

La production journalistique de l'actualité : offre ou besoin ?

Intervention de Véronique Cohu-Weill à la manifestation « Théma-t-IC »
de l'IUT Robert Schumann du 17 mars 2006 sur le thème :
« **L'information : besoins et usages** »

Le thème qu'il m'est donné aujourd'hui de traiter est un sujet récurrent pour ma profession. L'actualité récente de l'affaire d'Outreau, où après la Justice c'est la Presse qui a été mise en accusation, repose cette question lancinante aux journalistes : est-ce que vous « traitez » des sujets que le public attend ou est-ce que vous transmettez au public des informations dont il ne veut pas forcément ? Ce que vous offrez correspond-il à ce que les gens veulent ? N'est-ce pas vous qui avez fait naître un besoin et qui l'alimentez ? Bref, ce pourrait être ici le procès de la société de consommation : le téléphone portable répond-il à un besoin ? Je serais tentée de répondre « oui » au constat du succès qu'il remporte. Mais si nous en avons « vraiment » besoin, comment a-t-on pu vivre sans lui aussi longtemps... ?

Quand l'offre ne répond pas au « besoin »

Pour moi, cette question de l'offre et/ou du besoin prend une teinte particulière dans la sphère médiatique. En effet, on ne peut laisser sous silence le rapport particulier qu'entretient le lecteur avec « son » quotidien. Un rapport de plus en plus tendu, une exigence et une critique de plus en plus vives sont exercés par le lecteur sur le journal et le journaliste. Je dirai presque que le citoyen aimerait de plus en plus influencer ou peser sur le choix des sujets traités par les journalistes, et également sur la façon dont ils sont traités. Cette « pression » est d'autant plus forte que la rubrique est « sensible » : un chef d'entreprise voudra être absolument dans les pages économiques car un article pourra accroître sa notoriété et peut être aussi élargir sa clientèle (du moins il l'espère). Le secteur des faits divers est lui aussi considéré comme « sensible ». Mais là, le « héros » de l'article aura une démarche inverse ; il essaiera plutôt de peser sur la non-publication du texte relatant, par exemple sa condamnation au Tribunal. Le chef d'entreprise aura besoin de l'information ; le « condamné » pas du tout ! A nous professionnels de faire nos choix, et de nous y tenir. Il va sans dire que notre « offre », si elle ne correspond pas par exemple aux deux cas pré-cités, risque fort de déboucher sur des conflits.

Ce rapport conflictuel entre le lecteur et le journaliste a-t-il toujours existé ? Peut-être pas aux tout débuts. Ainsi, le premier journal imprimé, qui s'appelait « Relation » (et qui est d'ailleurs né à Strasbourg en 1605 grâce à Jean Carolus), était un hebdomadaire de 4 pages où « *l'on y relatait les nouvelles ordinaires des grande villes d'Europe* » (extrait du livret « Relation, et Strasbourg inventa la Presse », édité en 2005 par la Ville de Strasbourg). A-t-il répondu à un besoin ? Le besoin est-il né de cette offre ? Si 400 ans plus tard on trouve encore et toujours sur le marché des « journaux imprimés », c'est que le besoin a existé et existe toujours. D'autant que les premiers journaux n'étaient pas gratuits, Relation était réservé à un public d'abonnés. On ne dépense pas, je pense, pendant 400 ans, de l'argent pour un « produit » dont on a aucune utilité...

Les journalistes ne se « contentent » plus de...

Que trouvait-on dans ce premier journal imprimé à Strasbourg ? Dans la préface du livret cité plus haut, on lit : « *Le lecteur de Relation est informé des événements politiques et religieux, comme des découvertes scientifiques. Jean Carolus fait paraître la nouvelle transmise le 4 septembre 1609 par son correspondant de Venise : « Notre gouvernement a honoré le Signor Gallileo de Florence, professeur de mathématiques de Padoue, et a augmenté ses revenus de cent couronnes par an, parce qu'il a inventé par ses études assidues une lunette, avec laquelle on peut voir un endroit à une distance de trente miles comme s'il se trouvait dans le voisinage, un art qu'il a offert à l'utilité publique* ».

