

## La convergence des médias profite aux amateurs



par Danin Magloire (MSIE 40 de l'EGE)

Le contexte actuel de la transformation digitale est une tendance qui a vu évoluer avec elle plusieurs métiers et compétences dans quasiment tous les secteurs d'activités.

Il y a de cela deux décennies, les métiers de l'information regroupaient globalement trois (3) grands réseaux : la radio diffusion (télévision et radio), la téléphonie et les réseaux informatiques. Ces métiers à supports purement techniques ne se chevauchaient pas, mais se composaient. On parlait de synergies de compétences. Aujourd'hui, la situation est tout autre. La miniaturisation des circuits a favorisé grandement la naissance d'un système dit télématique. Cela a remarquablement bouleversé les métiers et l'information. Le pont entre les synergies et les conflits de compétences est vite fait ; avec pour corollaire certains réseaux sociaux qui s'imposent de plus en plus comme source primaire d'infos et/ou source relais de grand médias classiques.

### **L'information à ses origines**

Depuis que le monde est monde, que l'homme est, et que les sociétés sont constituées, l'information existe. Sauf qu'elle circulait à pas d'homme, dicit Jacques Attali dans son œuvre romanesque intitulée « Histoires des médias », parut aux éditions Fayard le 20 Janvier 2021. L'information n'avait pour support que la mémoire de l'homme. Elle était entendue, mémorisée, acheminée à pas d'homme puis répétée. Il fallait attendre le nouveau venu, pour avoir des nouvelles sur le lointain.

Puis sont arrivés les moyens de locomotions de plus en plus rapide, dont la domestication des animaux de course, la roue, etc. Le premier support transmissible de l'information vient avec l'invention de l'écriture en -3300 av. J.C. En ces temps-là, très peu savaient lire les écritures. L'information était donc un privilège des officiers et autres fonctionnaires les plus instruits. Elle se transmettait par correspondance, pour véhiculer des directives, des décrets, des ordres des souverains. C'était cela aussi le pouvoir, avoir l'information et décider quoi transmettre à celui qu'on souhaite qu'il sache, pour paraphraser monsieur Attali.

## **De la manuscriton à la typographie**

L'information se propageait au moyen de divers techniques selon les cultures et les périodes de l'histoire. Au temps des chrétiens d'Orient de Mésopotamie, l'information était marquée sur des tablettes d'argiles. Au XIX siècle, une grande campagne de fouilles effectuées par des archéologues au Proche-Orient, plus précisément dans l'Etat de Irak ont révélé des histoires quelques fois dites mythiques et répertoriées dans les livres religieux. Elles étaient marquées sur d'innombrables tablettes d'argile exhumées des ruines ensablées des villes disparues.

En Égypte, l'information était transcrite sur des rouleaux de papyrus. Les papyrus étaient obtenus en assemblant des fines lamelles assez souples découpées dans la tige des roseaux ou autres plantes africaines. Dans le désert de Judée, des morceaux de parchemins datant du deuxième siècle ont été découverts et publiés par l'Autorité Israélienne de l'Antiquité (AIA). Cette technique de transcription de l'information a été reprise et perpétrée dans l'empire Grec puis par les Romains.

En Chine, l'information était écrite sur des livres de bois et de soie avant d'évoluer vers la tablette gravée : C'est la xylographie. La xylographie est le premier procédé qui a permis de reproduire à l'identique les œuvres écrites. C'est le point de départ de l'imprimerie.

Toutefois, il aura fallu attendre le milieu du XV siècle pour qu'on nous fasse découvrir les caractères mobiles ou typographiques. La typographie est une technique de reproduction qui faisait déjà ses beaux jours en Extrême-Orient. Mais l'Allemand Johannes Gutenberg est celui dont les outils ont contribué à moderniser l'imprimerie. Il est celui qui change le système d'imprimerie en bois, en une structure d'alliage de métaux (Plomb 75% et Étain 4 à 8%) et de métalloïde (de l'antimoine entre 14 et 18%). Gutenberg est celui qui a permis l'essor des communications de masse. En 1456, il devient l'auteur du premier livre imprimé en série en Europe : La Bible de Gutenberg.

