



Le 25 janvier 2024

Quel journalisme face aux tournants majeurs qui nous attendent ?

Arnaud RUYSSSEN,

Journaliste à la RTBF, Maître de conférences invité à l'université de Louvain-la-Neuve

Le titre de la conférence fait référence au podcast d'Arnaud Ruysen sur la RTBF : *Le Tournant*.

Comment s'informer sur un monde aux multiples crises quand les médias sont eux-mêmes en crise !

De hier à aujourd'hui

Commençons d'abord par un petit retour en arrière. C'est en 2004 que notre conférencier devient journaliste à la RTBF. A l'époque, c'est Guy Verhofstadt qui était premier ministre. Le gouvernement, une coalition Socialistes-Libéraux, avait été formé en 53 jours et avait une confortable majorité de 97 sièges sur 150. 2004, c'est l'année du procès de Marc Dutroux ; Georges W. Bush était président des USA ; 10 pays rejoignaient l'Union Européenne. Mais 2004, ce fut aussi la naissance de *The Facebook*, qui au fil du temps deviendra simplement *Facebook* et représentera une véritable révolution de notre rapport à l'information.

Vingt ans plus tard, où en sommes-nous ? Le gouvernement actuel est composé de 7 partis et a une majorité de 87 sièges sur 150. Sa constitution a demandé 494 jours. La guerre sévit en Ukraine et au Proche-Orient. Nous connaissons une crise climatique et une crise de la biodiversité sans précédent. Nos économies sont à bout de souffle et les démocraties en péril. Bref, nous vivons dans un monde de plus en plus complexe, frappé par de multiples crises. Face à ces tournants majeurs à négocier (ou à subir), il est donc essentiel de bien informer. Mais les médias d'information sont eux-mêmes en crise.

L'ampleur de l'enjeu écologique

Il ne s'agit pas ici de faire de la politique : l'écologie est la science qui étudie les relations entre les êtres vivants et leur environnement. Autrement dit, il s'agit de répondre à la question de savoir comment nous habitons notre planète. Or, nous vivons actuellement un grave déséquilibre, et ce n'est pas le défi climatique qui est le plus grave !

On peut distinguer plusieurs problèmes critiques :

- Guerre en Ukraine,
- Économie à bout de souffle,
- Crise climatique,
- Cycle de l'eau,
- Biodiversité,
- Démocraties en péril,
-

Les médias : un changement de paradigme

En 2004, les sources d'information se réduisaient à la télévision, la radio et la presse écrite. A la RTBF, on commençait tout juste à s'intéresser à Internet, qui n'était alors qu'encore embryonnaire. La situation est toute différente en 2024 : Internet a connu le développement que l'on sait et les réseaux sociaux constituent à 42 % les sources d'information de la population.

On observe donc un changement de paradigme dans le monde de l'information. Par le passé, les personnes désireuses de s'informer étaient pour la plupart abonnées, ce qui donnait une certaine autonomie aux journalistes, qui pouvaient par exemple décider quel sujet à mettre à la une. Pour prendre une métaphore culinaire, la situation s'apparentait à une cantine offrant une nourriture équilibrée en proposant un plat unique. Alors qu'actuellement, avec l'importance prise par les réseaux sociaux, nous sommes plutôt face à vingt-cinq échoppes, où chacun vient se servir à son gré.

Cette situation conduit à une logique de concurrence, et provoque dès lors des difficultés quant au modèle économique des médias.

Les plateformes pour les News sont toutes puissantes :

- Facebook : 39 %
- YouTube : 18 %
- Facebook Messenger : 12 %
- What'sApp : 12 %
- Instagram : 9 %
- X (ex-Twitter) : 5 %

Les problèmes posés par ces plateformes sont nombreux :

- Elles sont « maîtres » de leurs algorithmes, et nous n'en connaissons pas le fonctionnement.
- Elles sont gourmandes de recettes publicitaires et de données. Dans un premier temps, Facebook semblait être une approche positive, puis la situation a commencé à se dégrader, notamment en raison de la nécessaire évolution des recettes publicitaires.
- Elles poursuivent parfois des buts propres (pensons par exemple à Elon Musk, Twitter et l'élection de Donald Trump)

Bref, nous assistons actuellement à une fragmentation de l'espace public :

- Cela place les gens dans des mondes différents suivant la plateforme à laquelle ils sont accrochés. Il faut adapter le traitement d'un même sujet en sept ou huit versions, ce qui demande beaucoup de temps et de moyens ;
- il devient de plus en plus difficile d'organiser du commun ;
- on assiste à un développement d'univers informationnels parallèles (songeons aux différentes manières d'appréhender la crise du Covid et la campagne de vaccination) ;
- il est dès lors très difficile de lutter contre les *fake news*.

