

La mutation des médias menace-t-elle le journalisme de qualité ?

Résumé de la conférence de Guillaume Chenevière¹ donnée le 22 février 2007 à l'auditoire de la Maison de la Communication de Lausanne.

Observateur attentif des mutations actuelles des médias dans le monde, Guillaume Chenevière relève d'abord les signes qui font de 2006 une année de basculement pour tous les médias écrits et audiovisuels.

Entre autres exemples, il cite les étudiants en journalisme de l'ESJ de Lille et les journalistes du Guardian : pour les premiers comme pour leurs aînés britanniques, internet est devenu la première source d'information. Le quotidien anglais a d'ailleurs décidé de devenir un média internet avant d'être un journal sur papier. De même, les étudiants de la « Journalism School » de l'Université de Columbia apprennent désormais d'abord à écrire pour le web, l'écriture « papier » venant en deuxième priorité.

Par ailleurs, plusieurs faits spectaculaires démontrent l'importance que prend la participation du public dans le développement des médias. News Corp, l'empire média de Rupert Murdoch, a investi de très grosses sommes d'argent pour le rachat du site MySpace. Idem avec Google, qui a mis la main sur le géant de la vidéo personnelle Youtube. Guillaume Chenevière cite encore la création de Joost, plateforme de télévision interactive sur internet, ou d'Alternative Channel, dont les programmes devraient être constitué de travaux vidéo qui n'ont pu être diffusés ailleurs. Le fait est que les consommateurs de médias ressentent un besoin grandissant d'aller chercher l'information par eux-mêmes, voire de la créer.

Cette évolution a de multiples conséquences pour les médias, quels qu'ils soient. En premier lieu, elle signifie la fin de la domination anglo-saxonne, qu'on voit déjà affaiblie par l'apparition de télévisions comme Al-Jazira, ou par la diffusion mondiale des photos d'Abu Ghraib. Pour la presse écrite, l'emprise d'internet générera une partition entre information numérique et information papier. Le web se chargera de diffuser les faits bruts, tandis que le papier se limitera aux articles d'analyse et aux textes trop longs pour la lecture numérique.

Mais c'est du côté de la crédibilité des médias que se situe le plus gros enjeu de cette révolution. La multiplication des sources d'informations et la volonté de participation du public oblige les entreprises médiatiques à plus d'exigence et de transparence. Or les médias ne connaissent généralement pas leurs critères de qualité. D'où la nécessité de créer une instance de surveillance tel que la Fondation « Médias et société » afin de développer une nouvelle culture de la responsabilité.

¹ Ancien directeur de la TSR, Guillaume Chenevière a fondé et co-dirige la Fondation Médias et Société, institution de contrôle des médias indépendante qui tente de rassembler les professionnels autour de règles communes suivies volontairement (www.certimedia.org).