## **La naissance de la Presse**

Le mot « Presse » a été inspiré de la presse à raisin qui est un outil qu'on utilisait pour faire du vin. Les historiens s'accordent à identifier la première gazette imprimée en Europe comme étant les « Nieuwe Tijdinghen », autrement dit, « Nouvelles récentes », publiées à Anvers en 1605 par l'imprimeur Abraham Verhoeven. Ces articles étaient publiés au rythme de deux productions par mois dans les premières éditions, puis au rythme de trois fois par semaines à partir de 1620. Les deux décennies qui ont suivi les « Nieuwe Tijdinghen » ont vu la multiplication des gazettes dans quasiment toute l'Europe.

C'est aussi l'essor des journalistes de métier. A Paris, c'est en 1631 que Théophraste Renaudot publie « la Gazette », le premier périodique de la presse Française. Dès lors, il lui est accordé une sorte d'exclusivité sur la publication des informations. Il utilise également son imprimerie pour faire passer les petites annonces de certains commerces afin de la rentabiliser.

En France, les libertés étaient muettes. Tout le monde n'avait pas le droit de publier l'information sans agrément du Pouvoir. A ce rythme, il aura fallu attendre 1777 pour voir « Le journal de Paris », premier quotidien français.

Comme dans plusieurs civilisations, la presse a toujours été un puissant instrument des libertés individuelles et des collectivités. La pression des productions des imprimeries clandestines et des figures sociales en France, a fini par faire valoir officiellement le droit à la liberté d'expression et d'opinion par l'adoption de l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen en 1789. C'est le boom de la presse.

## **Révolution industrielle et naissance de l'audiovisuel**

À la fin du XVIIIe siècle en Angleterre, puis en France au début du XIXe siècle, l'activité économique change de nature en quelques décennies seulement. L'économie initialement basée sur les produits de récoltes agricoles subit d'importantes mutations et s'industrialise. L'Allemagne puis les États-Unis, suivent le même modèle dans le courant du XIXe siècle, puis vient le tour de la Russie et du Japon au début du XXe siècle. Les pays occidentaux subissent de grands changements. Cette révolution est celle qui est à l'origine du progrès technique. Avec elle, les habitudes et comportements sociaux changent. Les innovations se multiplient. Les découvertes ou améliorations en engendrent d'autres ;

En 1886, Heinrich Hertz un ingénieur et physicien allemand parvient à mettre en évidence l'existence des ondes électromagnétiques en laboratoire. D'où la dénomination d'ondes hertziennes. Par la suite, les travaux du Français Edouard Branly qui a réussi à utiliser les ondes pour transporter la voix et du Russe Alexandre Popov qui a inventé les antennes permettent à Guglielmo Marconi, d'alors jeune physicien de fabriquer la première radio. A travers sa société Marconi, il développe la radio sur tous les continents. En France, les premiers programmes sont diffusés sur le poste de la Radio Tour Eiffel. Dans la foulée, la télévision arrive en France sous l'impulsion du Ministre George Mandel. C'est l'essor de la télégraphie sans fil et des métiers de la Radiodiffusion et de la Télévision.

### **Les médias en France après la deuxième guerre mondiale**

Au sortir de la seconde guerre mondiale, l'Etat veut réinstaurer la République. Une vague campagne de traque est lancée contre toutes les organisations de presse qui ont soutenu dans une certaine mesure le Gouvernement de Vichy. Parallèlement, des allègements fiscaux et autres aides considérables sont accordés aux médias d'obédience au pouvoir. C'est dans ces temps-là que voit le jour « l'Agence France-Presse (AFP) », et des « Nouvelles Messageries de la presse parisienne (NMPP) ». « Franc-Tireur », « Combat », « Défense de la France », « Front national » naissent de la clandestinité.

Au total, on enregistre vingt-huit quotidiens à Paris, et cent soixante-quinze dans les provinces. Les impressions se comptent en dizaines de millions d'exemplaires chaque jour. Mais la situation ne tarde pas à changer car le support papier devient de plus en plus cher. La crise bat son plein et la concurrence de l'audiovisuel est rude. Après trois siècles de privilège de production et de diffusion d'informations, la Presse bien que riche et diversifiée (quotidien, hebdomadaire, mensuel, magazine, etc.) est à son grand désarroi.

