

## Le journalisme au pied du mur : les sites du Net

### Description

Les sites d'information accessibles par Internet ne sont plus seulement « compagnons » : ils ne se contentent plus de dupliquer, de prolonger ou de compléter les grands médias d'information ayant pignon sur rue : TF1, *Le Monde* ou RTL. Désormais, à l'instar de Rue 89, AgoraVox, de MediaPart, de Bakchich, ils entendent redonner au journalisme et à l'information leurs lettres de noblesse, à la faveur d'une indépendance et d'une liberté retrouvées. Ils se veulent les héritiers d'un journalisme « citoyen » ou « participatif », capable d'opérer une heureuse synthèse entre le journalisme professionnel et la « culture participative » du Net. Chemin faisant, ils entendent faire tomber le mur séparant les professionnels et les amateurs, reprenant à leur compte ce langage auquel les Américains ont donné depuis peu le nom de « proam », forts du succès, en l'occurrence, de ces sites « collaboratifs » dont Wikipédia constitue l'incontestable fleuron.

Avec Internet, nous sommes, depuis 2004-2005, dans la même situation qu'en 1960 : le paysage de l'information est en pleine recomposition et les journalistes, du même coup, sont condamnés à s'interroger à nouveau sur leur métier, sur sa discipline, sur son ultime raison d'être.

Aujourd'hui comme hier, l'information et le journalisme traversent une crise qui n'est pas seulement de crédibilité, mais également de légitimité : on s'interroge davantage sur la confiance qu'il convient de leur accorder, et on se met à douter qu'ils soient un allié sûr pour la démocratie.

Nous en sommes là aujourd'hui, tandis que certains sites d'information, juxtaposant des articles écrits par des journalistes confirmés, des interventions d'experts et les points de vue des internautes, affichent leur ambition de refonder le journalisme, donnant ainsi à penser que les médias d'information « conventionnels » sont passés de mode, frappés d'obsolescence, à moins qu'ils aient démerité, qu'ils se soient détournés de leurs idéaux, au risque de perdre tout à la fois leur crédibilité et leur légitimité. Nous sommes aujourd'hui dans la même situation qu'en 1960, quand l'arrivée spectaculaire, quasiment par effraction, de la radio et de la télévision sur le terrain de l'information d'actualité mit soudain un terme au règne exclusif, pour ne pas dire au magistère, des journaux quotidiens. On n'imaginait guère, à l'époque, que les journalistes puissent exercer leur métier, ou répondre à leur vocation, ailleurs que dans la presse imprimée.

Internet cherche aujourd'hui à se trouver une destination dans l'information, comme la radio et la télévision le faisaient, dans les années 1960-1970, avec les flashes d'Europe 1 ou de RTL, et les *Cinq colonnes à la une* de la RTF devenue l'ORTF en 1964. Pourquoi ce qu'ils ont fait jadis avec

le *Petit Journal* et le *Times*, quand ils jetaient les fondations de l'information moderne, les journalistes ne le feraient-ils pas demain, avec d'autres médias, dont les performances, pour être différentes, n'en sont pas moins égales à celles de leurs illustres prédécesseurs ? Et pourquoi des « amateurs » ne pourraient-ils pas s'improviser journalistes, se risquer au redoutable exercice de la parole publique, du moins s'ils ont quelque chose à dire qui puisse intéresser quelqu'un ou quelques-uns, puisqu'ils sont soumis au même droit et aux mêmes juges que les professionnels ? Dans une démocratie qui garantit à tous le droit à la libre expression, la frontière n'est pas, en ultime analyse, entre les amateurs et les professionnels ; elle n'est pas davantage entre les journalistes « citoyens » et ceux des journalistes qui ne revendiqueraient pas cet attribut : elle sépare ceux qui jouissent de la confiance de leurs lecteurs ou de leurs auditeurs et ceux qui, internautes, experts ou journalistes en titre, ne parviennent pas à acquiescer cette confiance.

Les nouveaux médias numériques, certes, bouleversent les modèles économiques de l'information, comme l'atteste aujourd'hui le changement de cap du *New York Times*. Mais le succès couronnera toujours ceux des médias, parmi les anciens, qui auront su parier sur les attentes de leurs lecteurs pour étonner leur audience. *The Economist* en Grande-Bretagne, *Le Parisien* et *Le Télégramme* en France. Ce n'est pas non plus un hasard si certains blogs ultra-spécialisés font désormais et déjà figure de référence dans le monde des lettres professionnelles. Le Web ne va pas évincer les médias d'information « traditionnels », la presse, la radio et la télévision, pas plus que la télévision n'a supplanté le cinéma, pas plus que la radio n'a vidé les salles de concert. Dans le monde des médias, le nouveau ne remplace pas l'ancien : il s'ajoute à lui, allant jusqu'à lui ouvrir, très souvent, des perspectives nouvelles.

Oublier cet enseignement qui fait figure de loi nous empêcherait, alors que les journaux ne sont plus les seuls à informer, de jouer la carte de la complémentarité entre les médias, d'évaluer leurs atouts et handicaps respectifs, de créer entre eux une véritable communauté d'intérêts. Elle empêcherait la presse quotidienne, qui a vu naître l'information pour tous et la professionnalisation du journalisme, de faire aussi bien que possible ce qu'elle sait faire de mieux, laissant à d'autres le soin de faire ce qu'ils feront toujours mieux qu'elle. Cet oubli nous empêcherait enfin d'agir inopportunément l'épouvantail de la concentration, plutôt que de favoriser l'essor de groupes plurimédias, qui encouragent souvent le pluralisme, par intérêt et non par vertu, bien plus qu'ils ne le restreignent.

L'essentiel, pourtant, est ailleurs : avec l'arrivée des médias numériques, le journaliste est pressé de retrouver les enjeux de l'information que l'on dit « générale et politique », ses exigences, mais aussi ses limites. Certes, les règles du jeu ont beaucoup changé depuis que la télévision a imposé un certain empire sur l'information du plus grand nombre. Comme elles changeront, davantage encore sans doute, avec la multiplication des sites d'information sur la Toile. Et la compétition entre les médias n'est assurément pas sans danger. Mais l'évocation de la course de vitesse entre les compétiteurs, de leur obsession commune de plaire à tout prix, de leur tentation parfois de confondre l'information avec le divertissement ou les relations publiques, cette seule évocation suffit à rappeler

que les enjeux de l'information et du journalisme seront les mêmes, demain, qu'à l'époque des premiers grands journaux quotidiens.

Le constat impose : l'utopie d'un monde où tous seraient journalistes, grâce au Web « participatif », ne peut conduire qu'au cauchemar d'un monde sans journalistes, un monde voué à la désinformation, au sens littéral du terme. Puissent les journaux imprimés, après avoir été son lieu de naissance, demeurer ce qu'ils sont, une terre d'élection pour l'information des citoyens.

## Categorie

1. Articles & chroniques

**date création**

21 décembre 2007

**Auteur**

francisballe