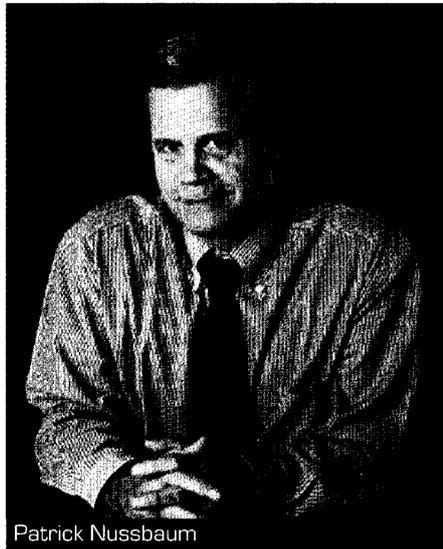


Cause toujours, ça intéresse les médias!

«Nos salles de rédaction souffrent du même syndrome que les salles des maîtres: nous vivons beaucoup trop en circuit fermé!» Piquant, cet aveu lancé par le journaliste de «24 Heures» Jean-Marc Sandoz! Il s'exprimait à Genève lors des Assises du journalisme organisées par l'Impressum le 3 février dernier. Les mirages et les avantages du journalisme participatif ont donné lieu à un stimulant échange.

► Mode ou impératif de survie? Après avoir longtemps clôturé le pré carré du «courrier des lecteurs», les médias sollicitent aujourd'hui la participation du public. Par téléphone, par SMS, par Internet... Parfois pour des sondages ou des «questions du jour» qui créent un certain malaise au sein même des rédactions. Parfois la «participation» débouche sur des apports plus consistants. Mais ce journalisme participatif ne marque-t-il pas une démission du journalisme? Pour le directeur de l'information à la Radio suisse romande, ce n'est pas le cas: «Notre plateforme WikiForum est destinée à réunir une expertise que l'équipe RSR n'a pas». Problème: faire venir spontanément des experts pour qu'ils donnent des avis éclairants dans un espace dédié sur Internet marche très moyennement pour l'instant. «Les experts ont horreur du vide. Ils préfèrent s'insérer dans un débat déjà existant», analyse Patrick Nussbaum.

Face aux manifestations actuelles du journalisme dit «participatif», la journaliste et écrivaine Silvia Ricci Lempen oppose un grand scepticisme: «La démocratie présuppose que chacun a un



Patrick Nussbaum

droit concret à influencer la marche de la société. L'espace participatif est trop souvent sous le signe du: «Cause toujours, tu m'intéresses!» Il faudrait que les avis exprimés contribuent à remplir la réalité. Pas seulement à remplir des cases vides. On donne aux gens l'illusion de participer aux débats en légitimant l'entrée dans l'espace public d'avis pas forcément intéressants. Combien de fois la contribution des lecteurs/auditeurs pénètre-t-elle assez loin pour obliger les journalistes à modifier la construction d'un sujet?»

«En permanence!» affirme Patrick Nussbaum, qui va même jusqu'à prétendre que 5 à 10% des sujets qui passent à l'antenne ont directement été inspirés par des apports d'auditeurs. Le représentant de la presse écrite est beaucoup plus circonspect: «Il faut une énergie incroyable pour aller chercher des blo-

gueurs qui acceptent de rejoindre notre plateforme et maintenir la flamme, modérer ces blogs», observe Jean-Marc Sandoz de «24 Heures». Les inputs du lectorat qui débouchent sur des articles sont rarissimes. «Nos contributeurs n'arrivent pas à faire la différence entre ce qui est un sujet et ce qui n'en est pas un», constate encore le rédacteur.

Les gens du métier en sont conscients: c'est l'altération de la crédibilité des journalistes aux yeux du public qui crée le besoin de se tourner vers des citoyens experts. Aux Etats-Unis, le gourou du journalisme participatif Jay Rosen estime qu'un bon «gestionnaire de plateforme participative» est plus productif que s'il écrivait lui-même. Pour le consultant Stéphane Koch, il y a bel et bien dans la société une expertise à exploiter. Le métier de journaliste doit évoluer avec les outils du web 2.0. Mais il faut que chaque intervenant soit bien identifiable (journaliste ou pas?). Et le mélange des apports implique un plus grand effort pour garantir la transparence et la crédibilité des sources.

Patrick Nussbaum reconnaît qu'il doit exister un contrôle sur les contenus générés par les citoyens. Il faut établir une différence entre les «self media» et les «mass media». A supposer que les experts en viennent à se déchaîner sur les plateformes mises sur pied, les gens de la RSR auraient-ils les compétences pour arbitrer leurs querelles? Un intervenant a aussi risqué une remarque malicieuse: «Le temps de l'expert n'est pas le temps du journaliste! Seule une minorité d'experts acceptera d'entrer dans la temporalité propre aux «gestionnaires de plateformes».

Publicité

engins pour place de jeux

www.gtsm.ch
GTSM_Macolin 044 461 11 30