

Le 'e-journalisme citoyen' fait peur aux patrons de presse

Les groupes de presse s'alarment de l'ère du nouveau média

ère du nouveau média' qui présente pourtant de larges opportunités. Mais les grands patrons de presse en sont encore à débattre sur les challenges qui se présentent à eux. Ils n'ont pas encore pris, pour la majorité d'entre eux, la mesure du virage que dessine l'économie numérique. Au cœur du débat, le phénomène des 'blogs' et du 'journalisme citoyen' ou e-journalisme individuel et militant. Espace de liberté individuelle pour publier et commenter de l'information, le 'blog' prend chaque jour une importance croissante. Mais surtout il génère un nouveau comportement, en transformant l'internaute en 'pseudo journaliste'. L'exemple des attentats terroristes de Londres est tout à fait significatif des craintes des médias. Dans les minutes qui ont suivi les explosions, des images ont circulé via les téléphones mobiles et sur les sites Web des bloggers. Le monde a pu découvrir la catastrophe, avant même que la presse ne l'évoque et ne publie la moindre image? C'est le moteur de recherche Google qui, par la voix de son premier scientifique Krishna Bharat, a tenté de rassurer les patrons de presse : « À chaque fois qu'apparaît une nouvelle technologie, la face du journalisme change et nous nous réinventons nous-mêmes, mais le cœur du journalisme, le processus éditorial, l'objectivité éditoriale et les valeurs ne changent pas. Nos méthodes industrielles de collection et de distribution de l'information vont changer, mais pas le cœur de nos pratiques éditoriales. » « Plutôt que de vous demander 'Comment Internet va affecter nos opérations courantes?', il serait plus simple et plus utile de vous demander: 'Quels bénéfices Internet peut apporter à mon audience?' ou 'Comment puis-je aider à apporter cette opportunité au marché?'. » Simple constat logique, le phénomène des 'blogs' reste lié à la personnalité des individus – qui enregistrent et mettent en ligne des pans entiers de leur vie, les événements de leur quotidien et qui disent ce qu'ils en pensent. Cette « mode » ou vague de fond devrait continuer d'augmenter à un rythme élevé. Mais la contrepartie de ce phénomène, c'est que, parallèlement à l'augmentation du nombre de 'bloggers', l'internaute va rechercher certaines valeurs du journalisme, un fait à prendre en compte par les éditeurs. Les patrons de presse pourront débattre longtemps sur la valeur du 'journalisme citoyen', le phénomène est présent et rien en dehors d'un inquiétant changement politique ne pourra l'arrêter. En revanche, le principal danger qui guette la presse traditionnelle désireuse de surfer sur la vague Internet serait de se contenter de répliquer les pages imprimées « en ligne ». Et si c'était là que réside le principal défi?