

## « La crise des médias, le bien commun entre les divers pouvoirs »

Mots clefs : POUVOIR - INFORMATION – MEDIAS – COMMUNICATION – BIEN COMMUN – NOUVELLES – PUBLICITE – INDEPENDANCE

**La question du positionnement des médias par rapport aux pouvoirs, qui se pose depuis que les médias existent, est d'autant plus essentielle aujourd'hui que le rapport de force entre eux est plus déséquilibré que jamais. Comment les médias peuvent-ils résister à la puissance grandissante de la communication politique, et au poids croissant des régies publicitaires ainsi que des grands groupes qui seuls peuvent leur assurer une capacité d'investissement ?**

### Olivier Jay

Comme le disait Valéry Giscard d'Estaing, la nature des pouvoirs n'est pas d'être un contre-pouvoir, mais un anti-pouvoir. Leur mission consiste d'abord à équilibrer les autres pouvoirs et à être la voix des sans-voix. Pour autant les médias ne peuvent pas s'affranchir de tous les pouvoirs, et sont soumis aux intérêts de leurs journalistes, de leurs actionnaires, de leurs pourvoyeurs de fonds ou encore des politiques. Les journalistes sont soumis à une pression de plus en plus forte, qui est aggravée par la remise en cause des frontières, la nouvelle donne marchande et une pression technique croissante. Les mécanismes et les lois de protection de l'indépendance des médias ne sont plus adaptés à ce nouveau contexte. Dans cette période de remise en question des fondements des médias traditionnels, le nouveau système n'a pas encore trouvé son mode de régulation économique et éthique. Ce qui est sûr en revanche, c'est que l'information est de moins en moins une source de revenus pour les médias, mais une source de coût et un investissement pour vendre d'autres services.

### Martin de Courcel

On attendrait des philosophes qu'ils soient indifférents à l'actualité immédiate et s'efforcent seulement de prendre de la hauteur. Pourtant, la plupart d'entre eux, et d'abord Kant et Hegel, se passionnaient pour les nouvelles. L'apparition des médias en continu, et le besoin de remplissage qui s'ensuit, a pourtant conduit à faire passer la nouvelle au second plan, et à la noyer dans les analyses, les commentaires et les non-événements. Le philosophe a d'abord besoin de la nouvelle brute pour nourrir sa curiosité

### Discussion

De la discussion sont ressortis les points suivants :

- L'entrée de plus en plus massive de grands groupes non spécialisés dans la presse au capital des grands médias a suscité des interrogations. Quelle peut-être leur motivation pour investir dans ce secteur peu rentable ? Si certains y voient l'unique chance de salut de médias en grande difficulté financière, d'autres soulignent le risque que les groupes pèsent sur la ligne éditoriale.

- Les chartes éditoriales et la concurrence entre les médias et les groupes offrent des garanties d'indépendance, mais sont-elles suffisantes ?
- La nature des groupes qui investissent dans les médias est différente selon les pays ; aux États-Unis, ce sont les spécialistes de contenus du web, comme Amazon qui rachète le Washington Post.
- En France, ce sont plutôt les fournisseurs d'accès à Internet et les spécialistes de télécoms comme Xavier Niel et Free.
- Le positionnement des journalistes par rapport à l'opinion publique est un problème complexe : peut-être que si elle avait été moins dépendante des ressources publicitaires du secteur immobilier, et si elle avait accepté de prendre l'opinion à rebrousse-poil, la presse irlandaise n'aurait pas fermé les yeux aussi longtemps sur le crack immobilier qui se profilait.
- L'indépendance de la presse pose inmanquablement le problème de la compétence des rédactions pour résister aux différents pouvoirs, ce qui suppose de payer les journalistes à la hauteur de la compétence qu'on attend d'eux.