

« L'Explosion du journalisme »

Le Monde.fr
Le blog de Thierry Savetier

<http://savatier.blog.lemonde.fr/2011/03/03/lexplosion-du-journalisme/>

Avec *L'Explosion du journalisme*, Ignacio Ramonet signe une analyse éclairante de la situation de la presse conventionnelle à l'heure de la révolution numérique. Éclairante, car éloignée des idées reçues alors que la doxa met en lumière le supposé pouvoir de nuisance qu'exercerait une nouvelle forme de « journalisme citoyen » en croissance exponentielle. Blogs, forums, réseaux sociaux et sites d'information plus ou moins participatifs seraient, entend-on çà et là, censés tuer la presse traditionnelle, diffuser de fausses nouvelles, colporter des ragots, voire attenter à la vie privée. Il n'est qu'à voir les protestations d'une partie des faiseurs d'opinion après la diffusion par *Wikileaks* des notes diplomatiques américaines pour comprendre combien les institutionnels craignent de voir leur (quatrième) pouvoir chanceler. Cette méfiance paraît paradoxale, dans la mesure où plusieurs médias font actuellement appel aux internautes pour fournir reportages, témoignages, photos et opinions.

Il n'empêche ; jusqu'aux plus hauts sommets du pouvoir, des esprits travaillent à domestiquer la Toile, à la rendre, suivant le mot du chef de l'État, « civilisée », un terme générique qui ouvre à toutes les interprétations possibles, à tous les risques. Il est à cet égard piquant de constater que ceux qui expriment les plus vives critiques à l'encontre de l'Internet occidental, accusé de véhiculer toutes les dérives, jusqu'à la criminalité, ne tarissent pas d'éloges sur le rôle démocratique que joue ce même réseau de communication dans les dictatures, comme s'il coexistait deux Internets, l'un (le nôtre) forcément nocif, l'autre porteur de valeurs positives.

Ignacio Ramonet n'a cure de la doxa. Son étude, bien charpentée et sérieusement documentée, soulève les vraies questions expliquant la crise actuelle de la presse, qui se révèle une crise de confiance autant, sinon plus, que celle d'un modèle économique dépassé. Car ce n'est pas un hasard si, selon un sondage du CEVIPOV de janvier 2010, 27% seulement des personnes interrogées avouaient faire confiance aux médias (et 23% aux politiciens). Pour l'auteur, si la presse se porte mal, l'érosion de sa crédibilité en est d'abord la cause : « *Les citoyens se méfient d'une presse qui appartient à une poignée d'oligarques contrôlant déjà largement le pouvoir économique et qui sont souvent en connivence avec les pouvoirs politiques* », martèle-t-il, exemples à l'appui. Cette connivence des patrons de presse semble renforcée, notamment en France, par « *l'endogamie politico-médiatique* » où journalistes d'influence et politiques forment *de facto*, et parfois jusque dans leur vie privée, une « *noblesse de l'entre-soi* » sans « *vrais contacts avec la société* » et de nature à remettre en question la notion de « *contre-pouvoir* », laquelle implique une totale indépendance.

En outre, mondialisation oblige, la concentration des médias aux mains de groupes industriels soumet, note l'auteur, les journalistes à une forme d'autocensure envers « *les entreprises et les patrons qui les emploient*. » Aux éléments (illustrés de cas concrets) de ce réquisitoire, Ignacio Ramonet ajoute des exemples consternants de bidonnages de l'information, voire de désinformation, comme l'affaire dont fut victime le correspondant de France 2 Charles Enderlin, lorsqu'il avait traité la mort d'un enfant palestinien à Gaza, en septembre 2000. Il souligne encore une volonté présumée des médias d'occulter des informations, pour de bonnes ou de mauvaises

raisons, privant ainsi le public de la transparence qu'il est en droit d'attendre dans une démocratie moderne.

L'ensemble des données présentées dans cet essai, référencées dans des notes de fin de volume, permet de mieux comprendre la méfiance des citoyens envers les média classiques. Pour autant, certains sites Internet d'information « low cost » censés mieux répondre à leur demande, ne sont pas exempts de reproches. Entre sélection, à des fins mercantiles, des informations les plus racoleuses (au détriment de celles qui seraient vraiment importantes) et formatage, sinon domestication morale, des internautes, ces sites – auxquels il faut bien ajouter les réseaux sociaux – n'offrent guère plus de garanties que la presse institutionnelle.

Existe-t-il finalement un modèle économique et organisationnel d'information capable de s'adapter à « l'écosystème médiatique » ? L'auteur, après avoir consacré un chapitre très instructif à l'utilité de *Wikileaks*, explore ce domaine dans les deux dernières sections de son essai. L'un des enjeux sera naturellement de regagner la confiance du public ; un autre pose le problème de l'accès gratuit ou payant au contenu, sachant qu'aujourd'hui « 19% seulement des internautes sont prêts à franchir le "mur payant" ». Une recette proposée consisterait pour chaque médium à « se concentrer sur son savoir-faire spécifique » et à aller à contre-courant des pratiques actuelles d'urgence et de simplicité pour privilégier l'analyse et la réflexion. Le succès de l'hebdomadaire allemand *Die Zeit* repose sur cette stratégie. Toutefois, l'auteur ne cache pas que, parmi les organes de presse existants, seuls ceux qui sauront répondre au nouveau contexte créé par l'environnement numérique survivront.

« La Révolution de la presse »

par Ignacio Ramonet

Challenges n° 250, du 31 mars 2011

« Après les révélations de WikiLeaks, le vrai scandale, c'est qu'il ne se passe rien. Que cela n'ait pratiquement aucune conséquence. Et que les responsables politiques dénoncés, preuves à l'appui, pour avoir trompé leur peuple continuent de gouverner comme si de rien n'était. C'est cette impunité qui indigné et choque les citoyens. »

La seule exception à cette règle semble être le cas de la révolution tunisienne de décembre 2010-janvier 2011. La diffusion par WikiLeaks des dépêches explosives rédigées par l'ambassadeur américain Robert F. Godec, décrivant en détail l'hallucinant degré de corruption dans la Tunisie de Ben Ali, la cacochymie du dictateur et l'insatiable rapacité de son épouse Leïla et de sa famille, le « clan Trabelsi », a eu un effet catalyseur sur la population tunisienne, excédée par vingt-trois ans de dictature kleptocrate. Ce fut, comme dit le proverbe chinois, « le coup de massue qui rend lucide ».