### **Évolution du marché de l'information**

À partir des années 1975, le marché de l'information se retrouve continuellement transformé. Entre la profusion des magazines et le doute des quotidiens, le visage de la presse écrite change, mais sans que celle-ci soit à l'agonie, contrairement à ce que l'on pouvait prédire au début des années 1970. Au moins 40% des titres nationaux ne sont plus imprimés et le taux de pénétration, qui était encore de 22% en 1973, est passé sous la barre des 15% en 1997.

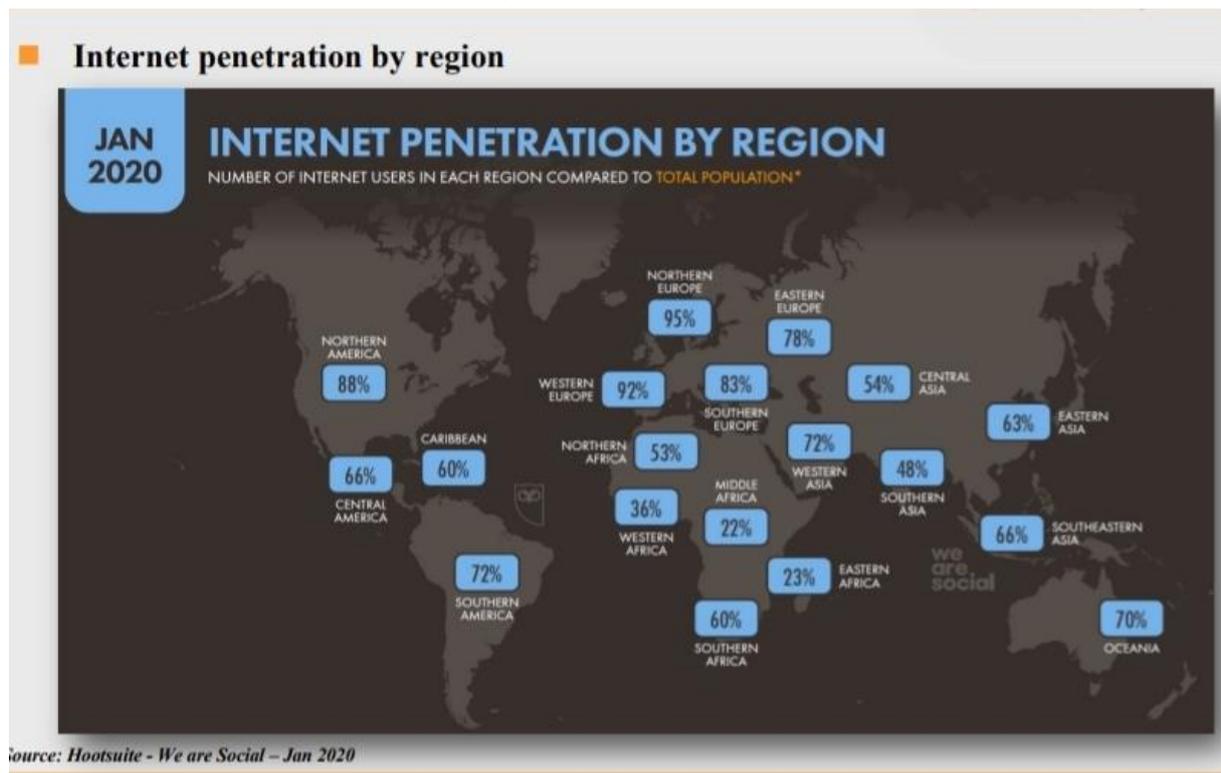
En 1989, les Français déclaraient majoritairement préférer s'informer en regardant le journal télévisé plutôt qu'en lisant un quotidien.

En effet, la télévision vient avec des arguments qui sont solides : animation, information visuelle, information concise, etc. Les quotidiens ne peuvent pas être caractérisés ainsi. Toutefois, la formule pour rester compétitif est vite trouvée : augmentation de la pagination, usage de la photographie, de la couleur, renouvellement de la mise en page et amélioration de la qualité du tirage grâce aux moyens informatiques. Cette politique de prestation moderne a une incidence considérable sur les coûts de production du périodique.

Par ailleurs, la crise économique des années 70 a accéléré la transition vers un nouveau modèle économique et de gestion moderne.

