

# Presse écrite : muter ou périr ?

**La Belgique est-elle le laboratoire numérique de la presse écrite de demain ? Après l'annonce par le quotidien économique flamand *De Tijd* du lancement en avril, en collaboration avec Philips, d'une version numérique de son journal sur « papier électronique », c'est au tour de *La Libre Belgique* de préparer sa mutation médiatique à l'ère du Web 2.0.**

Depuis le 12 février, le webmaster des sites de *La Libre Belgique* et de *La Dernière Heure*, également journaliste, tient un blog sobriement intitulé « La presse et son Web »<sup>(1)</sup>. Renaud Hermal, c'est son nom, y lève progressivement le voile sur ce que nous prépare le quotidien du boulevard Emile Jacqmain sur le front du journalisme multimédia. Car *La Libre*, qui n'a pas envie que son lectorat s'érode, tente activement de trouver la parade à la désertion qui frappe la presse écrite depuis des années déjà. En France, *Libération* et *Le Monde* proposent depuis peu sur leurs sites Internet des extraits audio (parfois vidéo) d'interviews réalisées par les journalistes de la rédaction pour leurs articles du journal papier – une démarche à ne pas confondre avec les séquences vidéos proposées par *Le Figaro*, *La Libre Belgique* et *Le Soir*, achetées « clé sur porte » à Zoom.In, une petite société amstellodamoise qui exploite cette niche particulière<sup>(2)</sup>.

*La Libre* semble vouloir aller plus loin. Dans un message sur son blog, Renaud Hermal évoque la récente formation qu'ont suivie certains journalistes du quotidien pour apprendre à publier les mêmes informations sur différents supports (journal, Web) et en différents formats (texte, audio et vidéo), un processus qu'il est convenu d'appeler la « convergence multimédia ». Ainsi, début mars, « une équipe de télévision a accompagné quelques journalistes dans leurs déplacements afin de monter un sujet vidéo en complément de l'article paru dans le journal papier ». Tout cela pour « approfondir encore plus ce thème de la convergence et voir concrètement comment cela peut s'organiser sur le terrain et dans le futur », écrit Renaud Hermal. Car le rêve de beaucoup de patrons de presse, rappelle-t-il sans les désigner explicitement, « est que le journaliste puisse écrire, filmer, prendre une photo et enregistrer son interview ». Reste à voir comment les journalistes eux-mêmes – et ceux qui les défendent – réagiront face à une telle ambition que leur prêtent leurs employeurs... Réaliste, il souligne la difficulté concrète de l'exercice, et la créativité formelle qu'il va falloir mettre en œuvre pour ne pas faire « en moins bien » ce que les professionnels de la radio et de la télé font tous les jours<sup>(3)</sup>. Il insiste également sur la nécessaire révolution interne des mass médias traditionnels pour réussir cette mutation technologique : « Revoir le fonctionnement des rédactions, organiser un partage des connaissances et surtout être cons-

cient que notre métier de journaliste est en train de changer fondamentalement. Ne pas vouloir l'admettre est une grave erreur... »

En effet, le développement actuel du Web 2.0, avec son cortège de blogs, vlogs, wikis, podcasts et autres flux RSS, et l'essor des « médias citoyens », à l'instar de OhMyNews.com en Corée du Sud, Bayosphere.com aux Etats-Unis ou AgoraVox.com<sup>(4)</sup> en francophonie, sont au cœur de la révolution « pronétarienne » – et donc médiatique – en cours.

