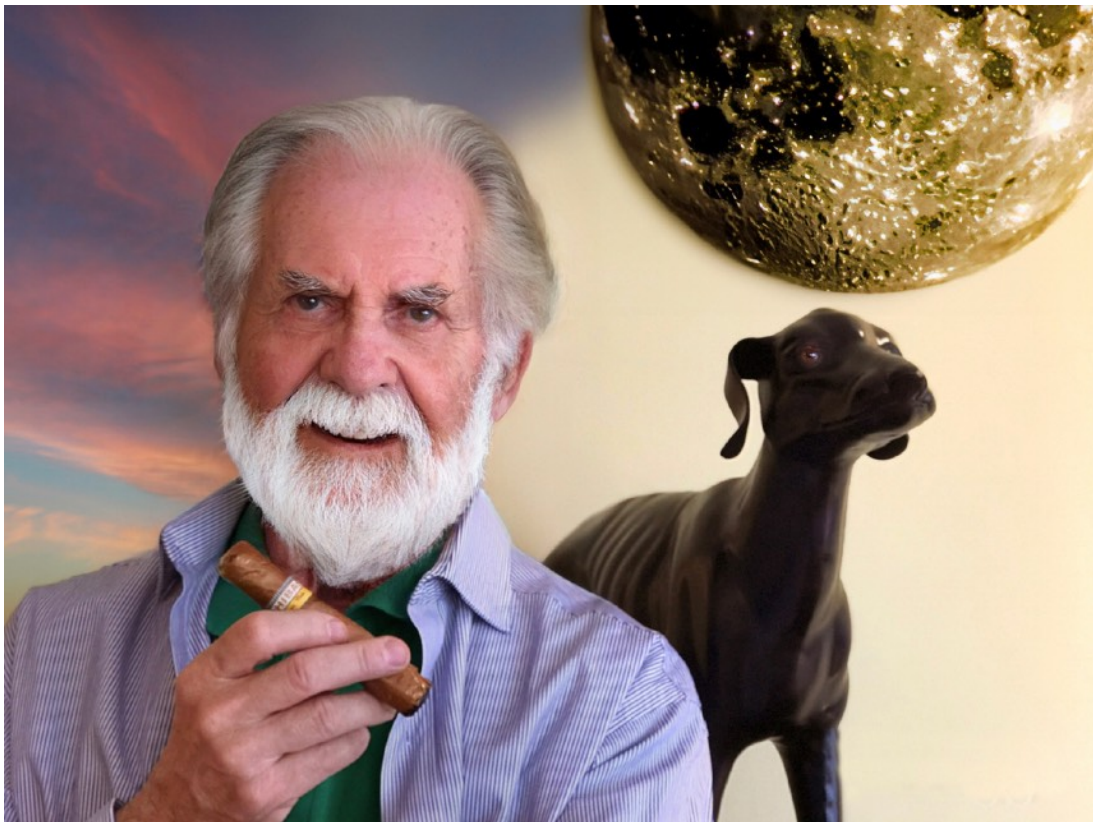




Le jardin du Manoir éternel en l'an 2053



L'amoureuse virtuelle éternelle en l'an 2053



Le vieil homme, sa mascotte Ulysse et au dessus d'eux « PLANÈTE 1 - 2053



La Machine éternelle « PLANÈTE 1 » en l'an 2053



**À mes deux enfants
David-Bernard et Stéphanie;
à mes deux petites-filles Ava et Emma;
et à mon amoureuse éternelle et virtuelle de
la belle époque!**