L'idée est que la rentabilité de l'activité prévaut sur le volume de diffusion. Dans l'optique d'améliorer ses rendements et générer des revenus substantiels, la presse élabore des stratégies marketing sur mesures, et adopte des stratégies de développement et de recrutement de professionnels formés très spécifiquement. Cette nouvelle orientation a redéfini tout le paysage de l'industrie ainsi que les acteurs qui la compose.

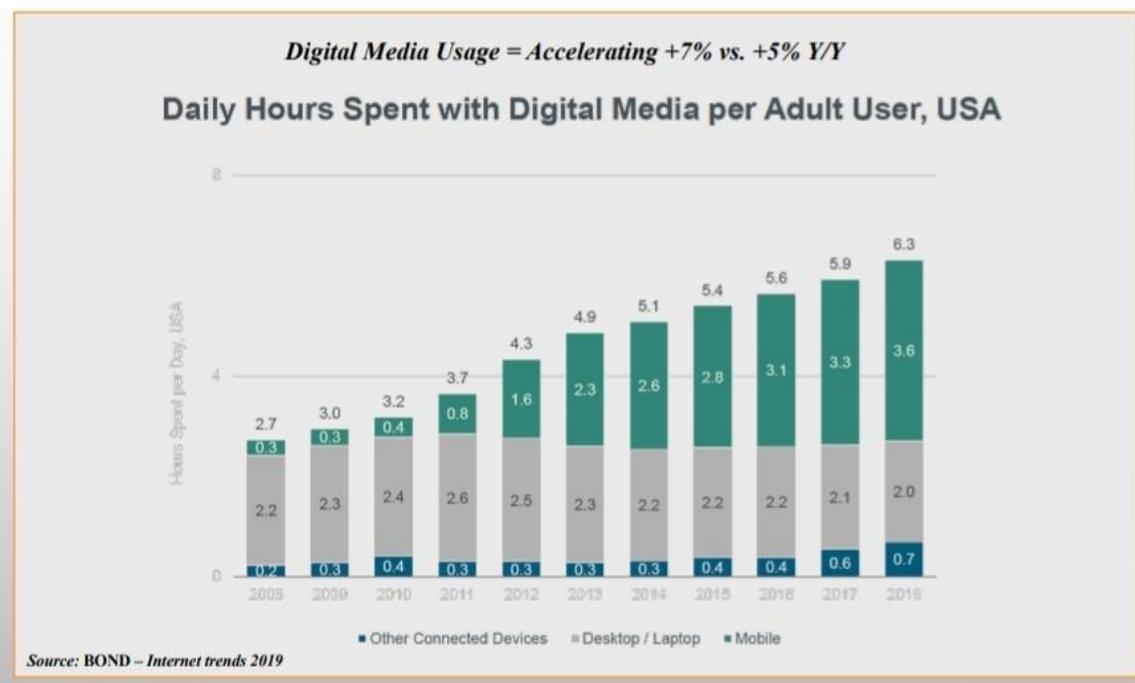
## Internet et de la révolution télématique



**Figure 1 : Taux de pénétration d'internet dans les régions du monde** (source : Hootsuite – We are Social, 2020)

Si l'internet existe depuis les années 1960, le partage longue distance de l'information informatisée s'est accentué depuis l'invention du « word wide web » par Tim-Berners-Lee en 1989 : c'est la télématique. Depuis, le progrès s'est intensifié et les processeurs informatiques n'ont cessé de se miniaturiser et se répandre.

Aujourd'hui, les différentes applications de télématique sont pratiquement illimitées. Chaque jour, le monde devient de plus en plus connecté. Le taux de pénétration de l'internet en Europe n'est pas moins de 92% (voir figure 1) et plus particulièrement de 89% en France. La miniaturisation des circuits ayant pour corollaires l'apparition des appareils connectés mobile a considérablement changé les habitudes de consommation des populations. Les gens passent de plus en plus de temps sur les appareils connectés mobiles, plus petit (voir figure 2). En 2021, selon le site internet statista, approximativement 4,9 milliards de personnes (62% de la population mondiale) ont eu accès à l'internet mobile. Sur une moyenne de 6,3 heures de temps connecté par jour, un adulte Américain en fait plus de 3,6 (2 heures en France) sur son appareil mobile. De plus en plus d'appareils sont connectés à l'Internet des objets (IoT) et de nouveaux moyens d'utiliser les informations sont constamment développés. Parmi eux, « Les Réseaux Sociaux ».