Au défi de la convergence multimédia se superpose celui de la convergence rédactionnelle des contenus produits par les journalistes professionnels et « amateurs ». Comme le résume Dan Gillmor, journaliste américain et auteur de « We the Media » (O'Reilly, 2004), bible de ce nouveau « journalisme citoyen »

plus vieux, majoritairement les plus de 65 ans. Internet est utilisé par toutes les générations, sauf les plus de 65 ans. »

Comme ses lecteurs – plutôt âgés –, la presse écrite quotidienne est-elle en voie de disparition ? Il est sans doute un peu naïf de le penser (elle n'a pas dit son dernier mot) et de toutes façons beaucoup trop tôt pour l'affirmer. Que révélerait en effet une telle enquête si elle était réalisée en Europe, où le taux de pénétration d'Internet dans la population est presque deux fois moindre qu'en Amérique du Nord<sup>(6)</sup> ? Ce qui est clair en tout cas pour Mignon, « c'est que seul Internet est en train de devenir un média mass-market. Les autres devront faire des choix ou prendre le risque de ne satisfaire personne. »

En octobre dernier, dans un entretien accordé au *Figaro*, Bill Gates estimait que « dans cinq ans, on peut penser que 40 à 50 % des gens liront la presse en ligne », jugeant « cruciale » pour les journaux la qualité de leur site Internet. Une prédiction qui vaut ce qu'elle vaut, bien sûr. Mais la jeune génération biberonnée à la diversité des sources (Internet), à l'expression personnelle (blogs), à la gratuité des contenus culturels (peer-to-peer), à la portabilité multimédia (podcasting) et à la « culture du temps réel » (Web, GSM) se tournera-t-elle spontanément vers le papier payant quand viendra l'âge de la pension<sup>(7)</sup> ? Seuls ceux qui n'anticipent pas les changements à venir semblent encore y croire.

**David LELOUP**

*Adaptation d'un billet publié le 09/03/06 sur David-Leloup.blogspot.com, repris sur AgoraVox.com. Diffusé sous licence Creative Commons « Paternité - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification ».*



en plein essor. Tom Glocher, PDG de l'agence Reuters, l'a d'ailleurs bien compris. « Dans l'industrie de l'information, la combinaison de contenus professionnels et « amateur » génère un meilleur produit », écrivait-il récemment dans une tribune du *Financial Times* exhortant les « vieux médias » à collaborer avec les blogueurs et les nouveaux « journalistes citoyens ». Dans ce nouveau contexte, « la presse écrite quotidienne (...) n'est définitivement plus un média qui peut s'adresser à tout le monde », analyse Jeff Mignon, un consultant médias basé à New York, en commentant sur son blog<sup>(5)</sup> une récente enquête de la société californienne Outsell sur les sources d'information de 2.800 Etasuniens selon leur âge. « La presse écrite en général (quotidiens et magazines) est la source d'informations, en priorité, des plus de 65 ans, parfois des 18-30 ans (pour les infos nationales et internationales, le cinéma et les loisirs). La télévision touche également un public de plus en

- (1) LaPresseEtSonWeb.blogs.lalibre.be.
- (2) Zoom.In vend à une série de quotidiens hollandais, belges et français, ainsi qu'à plusieurs portails Internet, des news vidéos réalisées, pour l'international, à partir de l'agence Reuters et, pour l'info locale, de la production de télévisions régionales (TV Brussel pour *Le Soir* et *La Libre*).
- (3) Le premier véritable podcast réalisé par un quotidien belge (44 minutes audio consacrées au basket) a été mis en ligne le 21 mars 2006 par la *Dernière Heure*.
- (4) Lancé par Joël de Rosnay en avril 2005, AgoraVox.com est une espèce d'Indymedia centralisé et pluraliste qui filtre, classe et médiatise les productions personnelles des pronétaires (tous ceux qui sont sur et pour le Net), soit quelque 2.800 blogueurs francophones.
- (5) « Les habitudes en termes de sources d'information par génération », MediaCafe.blogspot.com, 3 mars 2006.
- (6) InternetWorldStats.com/stats.htm.
- (7) En France, selon l'étude Consojunior 2006 publiée en mars par l'agence TNS Media Intelligence, les 11-19 ans déclarent préférer le Net (60,6%) à la télé (57,1%) ou la radio (51,2 %).