Bien sûr, les Tunisiens ne méconnaissent pas, et pour cause, la nature policière du régime. Et le mécontentement populaire était déjà à vif, en raison notamment de la flambée des prix des denrées alimentaires. Mais quand les câbles décrivant les exactions et autres abus précis sont rendus publics le 7 décembre, les esprits s'enflamment. Les autorités tunisiennes interdisent immédiatement l'accès au site de WikiLeaks et censurent tout média local qui s'en fait l'écho. Pourtant, très vite, des sites en ligne, tel Tunileaks

(<https://tunileaks.appspot.com>), s'en emparent, les traduisent en arabe et en français, et leur donnent une très vaste diffusion. Les réseaux sociaux, le courrier électronique, la blogosphère et le « téléphone arabe » prennent le relais, alimentent l'irritation populaire. Pour la revue américaine *Foreign Policy*, c'est le triomphe de la « première révolution WikiLeaks ».

Quoi qu'il en soit, l'irruption de WikiLeaks dans le débat sur l'avenir du journalisme a eu l'effet d'une bombe. Alors que certains États tentent d'étouffer ce nouveau journalisme sous les menaces et les procès, d'autres, plus démocratiques, commencent à adopter des lois pour en garantir le droit, protéger les sources et éviter le filtrage d'Internet. C'est notamment le cas de l'Islande où le Parlement a adopté le 16 juin 2010 une loi, *Icelandic Modern Media Initiative (IMMI)*, qui offre aux journalistes et aux éditeurs une des protections les plus importantes du monde en matière de liberté d'expression, de journalisme d'investigation et de médias en ligne.

Il est clair que l'accès généralisé à Internet va devenir une exigence démocratique fondamentale au même titre que l'accès à l'éducation, au savoir ou à l'électricité. Le comblement du fossé numérique, qui demeure abyssal - les deux tiers de l'humanité, soit plus de 4 milliards d'habitants, n'ont jamais utilisé Internet -, devient une revendication universelle. Et les lois pour y protéger la liberté d'expression seront de plus en plus indispensables. »

L'avis de *Challenges*

La figure emblématique du *Monde diplomatique* suscite, sur son seul nom, les commentaires les plus vifs. Dans cet essai, Ignacio Ramonet reste assez factuel : il dresse un panorama complet - mais parfois un peu rapide, pour coller à l'actualité - de la crise traversée par la presse. Qui, selon lui, peut faire figure de modèle dans ce paysage bouleversé ? WikiLeaks assurément, mais aussi, dans la presse classique, le magazine allemand *Die Zeit*, qui a fait le choix de miser sur des articles longs et fouillés. Ce qui donne l'occasion à l'auteur de développer au passage sa théorie : place au journalisme bio ! Comme c'est le cas dans le domaine de l'alimentation, plus nous nous retrouvons gavés de nouvelles et plus nous nous tournons vers les médias capables de fournir de l'information certifiée · fiable et complète. Ramonet plaide pour « moins d'info mais mieux d'info ». Et cela n'empêchera pas les journalistes d'apprendre à diffuser autrement leur récolte, notamment via les réseaux sociaux, Le constat est là, tout reste à inventer.

J. B. D.

« L'Explosion du journalisme »

Le Grand soir
Bernard Gensane
16 mars 2011

<http://www.legrandsoir.info/Power-without-responsability>

Dans ce livre précis, très argumenté, bourré de références, l'ancien directeur du *Monde Diplomatique* analyse le changement en profondeur de ce qu'il appelle « l'écosystème médiatique » et la fin vraisemblablement inéluctable d'une grande partie de la presse écrite, les quotidiens en particulier.

Ramonet consacre de nombreuses pages à la nature de l'information à l'ère du Web 2.0. Circulant à la vitesse de la lumière, elle s'inscrit dans un processus dynamique, devient un travail en cours jamais achevé. En revanche, dinosaures sûrement en voie d'extinction, les grands groupes multimédias constitués dans les années 80 et 90 se sont avérés inefficaces face à la prolifération des nouveaux modes de diffusion de l'information. Les grands quotidiens perdent inexorablement des lecteurs " papier ", mais ne cessent d'en gagner sur la Toile (43 millions d'internautes lisent le *New York Times*).

120 quotidiens ont disparu aux États-Unis (25000 emplois détruits entre 2008 et 2010). La diffusion de la presse écrite chute de 10% par an. Comme le *Christian Science Monitor*, de nombreux grands organes de presse ont sabordé leur édition papier. Troisième groupe multimédia au monde, News Corporation (Rupert Murdoch) a reconnu des pertes annuelles supérieures à 2,5 milliards de dollars. Le *Financial Times*, un des hérauts les plus prestigieux du capitalisme libéral dans le monde, paye ses rédacteurs trois jours par semaine. Lorsque les sites web des grands journaux passent au tout-payant (le *Times*), la fréquentation s'effondre (22 millions à 200000). *Libération* ou *Mediapart* ont choisi un paiement partiel. À noter que si la presse du Web est, pour le moment du moins, quasiment gratuite, c'est qu'elle est subventionnée par les lecteurs de la presse écrite.

Auparavant, les médias vendaient de l'information. Maintenant, comme TF1 pour la firme Coca Cola, ils vendent des consommateurs à des annonceurs. Quand *Slate* (groupe du *Washington Post*) commente un livre ou un DVD, des liens relient le texte au site de vente en ligne Amazon. Pour chaque vente effectuée, *Slate* perçoit 6% du prix. Prétendre que les comptes-rendus peuvent être faussés serait faire preuve d'archaïsme !

