

Les mutations au sein de la presse écrite Tout bouge... Oui, mais...

La presse écrite est en pleine mutation. Le citoyen peut à juste titre s'inquiéter d'une perte de qualité, mais il peut également trouver des raisons d'être optimistes.

Ce qui bouge dans la presse...	Oui	Mais...
1) Rythmes	Avec le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, tout s'accélère. L'information, de plus en plus interactive, circule de plus en plus rapidement. Or, rapidité ne signifie pas qualité : informations approximatives (pas toujours vérifiées), manque de recul...	Cependant, enquêtes et grands reportages retrouvent une raison d'être, notamment dans de nouveaux médias, certains diffusés en librairie. La périodicité hebdomadaire ou mensuelle permet la prise de recul. En outre, les progrès des techniques infographiques facilitent la pédagogie.
2) Contraintes	Les médias ne sont pas libres : ils doivent se vendre et s'attacher à fidéliser leur clientèle ; ils sont dépendants des capitaux de leur(s) propriétaire(s), des aides de l'État, des ressources publicitaires... Par ailleurs, on peut craindre que les journalistes recrutés ne soient formatés pour produire des « news » légères, chargées d'émotion et « fédératrices », vite faites et vite remplacées.	C'est à relativiser car les journalistes, d'une façon générale, se caractérisent par une forte culture professionnelle. Ils revendiquent leur indépendance et s'opposeraient à toute entrave frontale à leur liberté d'informer. Par ailleurs, quand ils sont des chefs de très grandes entreprises et sur des secteurs d'activité diversifiés, les propriétaires ne peuvent pas dépasser certaines limites car ils sont eux-mêmes trop dépendants, notamment des commandes publiques. De toute façon, l'impact de la presse est à relativiser : on lit souvent les médias qui correspondent à ses propres valeurs.
3) Moutons	On observe une certaine uniformité de l'information. Ce sont toujours les mêmes thèmes qui reviennent. Des faits divers suscitent un emballement injustifié, disproportionné. Des faits d'actualité sont traités de la même façon dans différents médias. Pour des raisons économiques, les entreprises de presse n'ont plus les moyens d'avoir des correspondants permanents ou des envoyés spéciaux : elles font appel aux agences spécialisées, mais ce sont les mêmes contenus qui sont diffusés aux médias.	D'où l'importance d'une bonne connaissance de l'offre, d'un choix raisonné de ses médias, d'un esprit critique par rapport aux contenus. Le citoyen ne peut se contenter d'une information placebo. Mais cette exigence a un coût. À chacun de choisir (et de soutenir !) les médias qui lui livrent l'information qu'il cherche.
4) Passerelles	Les frontières ne sont pas étanches. La plupart des journaux papier expérimentent une édition en ligne qu'ils espèrent rentabiliser à terme en fidélisant des lecteurs invités autant que faire se peut à payer l'information. L'enjeu est aussi là.	De leur côté, certains journaux en ligne sont soucieux d'investigation, de sérieux et de durée. En outre, Médiapart ou Rue89, par exemple, n'hésitent pas à publier sur papier des sélections d'articles. Du reste, nombre de journalistes sont présents à la fois dans la presse écrite et en ligne.
5) Incertitudes et perspectives	Les journaux gratuits, les chaînes d'information en continu, et aussi les fournisseurs d'accès sur Internet et leur page d'accueil, tout cela va menacer la presse telle qu'on la connaissait jusqu'à présent. Aux États-Unis, quelques journaux ont déjà renoncé à la diffusion papier. Les nouvelles formes de presse ne sont pas toujours elles-mêmes assurées de survivre. Certaines bénéficient d'ailleurs du soutien de médias classiques (cf. Rue89 et L'Obs). Cela tangue, l'incertitude est générale...	A contrario, on peut espérer que ces nouveaux outils vont de nouveau intéresser à l'actualité des personnes qui pouvaient s'en désintéresser jusqu'à présent, notamment les jeunes. À charge pour les organes de presse, sans tomber dans la facilité ou le découragement, de faire preuve d'imagination pour susciter l'intérêt. Face à la « surabondance » de l'information, Marcel Gauchet est optimiste. Il insiste ⁽¹⁾ sur la médiation irremplaçable que doivent assurer les journalistes : « <i>Nous avons besoin de gens fiables, payés pour faire le boulot de trier et d'expliquer les informations (...). On va retourner vers un vrai professionnalisme journalistique exigeant</i> ».

(1) – Intervention le 23 janvier 2010 à l'occasion du centième anniversaire du quotidien *Le Devoir* (<http://www.marianne2.fr/Marcel-Gauchet-Le-journalisme-a-un-avenir-complique-a183587.html?print=1>).