

## L'avenir du journalisme

*Carmelo Occhino, vice-président AJE/AEJ*

Les nouvelles technologies de la communication, appliquées à l'information journalistique, non seulement ont contribué à diversifier et à multiplier les produits de l'édition, mais animent actuellement un intéressant débat sur l'avenir du journalisme. Ce débat porte sur les questions structurelles, financières, juridiques, professionnelles, déontologiques. Les éditeurs de journaux se demandent s'il faut faire payer l'accès aux contenus de leurs sites internet; les responsables des moteurs de recherche et le Département d'Etat américain lui-même réagissent, ces jours-ci, à la condamnation subie par les responsables de Google en Italie pour n'avoir pas contrôlé au préalable et bloqué un vidéo-choc dans lequel quelques jeunes maltraitent un camarade porteur de handicap; les chaînes de télévision, en quête de recettes publicitaires accrues, augmentent les espaces des programmes-poubelle au détriment des programmes d'approfondissement journalistique.

Et surtout il y a la préoccupation du moment: l'hémorragie de lecteurs dont souffre la presse écrite. Un récent sondage (Pew Research Center) nous informe que 61 pour cent des Américains interrogés cherchent des nouvelles online, bien qu'elles ne soient ni complètes ni fiables, tandis que 50 pour cent seulement d'entre eux lisent des quotidiens locaux ou nationaux. Si nous passons à l'Italie, une étude de novembre 2009 (Censis/Ucsi) observe que les lecteurs habituels, c'est-à-dire ceux qui lisent le journal au moins trois jours par semaine, sont passés de 51,1 pour cent en 2007 à 34,5 pour cent en 2009. La presse gratuite elle aussi traverse une période difficile: le principal expert International du secteur, Piet Bakker ([www.newspaperinnovation.com](http://www.newspaperinnovation.com)), nous fait savoir qu'en 2008 un quart des quotidiens gratuits du monde – soit 81 sur 320 – avaient déjà cessé de paraître.

En toute honnêteté, nous devons nous interroger sur les véritables raisons qui éloignent les gens des moyens d'information. Certes, la crise économique entre en jeu. Mais nous devons surtout nous interroger sur la qualité de l'information et sur sa capacité de savoir s'adresser au lecteur moyen ; sur la valeur des moyens de formation professionnelle dont disposent les futurs journalistes ; sur le conditionnement des potentats politiques, économiques, et des lobbies en général, conditionnement qui pèse sur la qualité de l'information; sur la confection du produit journal (pages, format, maquette) qui souvent n'est pas vraiment apprécié par le lecteur.

Il est certain qu'aujourd'hui le journalisme ne bénéficie ni d'un grand crédit ni d'une bonne santé. D'une part, le progrès social et la participation démocratique ont alimenté une demande accrue d'information, mais d'autre part nous devons reconnaître que les concentrations de sociétés et les intérêts de la politique et des "pouvoirs forts" ont produit des journaux, des chaînes radiophoniques, des chaînes de télévision peu attentifs aux besoins et aux goûts des usagers et très intéressés par le conditionnement de l'opinion publique et la satisfaction exclusive de leurs nécessités économiques.

Sans doute, aujourd'hui, le journalisme se trouve à un tournant décisif. Les journalistes et le journalisme sauront-ils se renouveler pour donner aux lecteurs un produit crédible, au juste prix et dans la meilleure des présentations? Tel est le défi qui s'offre à nous. J'espère que nous saurons le relever grâce à la force des idées, à l'esprit de service en faveur des lecteurs, au respect de l'éthique et à la capacité professionnelle, sur lesquels doit se fonder l'engagement de chacun d'entre nous.