# journalistes

la lettre de l'



## Journée d'études sur le secret des sources

Il y a seize ans, l'Assemblée générale des Nations unies instituait le 3 mai comme « Journée mondiale de la liberté de la presse » avec l'espoir que, ce jour-là, une plus grande visibilité soit accordée à tout ce qui se fonde sur l'article 17 de la Déclaration universelle des droits de l'Homme. A savoir que « Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre sans considération de frontières, les informations et les idées par quelque moyen que ce soit ». A cette occasion, l'AGJPB organise une journée d'études relative au secret des sources. Tous les journalistes y sont invités. (Illustration : Cost)

Programme et modalités d'inscription en page 8

## Sommaire

**Histoire** La DH, alerte centenaire 3

**FEJ** La télé sous la dictature des marques ? 6

**In memoriam** René Haquin et R.-Ph. Dawant 7

## Dossier

# L'information et la blogosphère

Selon le spécialiste américain du référencement de blogs, Technorati <sup>(1)</sup>, il existerait actuellement quelque 34 millions de blogs (anglicisme né de la contraction des mots *web*, toile d'araignée, et *log*, connexion), soit 20 millions de plus qu'en juillet de l'année passée, et ce chiffre est en constante augmentation. Les blogs, ce sont ces « carnets » apparus sur le web aux Etats-Unis au milieu des années 90 et qui, depuis 2003, sont devenus tant un phénomène de mode qu'un complément – voire pour certains une alternative – aux médias traditionnels.

L'ensemble des blogs (blogues, en québécois) et les communautés qu'ils forment a pris le nom de blogosphère. Si on y retrouve un nombre important de blogs d'adolescents – la plate-forme française Skyblog en dénombrait 3,5 millions au début janvier de cette année –, la tendance est de plus en plus aux blogs liés à une thématique donnée, distillant informations et opinions sans nécessairement distinguer les genres, blogs de citoyens mais aussi d'universitaires, de personnalités du monde politique ou encore de journalistes.

Eléments-clés du web 2.0 <sup>(2)</sup>, les blogs bénéficient d'une audience à faire pâlir d'envie la plupart des médias. En France, l'institut Médiamétrie vient d'en mesurer l'audience pour la toute première fois : les blogs ont accueilli 6,7 millions de visiteurs au cours du dernier trimestre 2005, soit un internaute français sur trois. Tout aussi impressionnant, leur indice de notoriété : 75% des internautes savent ce qu'est un blog (89,1% chez les 15-24 ans et 53% chez les plus de 50 ans). Et si, dans l'Hexagone, nombreux sont les blogs informant ou critiquant d'autres blogs, c'est ironiquement sur un support papier qu'ils trouvent, depuis le 26 janvier dernier, un nouveau relais : *Netizen*, édité par les sociétés Astrolabe et Pointblog <sup>(3)</sup>, est ainsi le premier magazine francophone entièrement dédié à ce mode d'expression.

Né de la liste de liens commentés maniée par une élite intellectuelle maîtrisant le HTML, le langage informatique permettant la création d'un page web, le blog d'aujourd'hui s'est largement démocratisé.

(Suite pages 4 et 5)

Laurence DIERICKX

(1) [www.technorati.com](http://www.technorati.com)

(2) Le web 2.0 désigne forums, blogs, radios en ligne (podcast), etc., qui rendent le web « vivant » et interactif. Lire *Journalistes* n° 69, mars 2006.

(3) [www.pointblog.com](http://www.pointblog.com)

# L'information et la blogosphère

(Suite de la une)

**C**réer un blog et y publier régulièrement des billets est en effet aussi simple que d'envoyer un courriel. Les plates-formes de blogging génèrent d'ailleurs automatiquement ce flux ou fil RSS qui prévient d'une mise à jour, quasi en temps réel, les moteurs de recherche et sites spécialisés et/ou « abonnés ». Maîtriser ce jargon est utile mais pas indispensable au maniement de l'outil, que l'on met à jour rapidement et facilement depuis son ordinateur ou même son GSM. Autre particularité du blog, l'interaction entre le blogueur et son lecteur : celui-ci peut réagir sous la note publiée, exactement comme dans un forum.

