

Le journalisme en crise ?

Rencontre, le 29 octobre, avec Edwy Plenel, Jean-François Kahn et Serge July pour un débat animé par Robert Ménard sur le thème : “Faut-il croire les journalistes ?”*, à l’occasion de la sortie de l’ouvrage du même nom regroupant des entretiens de ces trois plumes avec Philippe Gavi (H.62).



Photo : Envie de dire

Si l’on prête foi aux sondages, près de 60 % des Français ne feraient pas confiance aux journalistes. Trop puissants, trop serviles, trop dépendants, trop critiques... Face à ce flot de reproches parfois contradictoires, la profession s’inquiète : qu’a-t-elle donc fait pour mériter un tel rejet ? Pour **Jean-François Kahn**, fondateur de *L’Événement du jeudi* et de *Marianne*, la réponse serait d’abord à chercher dans l’histoire du journalisme. *“Les journalistes sont meilleurs qu’il y a 30 ans, plus cultivés, plus compétents, explique-t-il, mais dans le même temps on a assisté à une réduction du pluralisme et à la professionnalisation revendiquée du métier. Résultat : l’impression que les journalistes véhiculent une pensée unique, comme on l’a encore vu lors du référendum européen de 2005.”* Si l’on y ajoute leur refus de l’autocritique et l’idée répandue que le secteur est avant tout soumis aux puissances de l’argent, rien d’étonnant à ce que les journalistes aient mauvaise presse.

“Il faut aussi prendre en compte la rupture existant en France entre le peuple et les élites, ajoute Serge July, fondateur de Libération, et comprendre que le rejet des journalistes vient aussi de ce qu’ils sont perçus comme une caste assimilée à ces élites.” **Edwy Plenel**, directeur de la rédaction de *Médiapart*, va pour sa part plus loin : *“La confiance dans les médias renvoie à la question démocratique, assène-t-il. Or la France a une culture démocratique de basse intensité et quasiment pas de culture du contre-pouvoir ni de la transparence. La crise économique, industrielle, commerciale, professionnelle et morale du journalisme est la même partout, mais elle rencontre en France la crise démocratique.”*

Crise à la française

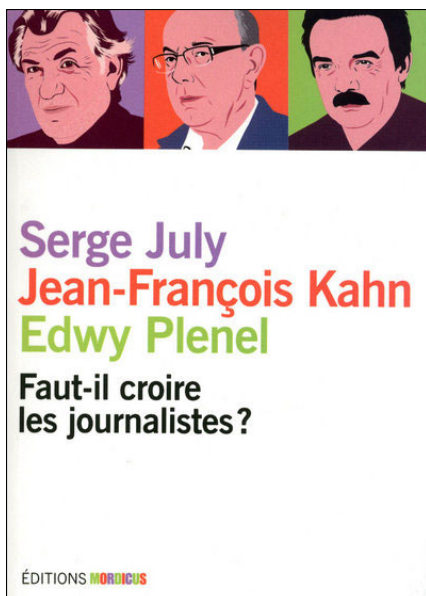
Et chacun de pointer les spécificités de la presse française qui sont la cause de ses malheurs, au premier rang desquelles la sous-capitalisation du secteur et le brouillage lié à la trop grande dépendance aux marchés d’État des groupes industriels possédant les grands médias, comme Bouygues, Dassault ou Bolloré. Pour les lecteurs, le déficit de crédibilité est évident : comment critiquer la République quand on dépend de ses contrats ? Autre travers du journalisme à la française : l’habitude de pratiquer une presse d’opinion au détriment des faits. *“Lorsque le Daily Telegraph sort 20 pages d’enquête sur les frais des députés*

anglais, ses ventes bondissent de 15 %, fait remarquer **Edwy Plenel**. *Aucun journal français ne réalise plus de telles enquêtes, or ce sont les faits qui font bouger les démocraties et entretiennent leur vivacité, pas les opinions.*

Outre cette frilosité, les médias français font face à un nouvel acteur qui vient questionner leur crédibilité et leur modèle économique : Internet. Et **Jean-François Kahn** de pointer *“la première insurrection numérique”* en évoquant les péripéties de Jean Sarkozy avec l’EPAD et la surveillance des internautes vis-à-vis des journalistes. *“Si la crise des médias prend des formes différentes selon que l’on parle télévision ou presse écrite, confirme **Serge July**, tous les journalistes s’inquiètent et se demandent quelle sera la place du web dans le paysage médiatique et comment s’adapter aux nouveaux modes de consommation de l’information.”* Pour **Edwy Plenel**, le web serait plutôt une chance et un laboratoire pour réinventer le journalisme de qualité et s’enrichira vite de médias de référence.

Un modèle à repenser

Autant d’éléments qui expliquent selon les trois intervenants que les grands quotidiens tirent à peine à 100 000 exemplaires par parution et que les recettes publicitaires de Google au Royaume-Uni équivalent celles de l’ensemble du secteur audiovisuel en France. *“Nous sommes face à des modèles qui s’effondrent, considère **Serge July**. Il nous faut donc en inventer de nouveaux.”* *“Il faut presque tout repenser pour retrouver la confiance et l’affection du public, n’hésite pas à dire **Jean-François Kahn**. Adapter notre écriture et nos références à la jeune génération, sortir des hiérarchies pléthoriques où il y a plus de chefs que de journalistes, décroiser les secteurs de notre profession...”* De l’avis de chacun, il faudra également un “Freedom of Information Act” sur le modèle américain, ainsi qu’une loi garantissant le pluralisme et l’indépendance des médias. À n’en pas douter, la mue ne fait que commencer...



* *Faut-il croire les journalistes ? Serge July, Jean-François Kahn et Edwy Plenel répondent aux questions de Philippe Gavi. Éditions Mordicus, 166 pages, 13,50 euros.*