Il fut un temps où les grands journalistes se donnaient pour mission de rédiger des analyses très argumentées, ou encore de prouver que Nixon utilisait des " plombiers ". Aujourd'hui, ils

préfèrent « fasciner le peuple » en faisant partie des *people* et en collant au plus près – jusque charnellement – des hommes et femmes politiques. Ce qui ne fait pas avancer la démocratie. En bout de chaîne, les usagers des médias, explique Ramonet, deviennent des producteurs-consommateurs et des spectateurs-acteurs.

La mission informationnelle est parasitée par la communication. Lorsque je communique, c'est pour moi ; lorsque j'informe, c'est pour toi. À partir de quand un journaliste d'un grand groupe cesse-t-il d'informer afin de communiquer pour le groupe qui le rétribue ? En France comme ailleurs, une bonne partie de la presse est concentrée entre les mains d'oligarques (Dassault, Arnault, Weill, Rothschild, Pougatchev). Or, précise l'auteur en donnant l'exemple des États-Unis, « *un cinquième des membres des conseils d'administrations des mille principales entreprises étatsuniennes siège également à la direction des plus grands médias. La communication est devenue une matière première stratégique. Le chiffre d'affaires de son industrie s'élevait en 2010 à 3000 milliards d'euros (15% du PIB mondial)* ».

Les médias ne sont plus un quatrième pouvoir chargé de contrebalancer les trois autres et de protéger le citoyen en l'éclairant : « *Les grands médias posent un réel problème à la démocratie. Ils ne contribuent plus à élargir le champ démocratique mais à le restreindre, voire à se substituer à lui. Les groupes médiatiques sont devenus les chiens de garde du désordre économique établi. Ces groupes sont devenus les appareils idéologiques de la mondialisation. Ils ne se comportent plus comme des médias mais comme des partis politiques. Ils s'érigent en opposition idéologique.* » Ils ont ainsi le beurre et l'argent du beurre, le pouvoir sans la responsabilité. Les bidonnages n'ont cessé d'augmenter. Le plus célèbre ayant été, ces dernières années, celui des armes de destruction massive en Irak. Les journalistes *embedded* sont sciemment baladés.

Face à cet amenuisement de la mission journalistique (et l'on n'évoquera même pas le parasitage de l'information par l'infotainment), une partie du monde journalistique a réagi en trouvant une nouvelle voie à trois : journalistes professionnels, experts, blogueurs participatifs (*Rue89, Huffington Post*). Là est, peut-être, la vérité de l'information collective sur la Toile.

Ignacio Ramonet consacre tout naturellement un long développement à Wikileaks. Assange, explique-t-il, a observé la mort de la société civile à l'échelle mondiale, l'existence d'un gigantesque État sécuritaire occulte parti des États-Unis, le désastre des médias internationaux qui, s'ils n'existaient pas, nous permettraient de mieux nous porter. La philosophie de Wikileaks est que, en démocratie, tout secret est fait pour être dévoilé. Wikileaks compte une vingtaine de permanents et 800 collaborateurs bénévoles. Quoiqu'en aient la justice britannique, Paypal ou Mastercard (qui ont tenté de le ruiner), Assange n'est pas seul et sa démarche est irréversible. Par la divulgation d'archives sur la corruption en Tunisie, Wikileaks a joué un facteur déclenchant, avant même le suicide du jeune diplômé marchand des quatre-saisons. Cela dit, l'information par le Web ne saurait provoquer la fin miraculeuse de l'exploitation des humains : deux sur trois n'ont pas accès à la Toile.

Les sites communautaires ont connu un développement exponentiel : 175 millions d'abonnés à Twitter, 650 millions à Facebook. Chaque mois, 970 millions de visiteurs uniques se

connectent à Google, 400 millions à Wikipedia. L'utilisation de supports, tels l'iPod, iTunes, les tablettes (qui seront très bientôt souples et qu'on pourra glisser dans la poche de notre chemisette) signe la fin des CD, des DVD et l'effondrement de l'industrie du disque. Le medium étant le message, des journaux créent des versions – pour ne pas dire des “produits” – “Smartphone” ou “iPad”.

Certains sont allés plus loin encore dans la captation des consommateurs. Avec *The Upshot*, Yahoo ! a créé un site d'infos dont les sujets traités ne sont plus déterminés par des journalistes mais par les statistiques de recherches des internautes (en France, Wikio a 3 millions de visiteurs mensuels). Cette « *massification planétaire du travail à la pige* » fait qu'une info qui n'est pas sur la Toile n'existe pas ou n'a guère d'importance. Cela peut donner, explique Ramonet, un « *sentiment d'insécurité informationnelle* ». Ce qui explique peut-être que 27% des Français, seulement, font confiance aux médias. Moins qu'aux banques qui, pourtant, ne leur font pas cadeaux.

Ignacio Ramonet termine sur une note d'espoir : selon lui, dans un monde de plus en plus complexe, en quête de repères, la presse papier de qualité, celle qui permet le recul, des points de vue exprimés honnêtement, des analyses en profondeur, a un bel avenir devant elle. Acceptons-en l'augure.

« Les médias sans boussole »

Bernard Le Gendre

Le Monde, du 26 mars 2011

Le journalisme est à un tournant de son histoire. Observant la situation en France et aux États-Unis, Ignacio Ramonet n'a aucun mal à nous convaincre qu'il y a même péril en la demeure : fragmentation du lectorat, difficultés économiques, tyrannie du tout-gratuit, surabondance des sites et des sources, prolifération des blogs, expansion des réseaux sociaux...

Tout concourt à révolutionner l'univers de l'information. Sous nos yeux, « le journalisme traditionnel se désintègre » explique l'ancien directeur du *Monde diplomatique*, qui parle d'un basculement de « l'ère des médias de masse à celle de la masse de médias ».

Il n'est pas le premier à décrire cette « explosion du journalisme », mais certains faits saillants méritaient d'être rappelés. « Entre 2003 et 2008, la diffusion mondiale des quotidiens payants s'est effondrée de 7,9 % en Europe et de 10,6 % en Amérique du Nord. » Aux États-Unis, cent vingt journaux ont disparu.

En France, les quotidiens sont à la peine, soutenus à bout de bras par des « aides à la presse » qui les maintiennent dans « une dépendance croissante et malsaine » à l'égard de l'État.