Le premier journal est semblable à la lunette de Galilée. Il se contente la plupart du temps de reproduire des dépêches abruptes ; il est dépourvu d'analyses critiques et de mises en perspective, mais il permet de « voir un endroit à distance », d'être transporté à l'autre bout du monde et, peut-être, de mieux comprendre les situations. »

Il se **contente** de... Voilà certainement ce qui a changé dans la « production journalistique » actuelle. Nous ne nous « contentons » plus de... Je ne sais quand est né le premier « scoop ». Peut-être cette information sur la mise au point de la « lunette » en était-il un ... Nul doute en tout cas que la multiplication des titres a fait naître la concurrence, les parts de marché, la rentabilité, le profit, la course à « celui-qui-a-l'info-avant-les-autres ». Le faits divers a pris une place importante dans nos colonnes. C'est peut-être cette fameuse rubrique dite « des chiens écrasés » qui pose le mieux la question de l'offre et du besoin. Nous lecteurs, avons-nous « besoin » de lire régulièrement des affaires de pédophilie ? Nous, journalistes, devons-nous « offrir » régulièrement des cas de pédophilie ? Si je vous questionnais tous un par un, je pense qu'il y aurait autant de « oui » que de « non ». Idem chez mes collègues journalistes. Certains lecteurs et journalistes arguent qu'il ne faut rien cacher aux gens, que ces actes sont les reflets de déviations de notre société, que les dénoncer permet aux victimes d'être reconnues comme telles... Les partisans du « non » pensent que cela incite des malades à passer à l'acte, que cela donne des idées, que cela stresse encore plus notre société... Qui a raison ? Qui a tort ? La réponse réside peut-être dans un « juste » équilibre... mais où se trouve cette « justesse » ? Comme je le disais, les journaux sont des entreprises privées aux mains d'actionnaires qui attendent quelques retours sur leur investissement. Tel journaliste de tel « canard » se doit donc d'être le « premier » sur l'événement. Indépendamment des ventes supplémentaires que son éventuel scoop va générer, ce journaliste est pris au jeu du « c'est moi qui ai soulevé en premier l'affaire ». A partir de là, on assiste à bien des dérives, dont celle d'Outreau que je citais tout au début.

Qui veut quoi ?

Dans un article de Libération, paru le 10 mars dernier et intitulé « Les médias face à leurs propres responsabilités », Jean Michel Bretonnier, rédacteur en chef de la Voix du Nord, confessait : « *Dans les tout premiers mois de 2001, la présomption d'innocence a fait les frais de l'émotion qui nous a gagnés* ». Il a reconnu « *un manque de recul* » et fait son mea culpa : « *Je comprends la douleur de ces gens placés sous les verrous qui clament leur innocence et dont le nom est jeté en pâture. Je leur exprime, au nom du journal, mes regrets sincères* ». Plus loin, l'article donne la position d'un homme politique qui « *s'en est violemment pris à La voix du Nord et à travers elle à tous les médias* ». Ce homme, Goerges Fenech (UMP) a dit : « *Ne minimisez pas votre rôle dans cette affaire (...) dans certains cas, c'est vous le premier pouvoir* ».

Quelques jours plus tard, le même Libération consacrait plusieurs pages aux journalistes, tant de presse écrite que de télévision, qui ont couvert, les premiers, ce qui est devenue « l'affaire d'Outreau ». Chacun, chacune explique bien comment, l'être humain qu'ils sont a pris le pas sur le professionnel. Journaliste, certes, mais homme et femme aussi, et là, en l'occurrence, homme et femme avant tout, remués jusqu'au fond de leurs tripes.

