

« Les emballlements médiatiques sont dans la logique du système économique des médias »

Compte rendu de la conférence de Jean-Marie Charon, sociologue, chercheur au CNRS, devant l'Observatoire des médias le 30 mars 2012, sur le thème « Les emballlements médiatiques et la qualité de l'information »

Jean-Marie Charon constate d'abord la permanence des emballlements médiatiques au cours de ces vingt dernières années : guerre du Golfe, siège du Parlement Russe en 1995, 11 septembre 2001, affaire du RER D, bagagiste de Roissy, affaire Alègre à Toulouse, affaire DSK et bien sûr, les derniers événements de Montauban et Toulouse (liste non exhaustive).

L'emballlement médiatique se caractérise par le monopole ou quasi-monopole de l'antenne consacré à l'évènement. C'est le modèle initié par CNN chaîne d'infos implantées à Atlanta aux Etats-Unis, avec des journalistes « projetés » sur le terrain. Le journaliste projeté étant celui qui est le plus proche géographiquement de l'évènement sans être forcément le plus compétent.

Jean-Marie Charon fait trois constats :

- 1- Les journalistes sur le terrain sont à distance. On vient périodiquement leur donner des infos dans un cadre de communication « institutionnelle ». Ils n'ont aucune vision de ou des événements.
1. Les autres supports d'information s'ajustent sur la même temporalité que les chaînes d'infos en continu comme BFM TV, iTélé et les grandes radios.
2. La presse écrite est-elle dans la même temporalité ? Elle suit comme les autres médias via leur site internet.



Pourquoi ?

⇒ Les années 80 ont été marquées par l'arrivée du numérique dans les médias.

Avec plusieurs conséquences :

- **L'accélération** de l'information et l'immédiateté.
- **La multiplication** des médias (bande FM pour la radio, nouvelles chaînes TV – TNT, satellite, câble, une presse magazine de plus en plus nombreuse et spécialisée).
- **La réduction** du nombre des journalistes dans les rédactions : journalistes généralistes (les spécialistes disparaissent).

⇒ Puis on a **dérégulé le secteur** :

- privatisation,
- relèvement des seuils de concentration, faisant évoluer vers une part grandissante consacrée au « divertissement ». C'est l'apparition des grands groupes : Vivendi, Lagardère, Prisma...

- ⇒ On a développé des cadres permettant plus de médias dans une compétition de plus en plus intense. Ainsi BFM TV a devancé tous ses concurrents avec l'affaire de Toulouse « Il faut acquérir une crédibilité ».
- ⇒ L'information apparaît comme un grand secteur de développement économique (Cf les investissements de Bouygues dans ce secteur).
- ⇒ Les entreprises de médias se sont banalisées avec l'entrée aux postes de commandement de managers ayant avant tout la culture de l'entreprise.
- ⇒ Le souci de rentabilité est devenu primordial : le groupe revend facilement un journal estimé « insuffisamment rentable » Ex. Les Echos, La tribune.

Au total « **les emballements médiatiques ne sont pas des accidents, ils sont dans la logique du système économique** ».

Il faut aussi tenir compte de **l'ambivalence du public** qui regarde et suit les chaînes d'information en continu. « Il y a des moments dans le débat public – le bagagiste de Roissy soupçonné de terrorisme – où ça avance tout seul ».

Jean-Marie Charon souligne également que ces évolutions ont entraîné une modification de la perception de l'information et des journalistes. Les emballements médiatiques peuvent se payer cher en termes de crédibilité, et de plus en plus souvent les journalistes sont considérés comme indésirables sur les sites où les pousse l'actualité.

Jean-Claude Charrier – avril 2012