

CEREMONIE DE REMISE DU PRIX DUMUR 2006

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

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

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

TOUS JOURNALISTES ?

Compte rendu du débat par Béatrice Guelpa

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

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

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

Un journalisme de conversation

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

d'informations brutes non triées, d'avant l'apparition de l'espèce journalistique.

Pierre Ruestchi, rédacteur en chef de la Tribune de Genève parle de l'« atomisation du marché de l'édition et interroge : « Qui va lire l'ensemble de ces contributions ? Sur le marché romand, combien de blogs peuvent se targuer d'avoir plus de dix réactions ? » Guillaume Chenevière, directeur de la Fondation « Médias et Société », dit la même chose, mais en chiffre : en Corée du Sud, 40% de la population rédige son blog. « Chaque personne devient un média. Il y a beaucoup plus de témoignages, des millions de commentaires... Nous sommes passés d'un journalisme de discours à un journalisme de conversation ». Le constat est clair. Reste la question essentielle : quel rôle pour les journalistes dans cet univers de dialogue à deux qui, pour le moment, se passe très largement d'eux ?

Retour au b-a-ba ?

Que l'on soit enthousiaste, allergique, ou indifférent, la blogosphère présente au moins une vertu : son émergence oblige à nous interroger une nouvelle fois sur les valeurs fondamentales de notre métier. Bref, les blogs dé/placent les journalistes face à eux-mêmes. Ce qui n'est déjà pas si mal.

L'un des succès du Bondyblog, relève Jean-Jacques Roth, est d'avoir « donné la parole à des gens qui n'en ont pas ». Ici, le reportage rejoint la mission citoyenne ». Toute la question est de savoir s'il s'agit d'un nouveau journalisme, ou, au contraire, d'un journalisme local à l'ancienne, réhabilité, « repeint aux couleurs de l'électronique ». Les blogs sont-ils un support qui permet d'offrir un contenu différent aux lecteurs ou un simple emballage marketing ?

Participer !

Cette réflexion sur la réhabilitation de la mission du localier, fait directement écho au formidable besoin d'expression du public que semblent refléter le phénomène des blogs. Ces formats, qui permettent un dialogue critique et immédiat avec les lecteurs, interroge aussi les médias traditionnels sur le moyen de mieux utiliser ou prendre en compte l'audience, c'est-à-dire le public. Comment le faire participer, se demandent certains, tel Pierre Ruetschi. « Le modèle traditionnel, avec le courrier des lecteurs, est mourant. Cela ne signifie pas que la presse soit en train de mourir, mais elle doit s'adapter, intégrer le blog pour échanger avec le public. Le média devient une sorte de place de village. Il faut passer d'un journal papier à un média qui propose et dispose de toute une panoplie de captation et d'échange ».

Mais la mise à nu que nous impose les blogs ne s'arrête pas là. En permettant une sorte de mise à égalité entre les rédacteurs et les blogueurs - les réactions sont aussi utiles que les compétences professionnelles sur les blogs -, ils renvoient à la fonction même du journaliste, souvent noyé dans

une presse qui oscille entre l'information et le divertissement. Ils posent la question du sens, du choix, du tri, de la mise en scène de l'information. « S'il s'agit seulement de fragments éparpillés, à quoi bon ? », s'exclame encore le rédacteur en chef du Temps.

Risque d'être englouti

Face à ces interrogations, certains, comme Bernard Rappaz, rédacteur en chef de tsr.ch, adoptent des positions plus ou moins tranchées. Pour lui, il ne faut pas « surestimer ou charger le blog de toutes sortes de maux imaginaires. C'est avant tout un outil de publication, il ne s'agit que d'un support, et tout dépend de ce que nous en faisons. « Nous, journalistes, nous devons organiser, exister dans cette « conversation entre blogueurs », sinon, nous sommes morts ». Selon Bernard Rappaz, rester sur le bas côté de la route, en faisant mine de croire que les forums et autres blogs n'ont aucun intérêt risque de conduire au pire. « Je crains que dans ce cas, cette blogosphère ne finisse par nous engloutir. Nous n'avons pas pris la mesure de ce qui se joue ».