Hier, analyse Ignacio Ramonet, les médias vendaient de l'information aux citoyens. Aujourd'hui, ils la leur fournissent gratuitement. Du coup, « c'est le nombre de clics effectués par les internautes sur les bannières publicitaires qui déterminent la rentabilité d'une information. » « Pas sa fiabilité ni sa crédibilité. »

Le succès des sites d'information compense très largement, en termes d'audience, le recul de leurs éditions papier, note-t-il. Mais en termes financiers, le compte n'y est pas : « En 2008, l'audience du New York Times sur Internet a été dix fois supérieure à celle de son édition imprimée. Cependant, ses revenus publicitaires sur le Web ont été dix fois inférieurs à ceux de l'édition papier. Conclusion : pour que la publicité sur le Web rapporte, le nombre de lecteurs sur écran doit être cent fois plus important que celui de la version papier. »

Ignacio Ramonet juge sévèrement les dérives imputables aux journalistes eux-mêmes et à la « poignée d'oligarques » qui contrôlent en France et ailleurs les grands groupes de communication. On ne s'étonnera pas de l'entendre chercher des explications du côté de la « mondialisation néolibérale ».

Au-delà de cette formule passe-partout, il met l'accent sur « l'obsession de la rapidité, de l'immédiateté, qui conduit les médias à multiplier les erreurs ». Il brosse un portrait criant de vérité des journalistes « dominants » qui vivent « hors sol, sans vrai contact avec la société ». Il leur reproche leur « complicité permanente, de consanguinité, avec la classe politique, elle-même largement désavouée ».

Sans pilote, sans boussole, les médias installés doivent se faire à l'idée qu'ils ne sont plus les seuls à tirer les ficelles. Des « journalistes citoyens » leur font la leçon. Des sites comme WikiLeaks étalent au grand jour leurs lacunes...

Paradoxalement et même si son essai suggère le contraire, Ignacio Ramonet considère qu'il n'y a peut-être jamais eu de moment plus favorable pour être journaliste ». Un journalisme régénéré, qui s'émanciperait des « tendances médiatiques actuelles (urgence, brièveté, simplicité, frivolité ».

Il juge que nous traversons une période d'adaptation des médias à un nouvel écosystème. Par un phénomène naturel de sélection, certains vont disparaître, d'autres vont s'affirmer. Tel est son diagnostic. En attendant...

« Il restera un ou deux journaux par pays »

Jean-François Munster

Le Soir, du 8 avril 2011

Dans son livre *L'Explosion du journalisme*, Ignacio Ramonet évoque les multiples problèmes rencontrés par la presse écrite aujourd'hui.

Vous pointez une crise d'identité du journaliste professionnel. Que voulez-vous dire ?

Aujourd'hui, il y a cette idée et cette réalité que finalement tout le monde peut s'improviser journaliste. Une idée qui ne vient pas juste des citoyens mais aussi de l'incitation des médias eux-mêmes puisque la plupart des sites des grands journaux et de télévision encouragent le lecteur/spectateur à devenir journaliste. On le voit avec la crise arabe. Vous allez sur n'importe quel site et immédiatement, on vous dit : « si vous êtes surplace, envoyez vos vidéos, commentaires »... Sur *France 24*, il y a même une émission quotidienne consacrée à ces reportages réalisés par des citoyens. Quelle est encore la valeur ajoutée et la spécificité d'un journaliste professionnel ?

Ces journalistes amateurs représentent-ils un danger selon vous ?

Je ne porte pas de jugement moral. Je constate qu'il y a une interrogation sur l'utilité des journalistes professionnels. Une autre facette de ce débat, c'est qu'aujourd'hui beaucoup d'entreprises se disent qu'il y a un formidable vivier de pigistes pas chers à leur disposition. C'est ainsi qu'on a vu apparaître sur le web les fermes de contenus. Ces donneurs d'ordre liés au monde de la publicité commandent de façon massive à des dizaines de milliers de pigistes de l'info low cost sur des questions de la vie quotidienne qui intéressent les annonceurs. Je pense qu'il y a une crise de conscience chez les journalistes - en particulier chez les plus jeunes - et qu'ils sont à la merci d'une exploitation par des entreprises qui voudraient tirer un bénéfice de l'existence d'une si abondante main-d'œuvre.

Ce phénomène contribue donc à la précarisation de la profession.

Bien sûr. Cela engendre une pression sur les prix. Sur le site Suite101 qui est une forme de contenus, on ne paie les pigistes que si les lecteurs cliquent sur les fenêtres publicitaires accompagnant l'article. Vous ne recevez aucune pige. C'est pire que tout ce qu'on a jamais vu dans la presse écrite.

Un titre de journaliste professionnel est-il forcément un gage de sérieux ?

Pas du tout. Il y a de plus en plus de bloggeurs qui bénéficient d'une vraie crédibilité dans leur secteur. Quand je prends le site américain Huffington post qui est une référence, les blogs sont sa colonne vertébrale. Ce ne sont pas des journalistes professionnels - il peut y en avoir - mais des experts, des professeurs, des anciens politiques qui les tiennent... Des sites français comme Atlantico ou Rue89 ont la même approche.

La nouveauté aujourd'hui, c'est que les grands médias traditionnels ont de plus en plus de mal à imposer leurs informations comme étant les meilleures. Sur le Net, les informations sont classées en fonction du nombre de gens qui les lisent. Ce sont les internautes qui choisissent ce qui monte en Une en se recommandant les articles entre eux et non plus un rédacteur en chef tout puissant. Nous sommes donc dans un système où on ne tient plus compte du critère « professionnel ».

Vous êtes très critique par rapport à la presse écrite. Vous parlez d'érosion de sa crédibilité. Comment l'expliquez-vous ?

Internet a provoqué une crise de la presse écrite mais ce n'est pas la seule raison. Il y a aussi la perte de crédibilité. Les médias sont aujourd'hui lancés dans une course à la vitesse et comme la presse écrite est plus lente que la radio, la TV ou l'Internet, elle essaie de prendre des raccourcis. Autant on est habitué à l'idée que la rumeur et l'approximation sont des caractéristiques de l'info en ligne, autant on pensait que la presse écrite en était exemptée. Aujourd'hui, on déchant. Si elle avait fait son boulot convenablement, Wikileaks n'aurait pas dû être créé.