**Figure 2 : Temps de connexion sur le Digital Media par un américain adulte** (Source : BOND – Internet trends 2019)

### Les réseaux sociaux et leurs acteurs

Les Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Snap chat, etc.), dans leurs politiques d'utilisation, sont la manifestation suprême de la liberté d'expression. Tout le monde (ayant accès à internet) dispose du droit de créer l'information, de la stocker et de la transmettre à l'ensemble de son réseau de personnes connectés. Cette situation a en effet favorisé le développement des pratiques amatrices de création de contenus informationnels.

En France, le métier de journaliste est encadré d'un point de vue légal par les articles L 7111-3 et suivants du Code du Travail et la Convention Collective Nationale des journalistes du 01/11/76, refondue le 27/10/87 et étendue par arrêté du 02/02/88. Un journaliste professionnel est formé selon les codes d'éthique et de déontologie journalistique. Il dispose d'un agrément (carte de presse) qui atteste de son habilitation à : vérifier les informations, les rendre lisibles au public, défendre la liberté d'expression, etc. Qui ne dispose pas de carte de presse, n'est pas un professionnel, mais un amateur.

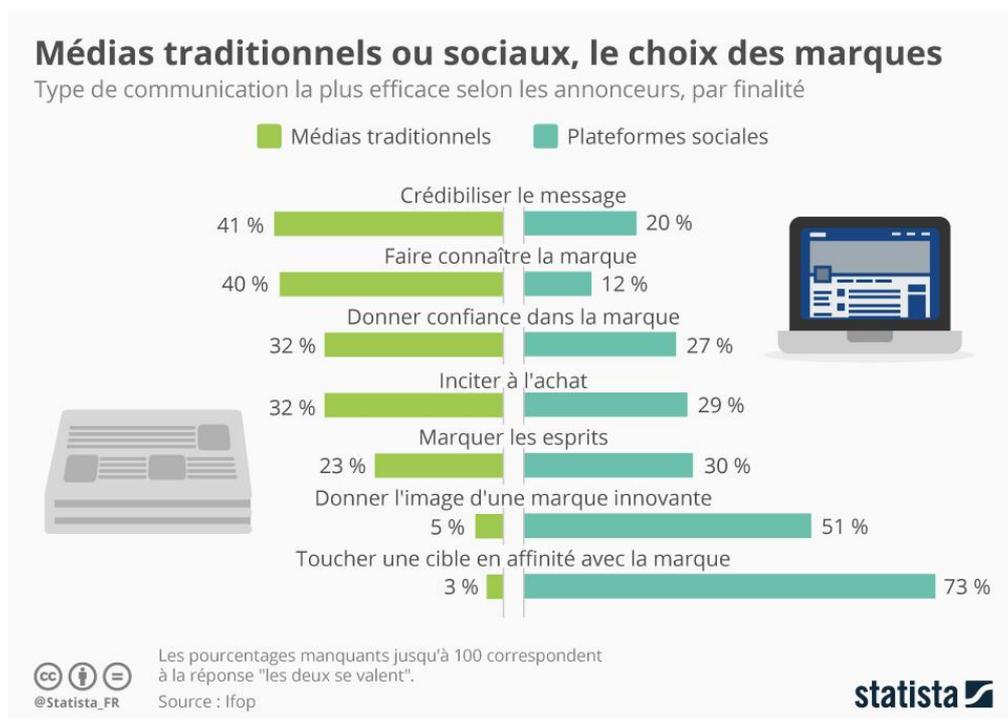
Sur les réseaux sociaux, un compte d'utilisateur vaut une carte de presse et laisse droit à la liberté d'informer. Les processus de production des produits informationnels sont homogénéisés et la chaîne de production de l'information est éclatée ; la chaîne traditionnelle auteur-éditeur-distributeur est en effet court-circuitée par les potentialités du web : l'auteur peut désormais distribuer son contenu en ligne sans passer par une rédaction ou un relais de vente. Ces bouleversements font arriver également de nouveaux acteurs jusqu'ici étrangers à la chaîne de valeur. Il s'agit essentiellement des plateformes numériques tels que les réseaux sociaux, mais aussi des auteurs autonomes (blogueur, youtubeur...) traités souvent « d'amateurs » de l'information à défaut d'avoir une carte de presse.