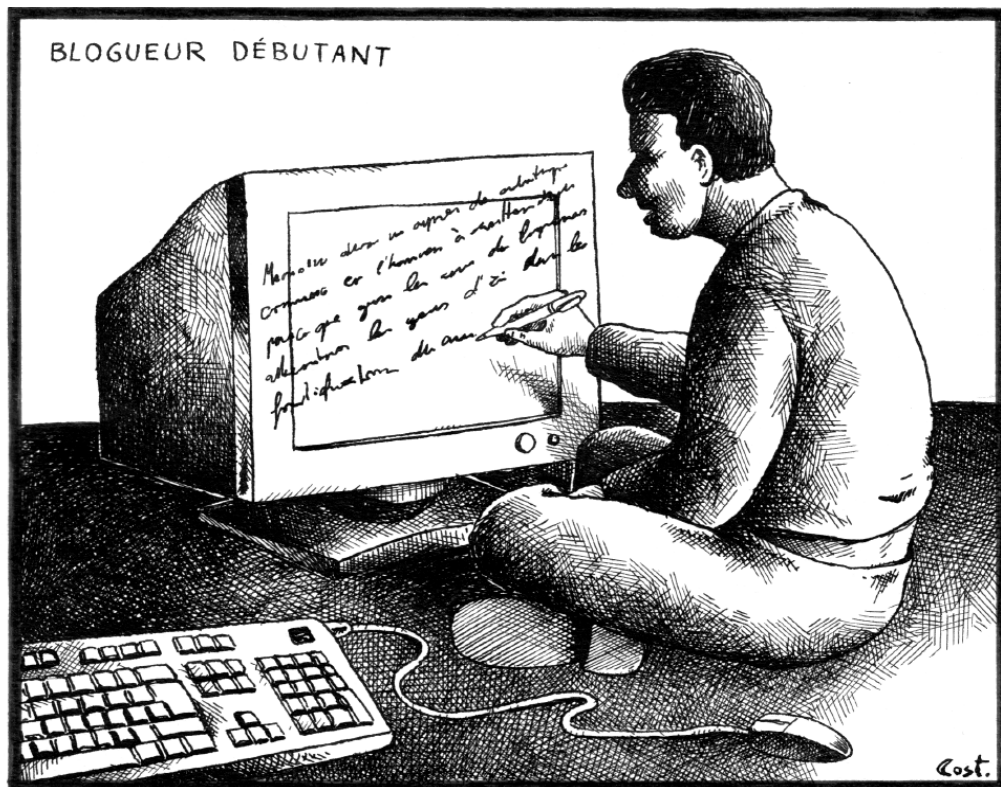
De nombreux journalistes se sont laissés tenter par l'aventure, comme Jonathan Dube, directeur éditorial du site internet de CBS qui, il y a six ans, lançait le site *cyberjournalist.net*. Objectifs : dresser une liste exhaustive des journalistes-blogueurs, proposer des informations sur le journalisme en ligne et expliquer l'impact des nouvelles technologies sur le journalisme.

En France, *Libération*, est le premier quotidien à avoir créé un espace « blog » dans sa déclinaison électronique en février 2004. *Le Monde* inaugura les blogs événementiels à l'occasion des forums de Davos et Puerto Alegre. Chez nos voisins, aujourd'hui, les blogs de journalistes et/ou de rédactions se comptent par douzaines.

Mais si tous les journalistes ne sont pas nécessairement des blogueurs, de plus en plus de blogueurs alimentent leurs pages en informations. Pour le journaliste américain Dan Gilmore <sup>(1)</sup>, auteur du livre « *We, the media* », le blogging pallie le manque de transparence du système journalistique et incite le citoyen à prendre le relais des professionnels lorsque ceux-ci ne fournissent pas des informations « satisfaisantes ».

