



MEDIAS

Le journalisme et ses mutations

Par Lauren Malka



Crédit photo : Nadia Boukroufi

Après avoir été rédactrice en chef du site MyBOOX, Lauren Malka – diplômée du Celsa – a collaboré notamment au Magazine littéraire et au Figaro Magazine. Elle est aujourd'hui conseillère littéraire de l'émission « Au Fil de la nuit » sur TF1.

Elle vient de publier un délicieux petit livre consacré à la presse face au défi numérique : « Les journalistes se slashent pour mourir » (Editions Robert Laffont, 10 euros)

Le livre paraît dans la collection « Nouvelles mythologies » que dirigent Mazarine Pingeot et Sophie Nordmann.

A la page 13 de votre livre vous évoquez « la noble histoire du journalisme ». En quoi est-elle noble ?

J'ai grandi entourée de journalistes qui ont, me semble-t-il, une belle et haute idée de leur métier. J'ai aimé les regarder lire leur journal, les écouter en parler avec passion, en ne restant jamais tiède face à la façon dont leur confrère traitait telle actualité, apportait telle information, ou se situait par rapport à telle règle déontologique. J'ai donc commencé par ressentir une affection pour ce « milieu ». L'admiration est venue après. Et j'ai constaté, en interrogeant les étudiants de différentes écoles de journalisme, au moment où je me lançais dans cette enquête, que c'était un sentiment partagé et que le journalisme – malgré tout ce qu'on lui reproche à long terme, pas seulement depuis Internet – n'a jamais totalement perdu son aura. Le mythe du journalisme d'Hemingway ou de Jack London continue de faire rêver les jeunes, même s'ils ont peu de chance de développer leur esprit d'aventure sur plus de 140 signes !

De grands esprits comme Balzac, Baudelaire, La Bruyère ou Théophraste Renaudot – n'ont jamais pris au sérieux ce métier. Et il ne faut pas oublier qu'aujourd'hui encore, sur l'échelle de Richter des professions, le journalisme figure désespérément en bas de la liste...

C'est cette double mythologie du journalisme qui m'a toujours amusée et inspirée ! Aujourd'hui, comme à l'époque des premières gazettes au XIXe siècle, le journalisme inspire à la fois les pires caricatures et les constructions mythologiques les plus lyriques. Balzac, Baudelaire, La Bruyère et

Renaudot que vous invoquez justement sont très présents dans mon livre car ce double aspect leur a inspiré des textes magnifiques que je cite. L'un de mes préférés est la « Monographie de la presse parisienne » de Balzac qui regorge de portraits de journalistes idiots, gros bonshommes bavards et incompetents, c'est hilarant !

Votre livre tente de faire le point sur la révolution numérique appliquée au journalisme. Y aurait-il une manière spécifique d'écrire pour les médias numériques ?

Lorsque l'on veut devenir journaliste aujourd'hui - à moins d'avoir beaucoup d'argent de côté et de pouvoir écrire dans son coin sans intégrer une rédaction - il faut se former aux nouveaux médias. Cela implique d'en apprendre le langage et d'« optimiser » son écriture pour « remonter » dans les moteurs de recherche. D'après les consultants marketing qui interviennent dans les rédactions depuis quelques années pour former les journalistes, Google est désormais notre premier lecteur. C'est à lui qu'il faut plaire pour atteindre notre public, vendre de la pub et donc survivre. Pour cela, il faut rédiger des titres courts, sans jeux de mots, des chapeaux remplis de mots-clés (c'est-à-dire les mots les plus recherchés par les internautes) et traiter de sujets « qui marchent ». Je détaille ces règles une à une dans mon livre telles qu'elles sont perçues et ressenties par un jeune journaliste rétif à qui on tente de les enseigner.

Vous parlez des sacrifices auxquels le Web contraint les journalistes. Lesquels ?

Je tiens à préciser que ce livre est



un dialogue fictif dans lequel je mets en scène plusieurs personnages, même si cela repose sur mon expérience réelle. L'un de ces personnages, un jeune journaliste qui rêvait de devenir grand reporter, considère en effet qu'il sacrifie ses illusions et ses fantasmes puisqu'il a intégré une rédaction dans laquelle il doit exercer un journalisme « de desk » (de bureau), « produire » entre huit et trente articles par jour – c'est un fait dans certaines rédactions web -, en ne traitant que de sujets générateurs d'audience qui ne l'intéressent pas forcément. On comprend sa déception !