La crise prive les journaux de moyens, ce qui a forcément un impact sur la qualité...

C'est vrai bien sûr. Avec les difficultés économiques, les journaux ne peuvent plus tout financer et il y a des genres qui sont en voie de disparition : le grand reportage, le billet des correspondants étrangers, l'investigation. Toutes ces choses qui donnent une personnalité à un titre. Une petite musique. Aujourd'hui, on s'est habitué à ce que les journaux disent tous à peu près la même chose. Il faut écrire court, factuel. On peut même se demander si demain les journaux vont conserver des rédactions. Leur taille diminue sans cesse. Au Québec, suite à un conflit social et une grève, le *Journal de Montréal*, a continué à sortir pendant quatorze mois sans l'apport de la rédaction. Le propriétaire a utilisé des apports extérieurs. Et pendant cette période, il a augmenté son bénéfice et sa diffusion. Regardez le *Huffington Post*. Il a infiniment plus de collaborateurs extérieurs que de journalistes internes. Cela me pose problème. Une rédaction, cela forme un tout. Il y a des débats, des échanges, des désaccords : c'est l'âme d'un journal. Si on n'a plus ça, qu'est-ce qu'il va rester ?

Les journaux papier vont-ils disparaître ?

Non, mais je ne pense pas non plus qu'il y aura toujours autant de journaux généralistes qu'aujourd'hui. Il en restera un ou deux par pays et pas plus. Le vrai problème, c'est qu'on n'a pas trouvé de modèle économique viable pour la presse en ligne.

Les éditeurs espèrent l'émergence d'un modèle payant grâce à l'iPad...

Ils sont convaincus qu'avec l'iPad, on va revenir à cette idée que c'est l'offre qui va conditionner la demande, Mais ce n'est pas la logique d'Internet. Un journal sur iPad, c'est un produit fini, hiérarchisé. Cela ne correspond pas à la logique d'Internet qui se caractérise par son caractère infini, par le fait de butiner. On ne peut pas forcer l'internaute à avoir l'attitude de dépendance qu'a un lecteur de journal papier.

Vous réitérez dans votre livre vos critiques contre les médias qui ne joueraient plus leur rôle de contre-pouvoir. N'est-ce pas injuste ? Récemment encore, c'est la presse française qui a fait éclater l'affaire Bettencourt qui s'est soldée par le départ du ministre du Budget Eric Woerth, un proche de Nicolas Sarkozy.

La presse exerce son rôle de contre-pouvoir contre le pouvoir politique. C'est devenu assez courant de traîner les dirigeants dans la boue. Les médias sont-ils plus courageux qu'avant ? Franklin Roosevelt, considéré comme un saint aujourd'hui, recevait la presse dans son cabinet ovale en présence de sa maîtresse. Aucun journaliste ne l'a écrit à l'époque. Aujourd'hui, ce ne serait plus le cas. Le politique n'intimide plus personne, car il a perdu son pouvoir. Où s'exerce-t-il aujourd'hui ? Dans les sphères économiques. Et là, il n'y a pas de contre-pouvoir de la presse. Regardez l'affaire Madoff. Il a fallu que tout s'effondre pour que le montage soit révélé. Je ne me souviens pas non plus d'avoir lu beaucoup d'enquêtes ou d'attaques contre les banques spéculatives avant la crise financière, C'est plus facile d'écrire un article au vitriol à propos d'un ministre. On tire sur l'ambulance et on est considéré comme un héros.

« Le journalisme est pris dans un affolement »

Frédérique Roussel

Libération, du 18 mars 2011

Ignacio Ramonet, ex-directeur du Monde diplomatique, éditorialiste et théoricien de la communication, imagine dans son livre L'Explosion du journalisme, des médias de masse à la masse des médias, le journalisme comme un Gulliver ligoté par des milliers de liens minuscules à son arrivée sur l'île des Lilliputiens : débordé et rendu impuissant par la révolution numérique. Mais ne cédant pas au pessimisme. Entretien.

Pourquoi ce livre ?

Les journalistes racontent leurs pratiques, mais sans en tirer une expérience théorique. On ne peut être qu'intéressé par l'observation du bouleversement actuel dans la presse écrite. Un livre de cette nature, sur l'état des lieux du choc induit par Internet, n'existait pas. J'ai essayé de décrire l'immense champ du journalisme en ligne. Aujourd'hui, il est possible de créer un journal à peu de frais et d'avoir une caisse de résonance. *Ohmy news*, lancé en 2000 en Corée du Sud, site d'information participatif que j'ai visité il y a quatre ans, représente une référence dans le domaine. Il est lu par le président de Corée tous les matins ! Des perspectives nouvelles se sont ouvertes qui ne signifient pas pour autant la fin des journaux. L'expérience théorique montre que les médias ne disparaissent pas, ne s'empilent pas.

Qu'entendez-vous par explosion ?

Les médias dominants ont explosé au profit d'une masse des médias, dans un passage des médias-soleil aux médias-poussière. Il y en a partout. Les amateurs ont accédé à l'expression avec une expertise au moins aussi grande que certains journalistes. Les spécialistes n'ont plus besoin d'intermédiaires. Qu'est-ce que le journalisme et qu'est-ce qu'un journaliste aujourd'hui ? Il suffisait de voir le JT de France 2 l'autre soir sur le Japon : une majorité de vidéos prises par des citoyens français était diffusée. Le journaliste se justifie dans la mesure où il garantit l'information, par sa rigueur, la vérification, le contraste. Seulement, il se trouve aujourd'hui en concurrence avec l'ensemble des autres supports. Il est pris dans un affolement, dans la tyrannie de l'urgence. Et de plus en plus de médias sont tentés de conférer le statut de journaliste à n'importe quel témoin.