Chryde <sup>(2)</sup>, pseudonyme d'un enseignant à l'École supérieure de journalisme de Lille, estime que les commentaires – souvent plus nombreux que les billets postés – permettent d'ajuster et/ou de nourrir une information, laquelle gagnerait ainsi en crédibilité. Sur son blog, baptisé « *Heures creuses* », les lecteurs s'opposent aux journalistes, parfois avec véhémence. Exemple : « Tout le monde le sait, les journalistes sont les maîtres de l'information, les blogueurs et autres rédacteurs ne sont que des pollueurs. Continuez à penser ainsi et on verra bien qui aura le dernier mot : l'orgueil des journalistes risque d'en prendre un coup. »

Jeff Jarvis, un autre journaliste américain, directeur du programme « nouveaux médias » de l'école de journalisme de la ville de New-York, abonde dans ce sens, arguant que le journalisme de demain sera celui où les lecteurs surveilleront et corrigeront les erreurs. Certains journalistes en herbe ou blogueurs



chevronnés ont déjà fait leurs preuves dans la couverture de certains événements comme, par exemple lors des catastrophes du tsunami en Asie du sud-est ou de l'ouragan à La Nouvelle Orléans.

Mais s'agit-il encore d'une véritable information lorsqu'elle est livrée brute, sans traitement ? Et avec quelle déontologie ? D'autant que le marketing s'empare lui aussi de la boîte de Pandore : derrière un blog ludique dédié aux hommes se cache une marque de vêtements. Blog Event <sup>(3)</sup> va même jusqu'à louer des blogs-reporters à des sociétés en mal de notoriété pour leur confectionner des blogs sur mesure. Articles, sons ou images au choix, à partir de 299 € par jour. « Son travail s'apparente à celui d'un journaliste, sauf que le blog-reporter devra se soustraire à la ligne éditoriale fixée par l'organisateur », lit-on dans la plaquette de présentation. Le clavier fourche : se soustraire ou se soumettre ? Avant de se reprendre et en employant clairement le terme « communication ». L'internaute lambda, lui, est censé n'y voir que du feu.

Blogueurs contre journalistes ? Loïc Le Meur <sup>(4)</sup>, entrepreneur et blogueur français, s'est attelé à la rédaction d'un ouvrage posant explicitement la question. Sur son blog, il en diffuse déjà les premières pages. On peut y lire notamment que « Les journalistes qui s'essaient aux blogs sont souvent très surpris par la quantité de commentaires qu'ils peuvent recevoir et surtout la rapidité avec laquelle ils peuvent arriver. (...) Les commentaires (...) complètent ce qu'a exprimé l'auteur, lui signalent des informations connexes qui auraient pu lui échapper ou lui

suggèrent de découvrir d'autres sources ».

En clair, journalistes revoyez votre copie et attendez-vous à ne plus jamais pratiquer votre métier comme on vous l'a appris.

« Les deux mondes vont fusionner pour ne faire plus qu'un, prédit Le Meur. Les meilleurs blogueurs auront autant de succès que les journalistes professionnels, les mauvais resteront dans l'oubli alors que les mauvais journalistes seront tellement repris et corrigés par leur audience et les blogueurs qu'ils perdront toute crédibilité. Les grands médias ont déjà commencé à s'adapter rapidement à la nécessité d'être aussi des espaces qui ne se limitent pas à diffuser de l'information et hébergent autant ou plus de conversations que d'articles. De nouveaux types de médias comme les médias citoyens continueront d'apparaître et draineront une audience et une influence considérables mais la plupart des grandes marques du vingtième siècle réussiront à réinventer leur modèle. » Dans sa nouvelle version électronique en ligne depuis le début avril, le *New-York Times*, qui fait figure de référence en matière d'information multimédia, inaugure un espace personnel, « *My Times* » <sup>(5)</sup>, permettant à l'internaute d'organiser des liens vers les contenus du journal et d'autres sites. Et de surfer, ainsi, sur l'air du temps...