Le Web n'a-t-il pas pour effet – entre autres – d'augmenter les tares du journalisme ?

C'est tout à fait mon impression. Mais c'est aussi ce qui me rend optimiste pour le journalisme de demain. Le web fige selon moi, par des règles mathématiques et des algorithmes, un mécanisme à l'œuvre depuis longtemps dans l'histoire du journalisme. La frontière trop floue entre professionnels et amateurs, entre la réalité et la fiction, entre les scandales populaires et les faits d'information... Je ne dis pas que tous les sites de presse souffrent de ces tares, pas du tout ! Mais c'est le cas de certains sites soi-disant « d'information » qui respectent aveuglément les règles de Google en ne cherchant que l'audience.

En posant une lumière crue sur les tares dont on accuse la presse depuis toujours, il me semble que le web peut inspirer une prise de conscience profonde du journalisme et engager une vraie renaissance.

Qu'appellez-vous dans votre travail les « googleries » ?

Je me suis beaucoup amusée en écrivant ce livre. J'ai vu dans la confrontation entre les journalistes

« à l'ancienne » et les consultants marketing du web – qui leur apportaient avec une grande maladresse les règles d'écriture de Google – une incompréhension presque comique, bien que terrifiante ! La « googlerie », c'est ce cirque – très conflictuel et dangereux mais drôle – auquel j'ai eu la chance d'assister.

Au sein de la communauté juive en particulier, ce que l'on observe c'est le déchaînement sur la toile de messages violemment antisémites.

Au-delà de cet aspect comique, le web comporte en effet des travers effrayants que Google encourage parfois indirectement, selon moi. L'un des personnages de mon livre montre qu'à travers certaines règles d'écriture, qui apparaissent au départ comme des règles de bon sens, Google favorise le scandale et l'acharnement. Ecrire des articles en masse sur des sujets générateurs de polémiques et d'audience peut faire partie des règles telles qu'elles sont interprétées par les journalistes

web – car ici aussi, tout dépend bien sûr de la façon dont on interprète les « lois » de Google. Il me semble que cela peut expliquer ce déchaînement de cruautés sur le web contre certains individus ou communautés. Pour ce qui concerne les commentaires racistes d'internautes – un phénomène qui touchait de très nombreux sites il y a quelques années – il semble que la plupart des rédactions aient désormais réagi

en engageant des modérateurs.

Page 90, vous citez cette phrase de Karl Kraus : « L'idée qu'un journaliste puisse écrire des choses aussi justes sur un nouvel opéra comme sur une nouvelle ordonnance parlementaire, a quelque chose d'angoissant. Il pourrait certainement en remonter à un bactériologiste, un astronome et peut-être même à un prêtre ». Comment interprétez-vous cet aphorisme ?

« Le mythe du journalisme d'Hemingway ou de Jack London continue de faire rêver les jeunes, même s'ils ont peu de chance de développer leur esprit d'aventure sur plus de 140 signes ! »

Cela fait partie de ces textes que j'évoquais tout à l'heure et qui ponctuent mon livre comme des illustrations mythologiques. La figure du journaliste m'a toujours paru si passionnante que j'ai pris un plaisir fou à recenser les portraits que certains écrivains en avaient brossé. Cet extrait de Karl Kraus montre bien cette moquerie magnifique qu'inspire le journaliste. Pour ce qui est du sens de l'aphorisme, je crois qu'il parle de lui-même et qu'il est tout à fait intemporel !

Le journalisme selon votre cœur c'est - dites-vous - celui de la créativité collective que permet le Web : un journalisme tissant des liens entre Kessel et Google. La question est de savoir si les deux sont compatibles.

Oui, c'est une question encore ouverte. Mais mon optimisme naturel me porte à croire que ce journalisme est possible. Les exemples qui nous entourent actuellement vont, selon moi dans ce sens. Leur enthousiasme, leur créativité et leur façon de favoriser les liens entre journalistes, non-journalistes, entre médias et réseaux sociaux, est un bon exemple, je crois, de ce que le web peut apporter de singulier et de novateur. Je suis personnellement convaincue que le média Internet peut nous surprendre en ce sens !

Propos recueillis par
Sandrine Lévy

