

NOUVELLE PRESSE ACTE II, SCÈNE IV DU POUVOIR DE L'INFORMATION



© DR / ARCHIVES

« **U**n journal a deux faces. C'est une entreprise comme toute autre, qui doit rapporter pour vivre au sens matériel. Mais c'est beaucoup plus qu'une entreprise; c'est une institution; elle reflète et influence la vie de toute une communauté; elle peut affecter des destinées encore plus larges. C'est à sa manière un outil de gouvernement. Elle joue sur les esprits et les consciences des hommes. Elle peut éduquer, stimuler, aider, ou elle peut faire le contraire. Elle a donc une existence morale aussi bien que matérielle, et son caractère et son influence sont généralement déterminés par l'équilibre de ces deux forces. Elle peut faire du profit ou du pouvoir son premier objet, ou peut se concevoir comme remplissant une fonction plus élevée et plus exigeante.¹ »

Voilà pourquoi, non, résolument, nous ne concevons pas un média de la *Nouvelle Presse* comme un simple objet de consommation, obéissant sans restriction ni ajustement aux lois du marché et aux exigences de maximisation de la valeur actionnariale. Une machine à laver n'est pas directement un élément clé de la démocratie; un journal, si. Une entreprise de presse, par sa ligne éditoriale, par son choix d'«éduquer, stimuler, aider» ou de ne pas le faire, a un rôle clé voire vital dans le processus démocratique. Le pouvoir de l'information est là.

Historiquement, les exemples abondent de régimes autoritaires ayant bien compris la nécessité de brider les médias pour assoir leur pouvoir non-démocratique: l'Espagne de Franco, la Chine de Mao, la Russie de Staline, l'Allemagne de Hitler. Ces dernières années, sans qu'il soit besoin d'être dans des régimes autoritaires, un affaiblissement de la sphère de débat publique s'est plus sournoisement introduit dans nos démocraties par le biais de forces économiques et sociales. Une étude publiée par l'Université Stanford en résume les cinq principales causes de cet affaiblissement sournois: 1) un financement fortement réduit pour les médias imprimés, 2) des audiences de plus en plus fragmentées, 3) une dissémination de l'information de plus en plus aléatoire et instantanée, 4) un déplacement croissant de l'écrit et du parlé vers la vidéo, et 5) une réduction quantitative et qualitative de l'éducation civique, et un déclin correspondant dans la connaissance des affaires publiques².

Au moins quatre de ces cinq points ont directement trait au pouvoir que l'information a de renforcer ou d'affaiblir une démocratie. Il s'agit donc pour la presse, en particulier pour la *Nouvelle Presse*, de 1) convaincre de la

DÉCRYPTER LA RÉALITÉ

Je suis un homme d'images. Pendant plus de trente ans, je les ai utilisées pour rendre compte de la réalité et susciter la réflexion. Pourtant, elles n'ont jamais remplacé l'écrit. Abonné à plusieurs journaux et magazines, je suis un consommateur d'informations même si j'ai le sentiment d'être submergé chaque matin par un tsunami de nouvelles qui n'ont aucun sens.

Je ne fais pas partie de ceux qui proclament que c'était mieux avant. Mais j'avoue que les affichettes de certains quotidiens me font douter de l'intérêt d'acheter un journal. Comme me désole la publication de nouvelles sans aucun contrôle de leur véracité.

Pour répondre aux défis auxquels nous sommes confrontés dans une société qui doute de son avenir, j'ai besoin d'une presse qui m'aide à comprendre la complexité de notre monde et à former mon opinion en décryptant la réalité. Une presse qui met l'information en perspective et lui donne intelligibilité et pertinence. Une presse qui n'a pas pour seul objectif d'augmenter les dividendes de ses actionnaires, mais qui privilégie l'enquête et la réflexion. Une presse qui assume une fonction de service public au sens large du terme.

Or, ce que je vois, ce sont des éditeurs qui, au nom d'intérêts commerciaux à court terme, renoncent à leur devoir d'informer et passent par pertes et profits ce journalisme de qualité. Un journalisme pourtant indispensable au débat démocratique dans un pays dont les citoyens sont appelés régulièrement aux urnes pour décider de projets de plus en plus complexes.

La disparition brutale de l'Hebdo est révélatrice de la révolution de l'information à laquelle nous assistons à l'ère du numérique. Une révolution qui pose la question de la survie de la presse qu'elle soit imprimée, audiovisuelle ou numérique et, partant, de son financement, de la formation des journalistes et du rôle des lecteurs. Il faut en débattre. Ne pas le faire, ne pas prendre les mesures qu'exige la situation, c'est accepter la mort de la presse.

CLAUDE TORRACINTA

nécessité de nouvelles structures de financement, 2) tenir compte des attentes individuelles du lectorat tout en se gardant d'enfermer chacun-e dans sa bulle de confort, 3) savoir garder le recul nécessaire par rapport à l'actualité («éduquer, stimuler, aider») sans occulter les vraies urgences, et 4) s'ouvrir au multimédia tout en préservant les rythmes et espaces nécessaires à la réflexion et donc à la formation des opinions. On voit qu'il s'agit là d'un chantier ambitieux, qui va bien au-delà de la préservation des acquis dans un modèle économique et éditorial qu'il faudrait nostalgiquement préserver dans son état du XXe siècle.

Il tient à vous, lectrices et lecteurs, à nous tous citoyennes, d'assurer (ou non...) la pérennité et le renforcement du pouvoir de l'information. C'est pourquoi nous appelons de nos vœux le développement de la *Nouvelle Presse*. Parce que nous nous voulons une société démocratique.

Cet article conclut le quadriptyque sur la *Nouvelle Presse* inauguré dans l'édition de juin de *La Cité*. Nous avons ainsi tenté de vous proposer quelques perspectives constructives sur l'avenir de la presse en tant que rouage de la démocratie, des pistes pour une *Nouvelle Presse*.

Alors qu'il est à la mode de se lamenter sur le déclin de la presse traditionnelle, nous avons préféré suggérer des pistes de réflexion et d'action: sur la nécessité de formuler de nouvelles règles du jeu et de financement (*think tank* Nouvelle Presse), sur l'existence de sources de financement telles que le don, le mécénat et les aides publiques, sur le rôle actif que les lecteurs pourront jouer dans l'élaboration de médias de la *Nouvelle Presse*, pour conclure aujourd'hui avec le point central: sans une presse contribuant au processus de formation des opinions, pas de démocratie.

Nous espérons avoir ainsi contribué à la formation de votre opinion sur ce sujet et, peut-être, de vous avoir donné envie d'être partie prenante de l'avenir de la *Nouvelle Presse*.

1. C.P.Scott (éditeur puis propriétaire du *Manchester Guardian*, aujourd'hui *the Guardian*), 5 mai 1921 à l'occasion du centenaire du journal; traduit de l'anglais. Le Scott Trust est le propriétaire du *Guardian* et a pour but premier d'en assurer l'indépendance financière et éditoriale.

2. «The Civic Media Crisis and What Philanthropy Can Do», Bruce Sievers & Patrice Schneider, in *Stanford Social Innovation Review*, 8 mars 2017.