Alors ? Le monde est-il plus complexe en ce 17 mars 2006 que le 4 septembre 1609 ? Je ne sais pas. Par contre, et c'est devenu un lieu commun de l'affirmer, « le temps s'est accéléré ». Au XVII^e siècle, une information pouvait mettre des semaines à parvenir à ses destinataires. Ce n'était pas « grave ». Aujourd'hui, on dit que « celui qui a l'information, a le pouvoir ». Notre système économique repose sur des échanges d'informations boursières. La menace d'un conflit armé peut faire monter ou chuter tel cours ; celui qui sait avant tout le monde telle ou telle OPA pourra réagir avant les autres et augmenter son capital ou minimiser ses pertes... Les médias sont donc au cœur du système.

Dans son livre « Le grand bond en arrière », le journaliste Serge Halimi dénonce une collusion entre les « décideurs » et les médias du monde occidental qui, à partir des années 80 « ont presque toujours interprété de manière identique les situations de crise ». Pour lui, « tout un travail idéologique était intervenu au préalable et que des solutions alternatives au marché avaient été détruites afin qu'il n'y ait plus d'alternatives ». Cette entente avec le « pouvoir » est souvent reprochée aux journalistes dont la « production » serait alors plus proche de l'offre que du besoin. Cela veut dire qu'ils façonneraient lentement mais sûrement les esprits de leurs concitoyens à accepter telle idéologie plutôt que telle autre.

Je ne suis pas aussi pessimiste que Serge Halimi. A ce niveau là, les critiques acerbes, voire violentes, de la population envers les journalistes seraient plutôt rassurantes et prouveraient une « autonomie » certaine de pensée.

Le même Serge Halimi dans « Les nouveaux chiens de garde » (1997) interpellait durement ses confrères sur leur responsabilité. Il constatait notamment : « *Des médias de plus en plus présents, des journalistes de plus en plus dociles, une information de plus en plus médiocre.* » Mais il reconnaît aussi que le bilan n'est pas si noir, « *en raison des échecs de la propagande* ». « *La vie sociale résiste à l'écran, elle n'est pas virtuelle, elle informe souvent d'avantage que « l'information » sur les mécanismes du pouvoir et sur l'urgence des refus* ». Ainsi, qu'elle soit cataloguée tantôt de « premier pouvoir » ou de « quatrième pouvoir », la presse n'est pas aussi puissante et influente qu'on veut bien le dire. Car elle est faite par des hommes et des femmes qui ne « produisent » pas seulement de l'information, mais qui en consomment aussi largement.

Les journalistes : des êtres « normalement » subjectifs

Qu'en est-il de ma propre pratique journalistique ? Il m'arrive de proposer des sujets qui peuvent répondre à ce que j'ai ressenti comme des besoins. Il m'arrive également de répondre à des besoins clairement exprimés par des concitoyens qui me demandent de traiter tel ou tel thème. Bien sûr que je vais plus volontiers vers des domaines qui m'intéressent. Ainsi, il y a une vingtaine d'années, j'ai rédigé les premiers articles sur une pratique de massage japonais, le shiatsu, pratiquement inconnue en France. Je pressentais que les médecines dites « douces » ou parallèles » avaient un avenir. Ai-je concouru à créer un besoin ou ai-je accompagné une tendance naissante ?

Idem pour les blogs devenus aujourd'hui une véritable mode ! J'ai rédigé il y a environ quatre ans un article sur cette utilisation du web, naissante à l'époque en France. Je ne savais bien sûr pas à ce moment là que ces « cahiers intimes » connaîtraient un tel engouement. J'en percevais par contre l'originalité. Nous disposons dans mon entreprise d'études, de sondages pratiqués auprès de panels de lecteurs et/ou de non lecteurs. Ces études sont intéressantes et je me suis rendue compte que mes analyses rejoignent leurs résultats. Elles font état de telle ou telle tendance de lecture, sur tel ou tel sujet, ce qui correspond généralement à ce que j'ai envie d'écrire ou que j'ai déjà écrit.