Alain Jeannot, rédacteur en chef de L'Hebdo jette un regard de stratège. Les médias « traditionnels » ne doivent pas céder leur place, mais au contraire, occuper ce nouveau terrain. « Nous n'avons plus le monopole de l'information et de l'opinion. Nous devons chercher les meilleures formules d'intégration du papier et du Web. Peu importe le média, c'est le contenu qui compte. Nous n'avons pas le choix. ! Nous qui sommes encroûtés dans nos habitudes, nous devons multiplier les expériences, les bricolages, du style du bondyblog. Sans perdre trop d'argent ».

Quelles valeurs ?

Soit, répond Guillaume Chenevière, mais n'est-on pas en train d'introduire le loup dans la bergerie? Comment recréer un espace public ? C'est ça le challenge ». Et Gérard Tschopp, directeur de la RSR de renchérir : « On bricole, on essaye. La fusion, des rédactions, la fusion des médias, elle est devant nous. Il s'agit de faire tomber les frontières. Mais quelles règles pour ce cyberspace ? Quelles valeurs journalistiques allons-nous défendre ? Faut-il que nous transposions nos valeurs déontologiques telles qu'elles, ou faut-il les adapter à ces nouveaux médias ? Moi, je suis pour une forme de rigueur ». Tout comme Guillaume Chevenière, qui s'écrie : « Les professionnels des médias doivent faire entendre beaucoup plus fort qu'aujourd'hui les valeurs qu'ils défendent ! C'est cela qui fera la différence ».

Béatrice Guelpa

Quid du « Bondy blog ? »

A l'automne 2005, lorsque les banlieues françaises brûlent, la rédaction de L'Hebdo décide de s'installer à Bondy, dans le 9-3, pour comprendre ce que

les envoyés spéciaux français ne parviennent pas à expliquer. Ils décident d'ouvrir un bureau, comme ils l'auraient fait à Washington, et se retrouvent dans un local prêté par le club de foot local. Durant trois mois, quatorze journalistes de la rédaction se relayent au pied des tours et déversent leur expérience sur le blog.

Ce Bondy blog, qui devient rapidement « la voix des banlieues ». Aujourd'hui, les journalistes de L'Hebdo sont retournés dans leurs bureaux, mais l'expérience se poursuit. Depuis février, la nouvelle rédaction, dirigée par Mohamed Hamidi, compte huit bloggeurs bondinois de tous horizons professionnels. « Il s'agit d'un outil d'insertion », commente le rédacteur en chef bénévole, professeur dans son autre vie.

Ce qui n'empêche pas la « voix des banlieues » de se faire entendre (4000 lecteurs par jour). Au point que le Bondy blog a été approché officiellement par la plateforme *Yahoo!* pour couvrir l'élection présidentielle l'an prochain. Interview de Ségolène Royal en visite à Bondy, "coming out" de Stéphane Pocrain, ex-écologiste et candidat noir à l'élection 2007. Autant de scoops qui disent toute l'ambition de ce blog, qui se voit davantage comme un point de vue sur les réalités nationales et internationales que comme un journal local online.

Le Bondy blog est-il en train de s'institutionnaliser ? Sans doute, et le succès à ses revers, comme le note Mohamed Hamidi, qui ne souhaite pas que ses bloggeurs deviennent « des professionnels du journalisme ». Le rédacteur en chef est pris en étau entre les « tentatives de récupération du blog », et l'incompréhension de certains lecteurs qui voient d'un mauvais œil leur blog se rapprocher de journaux prestigieux comme *Le Monde* ou collaborer avec *Yahoo*.

Et puis, contre l'attitude « méprisante » de certains journalistes qui ont parfois tendance à prendre les bloggeurs de Bondy pour des guides de la cité. « Le Bondy blog, bientôt Tour Operator du 9-3. Visites en car, vitres blindées, sensations garanties. C'est gratuit et le café est offert en fin de parcours. Apportez pain sec et cacahuètes », s'exclame Mohamed Hamidi. Davantage blessé qu'ironique.

B.G