J'y vois notamment comme conséquence la disparition du journalisme d'investigation. De moins en moins de journaux ont les moyens de financer des enquêtes. Une initiative comme WikiLeaks n'aurait pas été possible s'il y avait eu un vrai journalisme d'investigation. Elle vient combler une carence. En même temps, WikiLeaks a eu l'intelligence de s'associer avec des grands médias et de faire appel à l'expertise des journalistes pour contextualiser et vérifier. WikiLeaks a accepté l'idée qu'il y ait des journaux qui continuent à être des références.

Les rédactions pourraient-elles disparaître ?

C'est seulement une intuition. Les rédactions représentent l'âme du journal, une ébullition stimulante d'idées. Les journalistes en ligne n'ont pas besoin d'être réunis pour faire un journal. Regardez cette grève de deux ans au *Journal de Montréal*, le quotidien le plus vendu au Québec : il a continué à paraître grâce à des non-journalistes et a même vu ses ventes augmenter. Un journal sans journalistes... Un choc énorme qui nous oblige à réfléchir. Il montre un scénario que pourraient envisager certains patrons pour les équipes rédactionnelles. Ils pourraient se dire que le plus facile, c'est de se passer des rédactions. Au Huffington-Post, une grande partie du contenu provient de personnalités extérieures.

Les fermes de contenus, ces plateformes d'articles soumis à la loi de l'offre et de la demande, représentent-elles une rivalité de plus ?

Il y a aujourd'hui dans le monde des millions de personnes pour produire des textes experts sur des millions de sujets. Et prêtes à travailler pour rien, empiétant sur les prérogatives traditionnelles des journalistes. Des fermes de contenus comme Demand Media proposent des milliers de sujets par jour à des milliers de gens payés des clopinettes, ou comme Suite101, rédigé par des centaines d'experts. Si les fermes de contenus ne concurrencent pas le journalisme aujourd'hui, c'est parce qu'elles ne diffusent que des infos pratiques et du service ; elles pourront demain se spécialiser dans de l'actualité générale.

Quel est le cinquième pouvoir que vous proposez ?

La presse représente le quatrième pouvoir. Il est inconcevable qu'une démocratie fonctionne sans. Cela a été possible jusqu'au milieu du XIXe siècle, puis la presse écrite a créé l'opinion publique, le recours des citoyens contre les abus des trois pouvoirs traditionnels. Mais le quatrième pouvoir se vit tellement comme un contre-pouvoir, qu'il apparaît de plus en plus réticent à accepter d'avoir lui-même un contre-pouvoir. Un cinquième pouvoir dénoncerait le super-pouvoir des grands groupes médiatiques. Les révolutions en Égypte et en Tunisie ont montré que les réseaux sociaux pouvaient faciliter le passage à l'acte. Facebook a permis aux protestataires de sortir de l'isolement contre une dictature et de propager des consignes très concrètes. Le pouvoir s'est soudain retrouvé devant une masse de gens déterminés qui ne se connaissaient même pas.

Pourquoi évoquez-vous un darwinisme de sélection ?

L'écosystème médiatique a changé. L'irruption de chaque invention renverse l'économie du champ, l'ancien modèle économique. Si les journaux ne le comprennent pas, ils ne pourront pas s'en sortir. Ceux qui sauront maintenir leur crédibilité et leur exigence de qualité ne sont pas menacés d'extinction. Il ne s'agit pas seulement d'une question d'adaptation. L'ensemble de l'habitat du journaliste, comme pour un animal, est bouleversé. Il n'y a plus autant d'oxygène, la nourriture n'est plus la même qu'avant et il faut rapidement trouver de nouveaux repères.

« L'Explosion du journalisme »

Frédéric Durand

L'Humanité-Médias du 8 avril 2011

Dans un ouvrage court et percutant, Ignacio Ramonet, décrypte les bouleversements de l'écosystème médiatique. L'avenir de la presse papier, le métier de journaliste, le développement des réseaux sociaux, Twitter et Facebook, des « dispositifs légers » comme les blogs, des sites de « fuites » tel Wikileaks, tout y est analysé des potentialités comme des effets pervers du passage des médias de masse à la masse des médias. L'hyper-concentration des médias traditionnels détenus par quelques oligarques ne permettant plus aux médias d'assurer leur rôle de quatrième pouvoir, contre pouvoir indispensable à la démocratie, l'auteur devine et appelle de ses vœux un cinquième pouvoir capable d'exercer sa critique sur les médias eux-mêmes. Apte à promouvoir une « sagesse collective » autant qu'à déclencher un « abrutissement collectif », l'irruption d'un nouveau système informationnel pourrait non seulement transformer le champ médiatique mais la société elle-même jusque dans ses rapports de dominations. Le journalisme traditionnel se « retrouve un peu comme Gulliver à son arrivée dans l'île des Lilliputiens, ligoté par des milliers de liens minuscules ».

« L'homme contemporain court le risque de devenir un ignorant bourré d'information », explique Ignacio Ramonet, spécialiste des médias, dans son nouveau livre L'Explosion du journalisme. Le développement d'Internet, s'il menace la presse papier, pourrait aussi marquer l'essor d'une démocratie renouvelée dans laquelle transparence et fluidité éroderaient toutes les dominations.

Vous dites que « le journalisme traditionnel se désintègre complètement ».

Oui, parce qu'il est attaqué de toutes parts. D'abord, il y a l'impact d'Internet. Il est clair qu'Internet, en créant un continent médiatique inédit, a produit un journalisme nouveau (blogs, pure players, leaks.) directement en concurrence avec le journalisme traditionnel. Ensuite, il y a ce qu'on pourrait appeler la « crise habituelle » du journalisme, qui préexistait à la situation actuelle, c'est-à-dire la perte de crédibilité, directement liée à l'accélération générale des médias ; la consanguinité entre un certain nombre de journalistes et d'hommes politiques. Le tout suscitant une méfiance générale du public. Enfin, il y a la crise économique qui provoque une chute très importante de la publicité, principale source de financement des médias privés. Ce qui entraîne de lourdes difficultés de fonctionnement pour les rédactions.

Vous évoquez une perte de crédibilité, pourquoi ?