Ma démarche entre l'offre et le besoin est donc relativement simple, voire primaire. Je suis une citoyenne comme une autre. Donc, je me dis : qu'est-ce que dans la sphère des TIC par exemple, j'ai envie de connaître ? Qu'est-ce que je ne sais pas ? Qu'est-ce qui pourrait m'apporter de l'utile ou du distrayant ? A partir de ces questions, je fais des choix ; je les propose dans la rédaction où je travaille. Les avis sont parfois partagés ; à moi de savoir « défendre » un sujet auquel je tiens particulièrement. Je peux me tromper sur mes choix. Ainsi, je suis modératrice des forums sur le site web des Dernières Nouvelles d'Alsace (www.dna.fr). Il m'est arrivé de lancer des sujets qui se sont révélés être des flops. A ce niveau, je pense qu'Internet est particulièrement cruel pour nous journalistes : l'interactivité et la vitesse des échanges avec les internautes nous renvoie de suite le degré d'intérêt qu'ils portent à nos propositions. Nous savons très rapidement s'ils « mordent » ou non.

Je propose également des tchats en ligne, qui ne sont ouverts à l'interactivité que quelques heures, un jour donné. J'ai été surprise de constater le peu de participation à celui sur le CPE (contrat première embauche) qui défraye pourtant la chronique en ce moment ! J'avais comme invité - cette personne répondait aux questions des internautes - un lycéen, responsable départemental du principal syndicat de lycéens opposé au CPE. Mais peu d'internautes sont venus tchater ce jour là. Par contre, j'ai été tout aussi étonnée du grand intérêt porté par les internautes au chat sur la nouvelle Maison du Handicap. L'invitée, en l'occurrence la directrice, a reçu une trentaine de questions. Analyser ses différences participatives est ardu en ce qui concerne Internet. Tant de paramètres peuvent intervenir : mauvaise connexion au web, temps extérieur (s'il fait beau, les gens sont moins devant leur ordinateur) etc. Dans l'édition papier, le courrier de lecteurs est un bon indicatif de l'intérêt porté par le public à nos articles. Là, nous ne sommes plus dans la réactivité chaude d'un chat organisé sur un temps très court. Les lettres arrivent tous les jours, sont triées et regroupées selon les thèmes. Puis publiées en temps choisi par la rédaction. Elles sont directement liées à des sujets d'actualité traités par les journalistes : la démolition du Pont Churchill à Strasbourg, par exemple, a généré une quantité importante de ce type de courrier. Le « dossier » avait été particulièrement suivi par la rédaction de la Locale Strasbourg.

Restons lucides

Les journalistes ne sont pas des êtres insensibles, qui vivent dans une bulle étanche. Ils évoluent dans une ville, dont ils sont à la fois acteurs du devenir mais aussi observateurs de son évolution. Imprégnés de l'air d'une ville, d'une région, cotoyant les habitants, les journalistes proposent des articles qui reflètent à la fois les inquiétudes, ou les bonheurs, de leurs contemporains sans qu'il y ait forcément un « besoin » clairement exprimé. De plus, les articles publiés sont généralement le fruit d'une réflexion collective, au sein de réunions quotidiennes au cours desquelles la pertinence de tel ou tel thème est discutée.

Je suis comme mes confrères et consœurs. Je fais partie de cette société alsacienne, française, européenne de 2006. Mais mon métier induit que je suis capable de faire des pauses : je me mets en retrait pour regarder, écouter, sentir, échanger et analyser. Je suis à la fois dans ce monde et à sa périphérie. Cette profession me donne la possibilité de traduire des événements à mes contemporains, afin, peut-être, de mieux les aider à comprendre leur environnement. Pas de façon neutre toutefois. Je reconnais et j'assume ma subjectivité. L'important est d'en être conscient et de le faire savoir. Comme le dit Serge Halimi : « *La lucidité est une forme de résistance* ».

Véronique Cohu-Weill