### La montée en puissance des "amateurs" informationnels (blogueurs et youtubeurs)

#### Principales statistiques sur les Blogs :

- 31,7 millions est le nombre prévu de blogueurs aux États-Unis.

- 43% du web est construit sur WordPress.
- 77 % des personnes lisent régulièrement des blogs en ligne.
- Les blogueurs qui réussissent passent en moyenne 4 heures à rédiger un article.
- Environ 7 millions d'articles de blog sont publiés par jour.
- 67 % des blogueurs qui publient des articles quotidiennement déclarent avoir du succès.
- Les articles de blog de plus de 3000 mots obtiennent de meilleurs résultats.
- 97 % des blogueurs utilisent les médias sociaux pour améliorer leurs résultats.
- 61 % des utilisateurs en ligne aux États-Unis ont acheté quelque chose après avoir lu un blog.



**Figure 3 : Efficacité des médias traditionnels et digitaux (source : ifop)**

### YouTube : chiffres clés en 2022

- . + de 2 milliards de personnes dans le monde ;
- . 100 pays, 80 langues ;
- . 46,1 % de femmes et 53,9 % d'hommes ;
- . + d'1 milliard d'heures de vidéo vues chaque jour
- . 70 % d'utilisation sur mobile ;
- . En France : 52,6 millions d'utilisateurs mensuels et 18,4 millions de visiteurs uniques moyens par jour ;
- . En France : 52 % des utilisateurs sont âgés de 25 à 49 ans. Ils passent en moyenne 30 minutes sur le réseau.

Les données liées aux performances réalisées par les acteurs des plateformes sociales sont manifestement hallucinantes. Dans les contextes d'innovation actuels, cela confirme que les plateformes sociales sont aujourd'hui incontournables pour la diffusion de l'information ; et bien souvent au détriment des médias traditionnels.

## **Divorces entre les Journalistes, Générations Y et Z et les revendications sociales**

Les milléniales et la Génération Z ne s'informent plus comme avant ou du moins pas comme leurs aînés. D'après le Reuters Digital News Report 2020, sur 80.000 personnes interrogées (de 40 pays différents), 47 % des 18-34 ans s'orientent vers des contenus partagés sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram et désormais TikTok) puis vers la télévision (24 %). Bien que les médias généralistes, qui sont les canaux d'informations professionnels soient aujourd'hui présents sur les réseaux sociaux, leurs paroles ne sont plus du tout sacralisées car fort souvent accusés de relayer les messages des politiques du pouvoir. Sur les réseaux sociaux, de vastes campagnes de dénigrement lancées par certains bloggeurs et amateurs dits « journalistes citoyens » vont à l'encontre des professionnels aujourd'hui. Le désaveu envers les journalistes résultant de cette campagne ne fait que s'accroître pendant les moments de grandes crises : la crise des gilet jaunes en France, la crise sanitaire du covid-19, la récession liée à la crise du covid-19, la crise énergétique mondiale et présentement l'invasion de l'Ukraine. Le journalisme citoyen se revendique de la même classe que la masse des générations Y et Z

Au cours de la crise des gilet jaunes, on pouvait observer sur les théâtres de manifestation des journalistes insultés, menacés, cibles de jets de pierre, autant sur les Champs-Élysées, à Toulouse, dans la Drôme, etc. Sur Twitter, on pouvait lire à chaque scroll des tweets du type "3 merdias, merdiasses", "journalopes", etc. Une façon de traduire rhétoriquement l'idée que les médias seraient des « merdes » ou des « salopes ». Plusieurs vidéos ouverts au public sur les réseaux sociaux dénoncent avec conviction le fait que les médias soient aux ordres du gouvernement.