La perte de crédibilité des grands médias s'est accentuée ces deux dernières décennies essentiellement comme conséquence de l'accélération du fonctionnement médiatique. La presse n'a jamais été parfaite, faire du bon journalisme a toujours été un combat. Mais depuis le milieu des années 1980, nous avons assisté à deux substitutions. D'abord, l'information en continu à la télévision, plus rapide, a pris le pas sur l'information délivrée par la presse écrite. Cela a abouti à une concurrence plus vive entre médias, une course de vitesse qui laisse de moins en moins le temps de vérifier les informations. Ensuite, à partir du milieu des années 1990 avec le développement d'Internet, et depuis deux ou trois ans avec l'irruption de « néojournalistes », ces témoins-observateurs d'événements (sociaux, politiques, météorologiques, faits divers.) qui sont une nouvelle source d'information extrêmement sollicitée par les médias eux-mêmes.

Malgré ces pratiques de proximité, le public semble avant tout justifier sa défiance à l'égard de la presse par la promiscuité entre le pouvoir et les journalistes.

Pour la plupart des citoyens, le journalisme se résume à quelques journalistes : ceux que l'on voit toujours et partout. Une vingtaine de personnalités connues, qui vivent un peu « hors sol », qui passent beaucoup de temps « embedded » avec les hommes politiques, et qui sont globalement fort conciliants avec eux. Bref, il s'est ainsi constituée une sorte de noblesse du quant à soi, leaders politiques et journalistes célèbres vivent et se marient même entre eux, c'est une nouvelle aristocratie. Mais ce n'est pas du tout la réalité du journalisme. La caractéristique principale de ce métier, aujourd'hui, c'est avant tout : la précarisation. La plupart des jeunes journalistes sont exploités, très mal payés ; ils travaillent à la pige, à la tâche, dans des conditions préindustrielles. Plus de 80 % des journalistes ont de petits salaires, toute la profession vit sous la menace de licenciements. Donc, à tous égards, la vingtaine de journalistes célèbres n'est pas représentative et masque la misère sociale du journalisme français. Et cela n'a pas changé avec Internet, cela s'est même aggravé. Dans les sites d'information en ligne créés par la plupart des médias, les conditions de travail sont encore pires. Est ainsi apparue une nouvelle sorte de journalistes exploités : les forçats de l'info, les pigistes d'abattage, les OS du Web, les galériens du clavier. Ce qui peut les consoler c'est que, peut-être, l'avenir leur appartient.

Dans ces conditions le journalisme peut-il encore se prévaloir du titre de quatrième pouvoir, agit-il encore comme un contre pouvoir ?

On assiste à une extraordinaire concentration des médias. Si on observe la structure de la propriété de la presse nationale française, on constate qu'elle est entre les mains d'un très petit nombre de groupes. Une poignée d'oligarques - Lagardère, Pinault, Arnault, Dassault. -, est devenue propriétaire des grands médias français. Des médias qui expriment de moins en moins une pluralité mais sont soupçonnés de protéger les intérêts des grands groupes financiers et

industriels auxquels ils appartiennent. En ce sens il y a crise du « quatrième pouvoir ». Sa mission historique, qui consiste à créer une opinion publique disposant d'un sens critique et susceptible de participer activement au débat démocratique, n'est plus garantie. Aujourd'hui, les médias cherchent, au contraire, à domestiquer la société pour éviter toute remise en cause du modèle dominant. Les grands médias ont créé un consensus autour d'un certain nombre d'idées (la mondialisation, la construction européenne, le nucléaire, le libre-échange.) considérées comme étant « bonnes pour tout le monde » et qui ne peuvent être contestées. Si vous les contestez, vous quittez ce qu'Alain Minc appelle le « cercle de la raison ». Vous êtes donc dans la déraison.

Vous appelez de vos vœux un cinquième pouvoir.

Oui, si l'on fait le constat que le « quatrième pouvoir » ne fonctionne pas, cela pose un grave problème à la démocratie. Car il n'est pas imaginable de concevoir une démocratie sans véritable contre-pouvoir de l'opinion publique. L'une des spécificités d'une démocratie réside dans cette tension permanente entre le pouvoir et son respectif contre-pouvoir. C'est ce qui fait la versatilité, l'adaptabilité et la réalité de ce système. Le gouvernement a une opposition, le patronat a les syndicats. Mais les médias n'ont pas - et ne veulent pas avoir ! - de contre-pouvoir. Or il y a une forte demande sociale d'informations sur l'information. Beaucoup d'associations, comme l'Acrimed, par exemple, passent déjà au crible de la véracité, le fonctionnement des médias. Les gens veulent savoir comment fonctionne la manipulation médiatique. Pour mieux s'en défendre. C'est ainsi qu'aujourd'hui nos sociétés démocratiques construisent, dans le tâtonnement bien entendu, un « cinquième pouvoir ». Le plus difficile étant de faire admettre aux médias dominants que ce « cinquième pouvoir » puisse exister et qu'ils lui donnent la parole.

Vous faites dans votre ouvrage un constat alarmant sur l'avenir de la presse écrite en général, qu'en est-il de la presse d'opinion ?

Les journaux les plus menacés sont, selon moi, ceux qui reproduisent toutes les informations générales et dont la ligne éditoriale se dilue totalement. Si pour le citoyen il est important que toutes les opinions s'expriment, cela ne veut pas dire que chaque média, en son sein, soit obligé de reproduire toutes ces opinions. En ce sens, la presse d'opinion, non pas une presse idéologique qui se ferait le relais d'une organisation politique, mais une presse d'opinion capable de défendre une ligne éditoriale définie par sa rédaction, est nécessaire. Dans la mesure où, pour tenter de combattre la crise de la presse, des journaux ont décidé de mettre sur le même plan, dans leurs colonnes, toutes les thèses politiques, de l'extrême gauche à l'extrême droite, au prétexte que tout se vaut, de nombreux lecteurs ont cessé d'acheter ces journaux. Parce que l'une des fonctions d'un journal, en plus de fournir des informations, est de conférer une « identité politique » à son lecteur. Or désormais, « leur » journal ne dit plus, aux lecteurs, qui ils sont. Au contraire, ils troublent son identité politique et l'égarer. Ils achètent, mettons, Libération et y lisent, par exemple, un entretien avec Marine Le Pen. Pourquoi pas ? Mais ils peuvent y découvrir