L. D.

(1) <http://weblog.siliconvalley.com/column/dangilmor>

(2) [www.chryde.net](http://www.chryde.net)

(3) [www.blog-event.fr](http://www.blog-event.fr)

(4) [www.loiclemeur.com](http://www.loiclemeur.com)

(5) [www.newyorktimes.com](http://www.newyorktimes.com)

# Des médias libres et citoyens

**Tout le monde peut être une source d'information : c'est le postulat de cette nouvelle génération d'internautes qui s'inscrivent en marge du web traditionnel, puisque ce sont eux qui créent désormais les contenus. Les citoyens œuvrent ainsi pour une information indépendante de toute contrainte. Ces médias citoyens ont essaimé, répondant à leurs nouvelles attentes en matière d'information.**

Le blog collaboratif Global Voices <sup>(1)</sup>, a été lancé par une ancienne journaliste de CNN, Rebecca MacKinnon. Il rassemble une cinquantaine d'auteurs couvrant le monde entier pour faciliter l'émergence des voix des citoyens. Avec pour slogan « Le monde parle. L'entendez-vous ? », cette initiative sans aucun but lucratif est notamment soutenue par l'université d'Harvard.

La plate-forme allAfrica.com se nourrit des informations publiées dans 125 organes de presse et 200 « autres sources d'informations », parmi lesquelles de nombreux blogs ; et entend pallier le manque de couverture médiatique de ce continent.

En Corée, ohmynews.com est alimenté par plus de 41.000 citoyens et annonce « la fin du journalisme du vingtième siècle ». Tous les articles sont soumis à un comité de rédaction qui vérifie et valide les articles qui leur parviennent.

Plus proche de nous, Agoravox <sup>(2)</sup> du scientifique français Joël de Rosnay, dispose depuis peu d'une version anglophone. Agoravox, qui se définit comme un capteur d'information, est régi par des règles strictes de déontologie, mettant en avant le préalable de l'exactitude de l'information. La plate-forme dispose d'un comité de rédaction chargé de veiller à ce qu'aucune dérive ne parasite les nouvelles publiées. Parmi ses rédacteurs, elle compte de nombreux journalistes, eux aussi convaincus de la nécessité de bousculer la manière d'informer. Dans les pays où les médias et les journalistes sont victimes de censures et répressions, le blog constitue une alternative permettant de s'octroyer une liberté qui ne serait pas autrement accordée. En Chine, la plate-forme de blogging générée par Microsoft – à l'instar du moteur de recherche Yahoo – n'a toutefois pas échappé à la censure des autorités : les mots « démocratie » ou « Dalaï Lama » sont par exemple refusés automatiquement par le système.

L'organisation Reporters sans frontières (RSF) intervient régulièrement pour dénoncer ces entraves à la liberté d'expression. Considérant que, dans certains régimes, les blogueurs restent les seuls véritables journalistes car ils publient des informations indépendantes parfois au risque de leur liberté, RSF a conçu un guide à leur attention. Le « Guide pratique du blogger et du cyberdissident » dispense une série de conseils et astuces techniques pour préserver son anonymat, contourner la censure, lancer un blog dans de bonnes conditions, le faire connaître ou asseoir sa crédibilité via le respect de quelques règles éthiques et journalistiques. Cette publication se télécharge gratuitement sur le site de RSF <sup>(3)</sup>.

L. D.

(1) [www.globalvoicesonline.org](http://www.globalvoicesonline.org)  
(2) [www.agoravox.fr](http://www.agoravox.fr)  
(3) [www.rsf.org](http://www.rsf.org)

# Ils bloguent, ils sont journalistes

Si la fièvre des blogs n'a pas gagné un nombre important de journalistes belges et francophones, le phénomène est pourtant en train de se développer.