L'intérêt général pour les informations a fortement baissé, passant de 63 % en 2017 à 51 % en 2022. La fatigue informationnelle concerne 53 % des Français !

Alors que faire ?

La situation actuelle offre néanmoins quelques opportunités :

- une démocratisation de la « fabrication de l'information » ;
- l'émergence de nouveaux contenus (chaînes YouTube, coopératives, diversification de l'écosystème) ;
- le contact direct entre le citoyen et le journaliste ;
- une potentielle diversification de la consommation.

Les enjeux sont fondamentaux et peuvent se décliner en quelques objectifs :

- Il faut réinterroger notre rapport à l'information : 12 % seulement des Belges paient pour s'informer. De plus, pour s'informer correctement, il est nécessaire de prendre du temps.
- Il faut repenser le financement, ce qui nécessite un vrai débat de société, car c'est un enjeu de la démocratie. (voir Julia Cage, Les solutions pour une démocratie renouvelée)
- Il faut éduquer aux médias : tous les publics sont concernés. On peut également imaginer des cours de citoyenneté. Il faudrait également « ouvrir les cuisines », c'est-à-dire expliquer comment fonctionnent les médias.
- Il faut enfin proposer une information constructive, ce qui implique de la précision et le souci des nuances. Il est donc nécessaire, non seulement de mettre l'info en perspective, d'offrir une vision complète de la société, mais aussi de mettre en lumière les pistes de solutions, tout en prenant conscience de l'impact du discours médiatique sur le public. On a notamment pu constater l'impact sur le moral de la population lors de l'évolution de l'épidémie de Covid.

Et notre conférencier de conclure :

Si nous voulons avoir des décideurs à la hauteur des enjeux, capables de mener les réformes essentielles et difficiles,

Si nous voulons affronter les Tournants de manière démocratique,

Alors nous avons besoin d'une presse forte, indépendante, libre et de qualité.

* * * * *

Questions - Réponses

- Lorsqu'il parle de « organiser du commun », Arnaud Ruysen évoque l'occasion de se parler et de s'écouter, ce qui est particulièrement important en ces temps où les réseaux sociaux ont pour effet de radicaliser les opinions.
- En ce qui concerne la responsabilité des Services Publics vis-à-vis des *fake news*, on peut songer au site Faky (faky.be), qui est une plateforme qui aide à lutter contre la désinformation. Il faut toutefois noter la disproportion entre le temps consacré à l'information et celui à lutter contre la désinformation. Par ailleurs le *fact checking* (journalisme) touche peu la personne qui croit à la fausse information, mais conforte surtout ceux qui étaient déjà convaincus.
- En Belgique, il existe effectivement une certaine concentration des médias, mais il reste quand même une bonne liberté de presse. La situation en France apparaît par contre plus inquiétante, où il semble parfois que les intérêts sont plus politiques qu'économiques. (ex groupe Bolloré en France)
- Oui, on peut parfois constater une convergence entre réseaux sociaux et montée du populisme.
- Dire que les jeunes se contentent de *brèves* sur Facebook constitue une généralisation abusive : tous les jeunes ne sont pas comme ça.
- Comment intéresser les jeunes ? C'est entre autres le rôle des parents et de l'école.
- La RTBF est-elle politisée ? En première approche, on pourrait le penser, puisque le conseil d'administration est constitué sur base d'une répartition des mandats entre représentants des partis politiques (application de la clé D'Hondt), mais Arnaud Ruysen insiste : il n'y a jamais aucune intervention du conseil d'administration sur le contenu des informations.