qu'ils ont peut-être quelques idées en commun avec le Front national. Et nul ne les rassure. Et cela les inquiète. Un tel brouillage de ligne a confondu de nombreux lecteurs. D'autant qu'aujourd'hui le flot d'informations qui circule sur Internet peut leur permettre de se faire leur propre opinion. En pleine crise des médias, le succès de l'hebdomadaire allemand Die Ziet est significatif. Il a choisi d'aller à l'encontre des idées et des informations dominantes, avec des articles de fond, longs, parfois ardu. Et il voit ses ventes s'accroître. Au moment où toute la presse fait la même chose : des articles de plus en plus courts, avec un vocabulaire d'à peine 200 mots. Die Ziet a choisi une ligne éditoriale claire et distincte, et se souvient par ailleurs que le journalisme est un genre littéraire.

S'agissant de cette hyperabondance d'informations, d'Internet et de ses réseaux sociaux, vous évoquez tour à tour sagesse collective et abrutissement collectif. ?

Jamais dans l'histoire des médias, on a vu les citoyens contribuer autant à l'information. Aujourd'hui, si vous mettez une information en ligne, elle peut être contredite, complétée, discutée par tout un essaim d'internautes, qui, sur beaucoup de sujets, seront au moins aussi qualifiés, voire plus, que le journaliste auteur de l'article. Donc on assiste à un enrichissement de l'information grâce à ces « néojournalistes », ceux que j'appelle les « amateurs-professionnels ». Rappelons que nous sommes dans une société qui n'a jamais produit autant de diplômés de l'enseignement supérieur, le journalisme s'adresse donc aujourd'hui à un public, qui par segments, bien sûr, très éduqué. Par ailleurs, les dictatures qui veulent contrôler l'information n'y parviennent plus, on l'a vu en Tunisie, en Égypte et ailleurs. Souvenons-nous que l'apparition de l'imprimerie, en 1440, n'a pas uniquement transformé l'histoire du livre, elle a bouleversé l'histoire et le fonctionnement des sociétés. De même, le développement d'Internet n'est pas qu'une rupture dans le champ médiatique, il modifie les rapports sociaux. Il crée un nouvel écosystème qui produit parallèlement une extinction massive de certains médias, en particulier de la presse écrite payante. Aux États-Unis quelque 120 journaux ont déjà disparu. Cela veut-il dire que la presse écrite va disparaître ? La réponse est non, l'histoire montre que les médias s'empilent, ils ne disparaissent pas. Cependant, peu de journaux vont résister. Survivront ceux qui auront une ligne claire, qui proposeront des analyses fouillées, sérieuses, originales, bien écrites. Mais le contexte d'hyperabondance d'informations a également pour effet de désorienter le citoyen. Il n'arrive plus à distinguer ce qui est important et ce qui ne l'est pas. Qu'est-ce qui est vrai, qu'est-ce qui est faux ? Il vit dans un sentiment permanent d'insécurité informationnelle. De plus en plus, les gens vont donc se mettre à rechercher des informations de référence.

Comment assurer un avenir à l'information et à ceux qui la font alors que celle-ci est désormais accessible gratuitement ?

S'il est incontestable que c'est la presse en ligne qui va dominer l'information dans les années à venir, reste évidemment à trouver un modèle économique viable. Pour l'instant, la

culture dominante d'Internet est effectivement la gratuité. Mais nous sommes, au moment actuel, entre deux modèles, et aucun des deux ne fonctionne. L'information traditionnelle (radio, télévision, presse écrite) est de moins en moins rentable, et le modèle de l'information en ligne ne l'est pas encore, à de très rares exceptions près.

Au fond, ces nouveaux espaces médiatiques ont-ils une chance de modifier les rapports de domination qui prévalent aujourd'hui au sein même de la société ?

J'ai consacré, dans mon ouvrage, un chapitre important à WikiLeaks (site Internet qui donne audience aux « fuites d'informations » - NDRL). C'est le domaine de la transparence. Dans nos sociétés contemporaines, démocratiques, ouvertes, il sera de plus en plus difficile, pour le pouvoir, d'avoir une double politique : l'une vis-à-vis de l'extérieur, et l'autre plus opaque, plus secrète, à usage interne, où le droit et les lois peuvent être transgressés. WikiLeaks a fait la démonstration que les médias traditionnels ne fonctionnaient plus et n'assumaient plus leur rôle. C'est dans la niche de leurs carences que WikiLeaks a pu pousser et se développer. Ce site a aussi dévoilé que la plupart des États avaient un côté obscur, caché. Mais le grand scandale, c'est qu'après les révélations de WikiLeaks, il ne se soit rien passé ! Par exemple, WikiLeaks a révélé que, à l'époque de la guerre d'Irak, un certain nombre de dirigeants socialistes français allaient faire allégeance à l'ambassade des États-Unis à Paris pour expliquer aux Américains que s'ils avaient été au pouvoir, ils auraient engagé la France dans cette guerre. Et cela n'a pas fait de vague. Alors que c'était presque de la haute trahison.

Cette évolution vers plus transparence peut-elle alors avoir des effets concrets ?

Elle va nécessairement jouer sur les privilèges des élites et les rapports de domination. Si les médias peuvent jusqu'ici s'attaquer au pouvoir politique, c'est parce que le politique a perdu beaucoup de son pouvoir au profit des sphères financières. C'est sans doute dans l'ombre de la finance, des traders, des fonds de pension, que s'établit aujourd'hui le véritable pouvoir. Or ce pouvoir demeure préservé parce qu'il est opaque. Il est significatif que la prochaine grande révélation de WikiLeaks concerne justement le secret bancaire ! Il est possible aujourd'hui, grâce aux nouveaux systèmes médiatiques, de s'attaquer à ces espaces occultes. Ce pouvoir est comme celui des vampires, la lumière le dissout, le réduit en poussière. On peut espérer que, grâce aux nouveaux médias numériques, ce sera au tour du pouvoir économique et financier d'être désormais interrogé et dévoilé.