



L'interview

« Dans le journalisme, le Dieu c'est Google »

Avec son livre « *Les journalistes se slashent pour mourir* », Lauren Malka, 33 ans, décortique les transformations du journalisme à l'heure d'Internet. Un essai rafraîchissant et... optimiste !

L'attentat de Nice a mis en lumière certaines dérives du journalisme, qui n'hésite pas à verser dans le spectaculaire, pris dans une course sans fin à l'audience. Le soir du 14 juillet, on aura ainsi vu l'interview sur France 2 d'un mari assis à côté de sa femme, décédée sur la promenade des Anglais, avant que la chaîne ne s'excuse. Preuve que ce métier sait, parfois, se remettre en question. C'est à ces questionnements déontologiques et à cette révolution de l'information, notamment sous la pression du web, que Lauren Malka, journaliste pour l'émission culturelle « Au fil de la nuit » sur TF1, s'intéresse. En dévoilant notamment les coulisses de la fabrique de l'information, formatée par les règles de Facebook et Google, dans un métier toujours plus précaire. Soyons clairs ! Les propos de Lauren Malka ne sont pas paroles d'Évangile. Le constat qu'elle dresse est parfois juste, parfois éloigné de la réalité vécue par de nombreux journaux de province comme le nôtre. Mais nous ne remplissons pas notre rôle, si nous ne laissons pas la place au débat...

Pourquoi avoir choisi la forme d'un dialogue entre deux journalistes, l'un jeune et un peu « geek », et l'autre plus « à l'ancienne » ?

C'est une forme qui s'est imposée d'elle-même car je n'avais pas qu'un seul point de vue sur le sujet. Je ne voulais pas faire un essai à thèse et je ne voulais surtout pas apporter de réponse unique.

Vous dites en plaisantant que les jeunes journalistes sont reconnaissables à leur maigreur... Qu'est-ce que ça révèle ?

J'ai un peu essayé d'incarner ce profil du « geek » qui fait figure de nouvelle mythologie du journalisme web d'aujourd'hui. C'était drôle à observer, alors qu'on imagine plutôt le journaliste à l'ancienne avec une allure plus épaisse. Le journaliste d'aujourd'hui passe plus de temps devant son écran, c'est donc logique qu'il soit comme ça.

Ce livre a été écrit avant l'attentat de Nice. Pourtant, il révèle déjà les dérives qu'on a pu observer dans le traitement à chaud de ces informations. Ce qui s'est passé sur France 2 en dit long sur le journalisme. Quelques jours avant, Delphine Ernotte [présidente de France Télévisions, ndr] annonçait qu'elle voulait créer une chaîne



(Photo Cyril Doderigny)

d'informations en continu fondée sur la raison et non sur l'émotion, ce qui fait évidemment référence aux autres chaînes d'infos type BFM ou I-télé auxquelles cette chaîne ne veut pas ressembler. C'était aussi se définir à contre-courant de la tendance du Web. Sauf qu'elle se rend bien compte que dans l'urgence d'une information aussi importante, ces principes sont très difficiles à appliquer. C'est le Web et ses défauts qui sont imités par la chaîne d'infos en continu, parce qu'il faut être le plus rapide. Donc France Télévisions qui s'excuse, ce n'est pas rien. Je conseille d'ailleurs une série diffusée sur la chaîne américaine HBO et sur Internet qui s'appelle « Newsroom », et dans laquelle on voit tous ces questionnements déontologiques à l'œuvre... C'est incroyable.

A contrario, on peut saluer d'autres comportements... C'est vrai. J'ai terminé ce livre juste après le 13-Novembre. J'ai observé à ce moment-là un vrai changement, avec une complémentarité entre les blogs,

les journalistes « traditionnels », qui recourent leurs sources, et les réseaux sociaux. C'était une collaboration immédiate entre deux mondes qui communiquaient. Cela en disait

« Ceux qui font la révolution sont rares »

long sur la transformation du journalisme...

C'est à dire ?

Dans *Le Monde*, les journalistes ont fait tous les portraits des victimes, c'était très bien fait, très émouvant. Si le journalisme fonctionne comme ça, il peut s'en sortir, en alliant les qualités du journalisme classique à la spontanéité et la créativité du Web.

Qu'est-ce qui menace le journalisme ? Vous parlez notamment des règles imposées par Google pour faire plus d'audience...

Dans ce livre, je fais un constat et je parle d'une transformation du journalisme sous l'impulsion d'Internet, mais j'essaie de nuancer. Ce qui est vrai, c'est que lorsqu'on est dans une rédaction Web, on a des contraintes d'écriture. Si on applique certaines règles aveuglément, cela encourage l'acharnement sur des sujets et la perte de sens du journalisme.

Concrètement, à quoi pensez-vous ?

Par exemple, parce qu'un article a marché, mon rédacteur en chef me demandait de réécrire d'autres articles sur le même thème, y compris si j'avais déjà fait le tour du sujet. Ce qui n'a plus aucun sens. Ce système est créé par Google, qui fait mécaniquement remonter les articles en fonction de l'historique des mots-clés qu'on utilise dans nos articles. Ce qui fait qu'on écrit parfois sur des sujets sur lesquels on n'a plus rien à dire...

Au risque de dire n'importe quoi, car on monte en épingle des faux sujets.

Mais vous expliquez que les défauts du journalisme ne datent pas d'hier...

Oui mais les algorithmes de Google encouragent les tares dont on accuse cette profession depuis des siècles ! Cela renforce certains défauts comme la rapidité, le manque de nuances... Il y a aussi une prime à la rapidité sur le Web. Plus on écrit vite, plus on remonte dans les moteurs de recherche. Aujourd'hui, dans le journalisme, le Dieu, c'est Google !

C'est aussi une question de responsabilité des journalistes, non ?

Ce sont les rédacteurs qui décident. J'ai assisté au moment où les directeurs des rédactions n'avaient aucun recul sur le Web et appliquaient parfois bêtement des recettes marketing que leur donnaient des « consultants », ce qui a accentué la course à

« Il y a une prime à la rapidité sur le Web »

l'audience. On sait comment ça se passe dans ce métier : il n'y a pas assez de boulot pour pouvoir remettre en cause les décisions des chefs. Si tu ne te soumet pas aux règles, tu n'as plus de boulot. Donc ceux qui font la révolution sont rares.

Vous semblez pourtant optimiste sur l'avenir du journalisme.

Il y a une prise de conscience, notamment de la part de jeunes journalistes, pour retrouver du sens à leur métier. C'est un signe qui incite à l'optimisme. Et aussi des changements de la part de Google et des directeurs des rédactions, qui assouplissent ces règles et essaient de les appliquer de façon plus raisonnée en faveur de la déontologie journalistique. L'aura du journalisme existe toujours et la mythologie d'Albert Londres et de Joseph Kessel est encore présente car ce métier fait toujours rêver.

PROPOS RECUEILLIS PAR JÉRÉMY COLLADO

« Les journalistes se slashent pour mourir : la presse face au défi numérique », Robert Laffont, 10 euros (format numérique, 6,99 euros).