Pour avoir une idée de cette exaspération vis-à-vis des journalistes, revenons le 15 novembre 1995. Alain Juppé, alors Premier ministre de Jacques Chirac, annonce une profonde réforme du système de protection sociale, qui est alors déficitaire. Cette réforme prévoyait le contrôle des comptes de la Sécurité Sociale, d'un prélèvement sur les revenus pour le financement de la dette, etc. Un tas des mesures qui venait accroître la fracture sociale contre laquelle le Président Jacques Chirac venait de se faire élire. La mobilisation contre cette réforme fut remarquable et d'une intensité inédite. Pendant plus de trois semaines, plus un seul train ni métro en circulation. La tension monte, et les manifestations se multiplient. Entre temps, les commentaires bienveillants des éditorialistes à l'égard de la réforme Juppé pullulaient.

En 2008, les « Entretiens de l'information » proposaient une rencontre entre acteurs des mouvements et journalistes intitulée : « Quand les journalistes ne sont plus les bienvenus. ». C'est un fait, l'extériorité sociale des journalistes est dénoncée, assimilés aux milieux privilégiés, complices des pouvoirs ("Les Entretiens de l'information 2005-2006, école supérieure de journalisme de Lille"). Les échanges furent alors plutôt rugueux.

### **« Pensée unique... connivence... concentration des médias »**

Au temps du référendum sur la Constitution européenne de 2005, les partis de gauches reprennent dans des termes assez comparables, la rupture avec les éditorialistes qui renvoie un écho favorable la Constitution. La contestation de cette analyse par plusieurs courants et personnalités de la gauche, débouche finalement sur le cinglant démenti de l'opinion qui optera votera « non ».

Dorénavant, des médias (à l'image du *Monde diplomatique*), groupements (à l'image d'Acrimed et un temps de L'Observatoire français des Médias) sont autant de lieux de table ronde et d'échanges où sont dénoncés « la pensée unique », « connivence des journalistes

politiques avec les élites », sans parler de la concentration des médias (90 %) entre quelques mains de l'oligarchie.

Un autre groupe de « journalistes citoyens » qui mènent des fronts extrêmement virulents à l'égard des journalistes sont les personnalités politiques de premier plan, des responsables de partis, des candidats à des élections présidentielles.

Que l'on se souvienne de déclarations de François Fillon mis en cause pour des emplois fictifs de ses proches. Le candidat Macron aime faire la leçon aux journalistes. Un pic est sans doute atteint lorsque Jean-Luc Mélenchon en appelle à "pourrir la vie" aux journalistes des médias qui viennent de publier une enquête à propos de ses comptes de campagne.

Les politiques ont levé un tabou. Ils ont conscience qu'ils surfent sur un fond de défiance à l'égard des médias, qui est plus large encore que ces différentes expériences évoquées plus haut.

### **Le désintéressement vis-à-vis des médias classiques**

La revue *MédiasPouvoirs* a créé un Baromètre qui mesure la confiance des Français envers leur médias en 1987, et qui est publié chaque année par La Croix. Le constat est quasiment le même, à savoir qu'une personne sur deux ne croit pas que les choses se sont passées comme le disent les médias ; deux personnes sur trois pensent que les journalistes ne peuvent faire face aux pressions de l'argent ou des politiques ; la hiérarchie des sujets traités dans l'année fait l'objet de contestation.

Outre cela, la société, les générations, et les communautés auxquels s'adressent les journalistes ne sont plus les mêmes. Les utilisateurs sont de plus en plus instruits et à l'affût d'informations. Environ 18% des utilisateurs sont de niveau collège et lycée, 26% sont diplômés, 4% sont en classe intermédiaires universitaires et 3% ont au moins un BAC+5. La qualité des journalistes est régulièrement mise en doute par ces utilisateurs. Les médias classiques ne sont plus considérés comme sources fiables d'informations selon les experts de nombreux domaines qui disposent de moyens d'expression, de forums de discussions, de blogs etc.

La convergence des médias, a vu naître l'émergence d'une force de communication « non professionnelle » mais absolument non négligeable qui règne en maître par l'utilisation des outils de télématique de plus en plus ergonomique. C'est créateur de contenus informatisés dit amateurs de l'information voient leurs communautés digitales augmenter et se consolider de plus en plus au détriment des journaliste bien qu'également présent sur les réseaux sociaux. Ils se considèrent comme les porte-voix des masses populaires qui au fil des crises sociales ne cessent de se dissocier du tissu politique au pouvoir. La bataille entre professionnels et amateurs de l'information n'est plus aussi subtile.

Danin Magloire (MSIE 40 de l'EGE)