

SUJET ESSAI - FILIERE JOURNALISME



PROPOSITION DE CORRIGE

Le canard est mal en point. A son chevet, le médecin identifie une "internite aiguë" ! Sous la plume du dessinateur Ysope, on comprend la nature du symptôme : les "a" du volatile sont remplacés par des "@", signe que internet a contaminé la presse papier.

Le diagnostic est-il sûr ? Peut-on réduire la crise de la presse papier au développement internet ? Ou doit-on faire des examens complémentaires pour comprendre pourquoi les journaux et les magazines trouvent moins de lecteurs dans les formats qui ont fait leur succès d'autrefois ?

En première analyse, le développement des technologies numériques a bien bousculé les éditeurs et mis à mal la presse papier. De moins en moins de lecteurs se rendent en kiosque ou s'abonnent à la version papier de magazines ou de journaux. D'ailleurs, entre les grèves et la crise des distributeurs, aller « acheter son journal » est devenu parfois difficile... C'est d'autant moins utile que chacun trouve aujourd'hui sur les sites de presse ou les moteurs de recherche des dépêches ou informations en continu. Le traditionnel JT de 20 h a d'ailleurs autant perdu de plumes que le canard papier. Sur internet, l'information est abondante, gratuite, livrée dans un flot ininterrompu, à tel point que "l'infobésité" est devenue une appellation commune pour décrire le trop-plein de titres et d'images autour de nous. L'apparente gratuité de l'information, qui avait déjà commencé à l'époque des journaux gratuits dans les transports en commun, a donné des réflexes durables aux lecteurs. A quoi bon acheter un journal si c'est pour y lire une information déjà à portée de clic sur un écran ?

On comprend ainsi que c'est un changement de modèle économique qui a durablement transformé nos rapports à l'information. Sur les chaînes d'information en continu, sur les réseaux sociaux, sur le journal distribué à l'entrée du métro, les nouvelles se "consomment" minute après minute. Les images sont postées par des témoins, des vidéos font le buzz, des commentaires sont repris en boucle. Cela a déclassé la valeur de l'information qui paraît arriver toute seule et prête à l'emploi. Peu importe la source pourvu que le distributeur soit rempli de news toutes fraîches et régulièrement renouvelées. Jusqu'à ne plus savoir d'où viennent les informations ou trouver qu'elles ont un goût frelaté. Un sondage sur twitter le dira en quelques signes : on ne peut pas faire confiance aux journalistes pour nous informer !

C'est paradoxalement cela qui pourra sauver notre canard mal en point. Où trouver des informations fiables, des analyses en profondeur ? La réponse est sans doute du côté du producteur d'informations qu'est le journaliste. Certains pure-players, influenceurs ou éditeurs ne s'y sont pas trompés en proposant des dossiers spéciaux, des enquêtes dans des nouveaux formats. Médiapart, Sogood, Hugo décrypte sont autant de marques qui ont renouvelé la façon de traiter et diffuser l'information. Ces médias ont su aller à la rencontre de nouveaux lecteurs ou de spectateurs. Tout comme le cinéma ou le théâtre n'ont pas tué le livre, l'internete aiguë ne tuera pas la presse écrite. Encore faut-il qu'elle trouve sa place dans de nouveaux formats et qu'elle accepte de changer de peau.