28 juin 2023 -

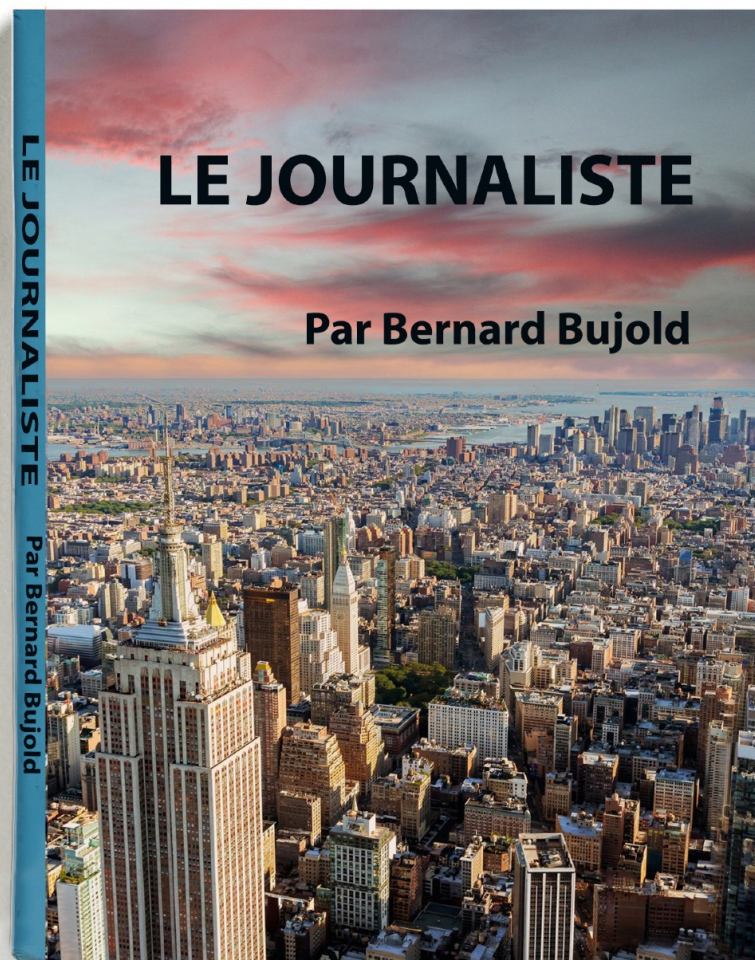
LE JOURNALISTE -

Cet ouvrage se veut un regard sur le métier de journaliste, une passion pour moi. Je raconte mon propre parcours de journaliste débuté dans les années 1970, et ensuite j'examine l'évolution du journalisme contemporain, notamment avec les médias sociaux et l'intelligence artificielle et je termine avec un regard sur l'avenir du journalisme en l'an 2053.
- Bernard Bujold

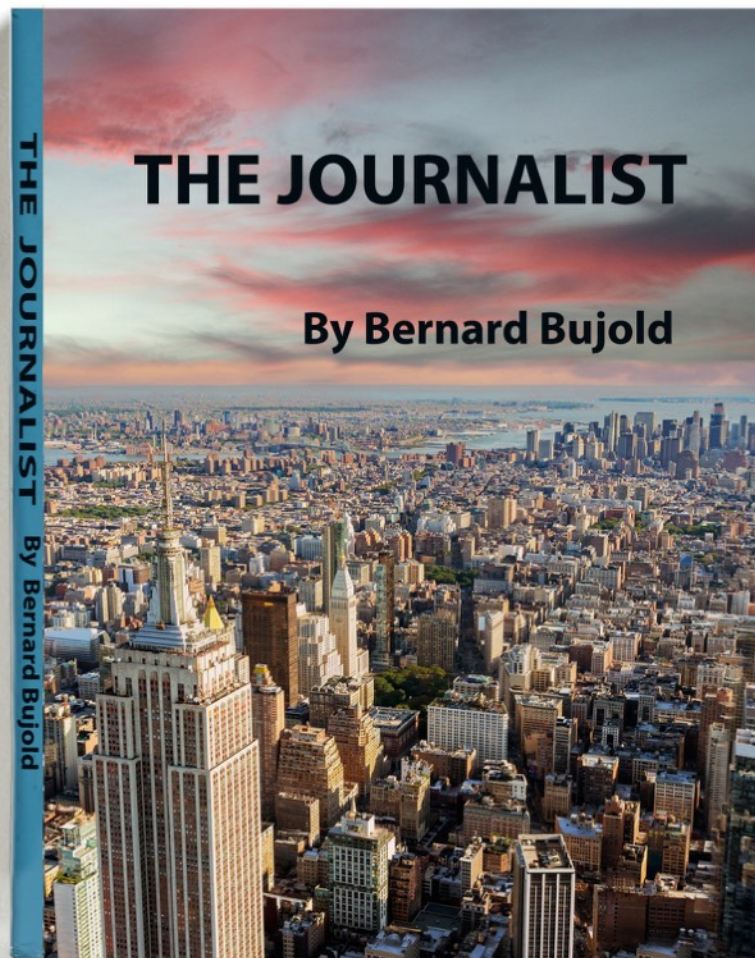
Collection UN BEL ENDROIT POUR MOURIR

Numéro ISBN: 978-2-9821799-0-5

LE JOURNALISTE
Par Bernard Bujold



TÉLÉCHARGEMENT GRATUIT EN VERSION PDF
Français



[FREE DOWNLOAD IN PDF FORMAT](#)
ENGLISH



COLLECTION ÉDITIONS - **UN BEL ENDROIT POUR MOURIR**

www.lestudio1.com

Numéro ISBN : 978-2-9821799-0-5
Dépôt légal Bibliothèque et Archives
nationale du Québec
Le Journaliste - 206 pages -
Publié le 28 juin 2023