

Assises du journalisme organisées par le syndicat Impressum

La valeur ajoutée du journalisme

QUATRE DÉBATS, UNE PROJECTION D'UN TEMPS PRÉSENT METTANT EN EXERGUE LE JOURNALISME D'ENQUÊTE, UNE VINGTAINNE D'INTERVENANTS ISSUS DES MÉDIAS DE SUISSE ROMANDE: LES 2^{ES} ASSISES DU JOURNALISME ORGANISÉES PAR LE SYNDICAT IMPRESSUM LE 3 FÉVRIER À L'UNIVERSITÉ DE GENÈVE TRAITAIENT DE LA «VALEUR AJOUTÉE DU JOURNALISME». DANS UN CONTEXTE DE CRISE ÉCONOMIQUE MAIS AUSSI DE CRISE MORALE D'UNE PROFESSION QUI S'INTERROGE SUR SON DEVENIR.



Les 2^{es} Assises du journalisme se sont déroulées le 3 février 2009 à Uni-Bastions, à Genève. (Th. Graindorge)

Le contenu thématique du premier débat, consacré au «journalisme participatif», a permis de prendre la mesure de l'intégration des publics, en particulier celui des «experts», ce «5^e pouvoir» pour reprendre l'expression de Pierre Ruetschi, rédacteur en chef de *La Tribune de Genève*, dans les sites Internet des médias traditionnels. Evolution pas toujours concluante, comme l'admet Patrick Nussbaum, chef de l'information à la Radio Suisse Romande, à propos de la plate-forme «wiki-forum».

Ce débat a bien illustré que depuis l'apparition des blogs, ce «journalisme citoyen» a évolué pour mettre en évidence le rôle central du journalisme professionnel: sélection de l'information, tri, vérification, mise en contexte. La «médiation» journalistique n'est remise en question ni par le rôle des experts, ni par l'intégration des publics dans les sites des médias traditionnels. Jean-Marc

Sandoz, rédacteur en chef adjoint de «24-Heures», rappelle que ce sont davantage des opinions que des informations qui sont recueillies par ces plate-formes. Voilà pour le mythe «tous journalistes».

Quel modèle économique?

Le débat consacré aux «nouveaux modèles de journalisme» a mis en exergue la problématique posée par Internet aux médias traditionnels en termes économiques, notamment pour la presse écrite payante. Madeleine von Holzen, de la direction éditoriale du groupe Edipresse, a rappelé que les revenus générés par les sites ne financent pas encore, et de loin, leurs contenus éditoriaux.

Alain Maillard, journaliste et producteur de l'émission *Médialogues* à la Radio Suisse Romande, s'interroge sur le modèle économique en cours de mutation: vit-on simplement une période de transition, certes difficile, mais provisoire? Comment seront financés les médias de demain dès lors que la gratuité remet en question le modèle traditionnel de financement (lecteurs payants + annonceurs)?

Qualité et contenus éditoriaux

À l'image de la Télévision Suisse Romande, dont le rédacteur en chef responsable de l'Actualité, Bernard Rappaz, a été à l'origine du fort développement du site Internet, la réponse serait-elle dans une combinaison de «qualité», de «compétence» et de «polyvalence intermédiaires»? Madeleine von Holzen considère que la qualité et le contenu des médias forment une réponse à la baisse des recettes. Encore faut-il de l'argent pour financer la qualité, observe Philippe Huwiler de Radio Fribourg.

Ni debout, ni assis: à pieds nus!

Pour Guy Mettan, directeur exécutif du Club Suisse de la Presse, ni «assis», ni «debout», le journaliste de demain devrait être «à pied nus»: débarrassé des artifices technologiques pour revenir à l'essentiel du

métier: l'analyse et l'enquête. Encore faut-il que le journaliste ne soit pas étouffé par... la communication. Thème du 3^e débat.

Chargé de «l'accusation», Jean-Claude Pécelet, chef de la rubrique économique du quotidien «Le Temps», évoque ces journalistes que l'on gave de communiqués comme des oies. Mais, reconnaît-il, cette «évolution de la communication est pour partie due aux journalistes qui l'ont voulue et favorisée par paresse et par facilité». La communication n'en reste pas moins à ses yeux davantage l'expression d'une «gestion de l'image» qu'une production d'information.

Une communication étouffante?

Le nombre de communicateurs en Suisse est de 8 à 10 fois supérieur à celui des journalistes. Ceci explique peut-être cela. L'un des intervenants invités, Christophe Hans, chef de presse auprès d'une conseillère fédérale, a d'ailleurs illustré ce rapport de force en exigeant la relecture de ses propos en cas de citation. À l'évidence, si la communication ne tue pas le journalisme, elle soulève de nombreuses questions en matière de transparence, d'éthique... et de comportement.

Transparence et éthique: la projection du «Temps Présent» consacré à l'infiltration d'une organisation alter-

mondialiste par Securitas a illustré le travail d'investigation d'un journaliste, Jean-Philippe Ceppi.

Moyens financiers, valeurs humaines

Le 4^e et dernier débat portait sur les moyens nécessaires au journalisme pour reprendre sa «vraie place». Acteur engagé au service de la vérité, le journaliste a besoin de moyens et de temps. Un «privilège» réservé aux seuls journalistes du service public? Daniel Pillard, directeur de Ringier Romandie, conteste que les journalistes soient privés de moyens: «Le bon journalisme ne dépend pas que des moyens financiers» déclare-t-il en substance, «mais aussi de valeurs journalistiques fondamentales comme le talent, le travail et la curiosité».

Le mot de la fin de ces 2^{es} Assises du journalisme, qui s'achevèrent devant un public clairsemé, nous le laisserons à un journaliste, Jean-Philippe Ceppi, qui appelle de ses vœux une formation accrue des jeunes journalistes et le développement dans les rédactions d'une «culture de l'investigation».

PHILIPPE AMEZ-DROZ
COLLABORATEUR SCIENTIFIQUE
À L'UNIVERSITÉ DE GENÈVE
(MASTER EN SCIENCES
DE LA COMMUNICATION
ET DES MÉDIAS)

Livre

Assiste-t-on à la fin de la presse?

Parallèlement à ces assises, dont plusieurs participants ont décrit l'ambiance comme mortifère, Bernard Poulet, le rédacteur en chef de *L'Expansion*, brise un tabou et annonce «La fin des journaux et l'avenir de l'information». Baisse des recettes publicitaires, concurrence du Net, coûts d'impression et de distribution incompressibles, voici quelques-unes des épines plantées dans le pied des éditeurs de presse. «Les journalistes ont fait leur propre malheur, écrit-il. Le cinquième pouvoir s'est souvent cru le premier.»

Cette industrie datant du XIX^e siècle survivra-t-elle à la révolution numérique? Bernard Poulet annonce la fin de la diffusion de masse. Un journal sera de qualité ou ne sera pas!

V. M.

BERNARD POULET, «La fin de des journaux et l'avenir de l'information», Le Débat/Galimard, 217 pp.