Fabrice Grosfilley (RTL-TVi) a lancé son blog, « Rue de la Loi » <sup>(1)</sup>, début mars dernier. Sa démarche : prolonger par écrit son expérience télévisuelle. « L'aspect fugace du média télé est frustrant parce qu'il ne laisse aucune trace. Dans mon blog, je peux mettre des choses qui ne passeraient pas nécessairement dans un reportage TV parce qu'elles ne s'y prêteraient pas forcément. Dans le même temps, je dispose d'une plus grande liberté éditoriale », explique ce « jeune » blogueur qui s'impose, dans son rythme quotidien, des contraintes de véracité et d'indépendance de l'info. Fabrice Grosfilley fait partie de ceux qui sont persuadés que, grâce au flux RSS, les blogs seront un jour capables de concurrencer les dépêches d'agences. Même s'il reconnaît qu'une rumeur peut très vite se répandre sur le web. « Il faut faire le tri bien sûr. En matière de crédibilité, je pense que les journalistes auraient intérêt à investir dans ce nouveau média. »

Avec une approche plus personnelle, Ludovic Delory passe du statut de journaliste radio à celui d'éditorialiste dans son blog « T'as vu l'actu ? » <sup>(2)</sup>, qu'il a lancé en juillet 2005. Il y développe des réflexions plus personnelles sur l'actualité, dans le but de susciter le débat. « Quand on travaille dans un organe d'information, on reste dans un canevas strict et en particulier quand il s'agit du format radio », explique-t-il. Mon blog me permet de m'exprimer de manière plus littéraire, de me lâcher, de confronter les sources et de pousser ses visiteurs à davantage de réflexion. » A la demande de sa rédaction, aucun lien ne renvoie vers le média pour lequel il travaille, en l'occurrence Bel-RTL. « En Belgique, on est encore assez

frileux... Mais si je suis journaliste, c'est aussi parce que j'ai des idées et des choses à dire ! »

« Médiattitudes » <sup>(3)</sup>, c'est le nom du blog de David Leloup, journaliste – à mi-temps pour *Imagine* – et « proné-taire » <sup>(4)</sup>. Pas question pour lui d'y étaler ses états d'âme ; il publie chaque semaine un article de fond sur un sujet relatif aux médias, aux sciences ou aux nouvelles technologies. « Le blog est un outil intéressant pour se rapprocher de ses lecteurs, en particulier des plus jeunes », souligne-t-il. Autre manière de bloguer, celle qui s'inscrit dans un cadre professionnel défini : à *La Libre Belgique*, la cellule multimédia a lancé, début 2006, deux blogs s'intégrant au site [lalibre.be](http://lalibre.be). Le premier est celui des correspondants du quotidien à Paris, « Paris Libre », qui prend le pouls autrement de ce qui se passe au-delà de nos frontières. Le deuxième, « La Presse et son web », est alimenté par le webmaster des sites de *La Libre* et de *La Dernière Heure*, Renaud Hermal.

« Ces blogs, qui répondent à une demande des lecteurs et des internautes, ont pour objectif de montrer vers où il faut aller aujourd'hui, à l'heure du web 2.0, du podcasting, etc. La blogosphère ne doit pas être un univers parallèle : il faut l'écouter et y être présent. C'est pourquoi, nous expliquait-il, plusieurs autres blogs verront le jour prochainement sur les sites de *La Libre* et de la *DH*, avec notamment un blog-événement sur l'actualité du Mondial. « On essaie de pousser les journalistes de la rédaction à participer à l'aventure mais cela prend du temps et tous ne l'ont pas nécessairement. »

L. D.

(1) <http://rueedelaloi.blogspot.com>  
(2) <http://ludovic.over-blog.net>  
(3) <http://david-leloup.blogspot.com>  
(4) Terme inventé par Joël de Rosnay (lire ci-contre) pour désigner les nouveaux producteurs et acheteurs de contenus en ligne.