



ÉVÉNEMENT

Les initiatives prises par les rédactions restent peu perceptibles

— Quinze mois après l'émergence des gilets jaunes, sept Français sur dix n'ont pas le sentiment que les médias rendent mieux compte de leur vie et de leurs préoccupations.

— Une exigence tout aussi forte est attendue sur le climat et les violences faites aux femmes.

En 2019, les rédactions ont été nombreuses à phosphorer pour se demander comment mieux représenter la société française. L'ampleur du mouvement des gilets jaunes et les interpellations parfois musclées de journalistes lors de manifestations, ont sommé les médias de réagir. « *Mieux connecté à la vie des Français* », « *plus citoyen* »... Des ambitions qui se sont concrétisées chez les radios et les télévisions. Plus de décryptage sur BFMTV, valorisation des régions avec les matinales de France Bleu diffusées sur France 3, un « *Vu des régions* » sur Franceinfo...

Cette recherche de proximité va de pair avec l'approche des municipales, en mars. Franceinfo a lancé l'appel à contributions #MonMaire pour recueillir l'avis

des Français sur l'action de leur élu. *La Croix* a choisi de se placer du côté des représentants locaux en créant la série « *Des terres et des maires* ».

Trois thèmes jugés préoccupants (et que *La Croix* met en avant dans son sondage) ont été le fruit de réorganisations au sein des rédactions : les mouvements sociaux, le dérèglement climatique et les violences faites aux femmes. La rédaction du *Monde* a par exemple missionné, durant six mois, une équipe de journalistes pour enquêter sur les 120 féminicides commis en France en 2018.

« *Il y a une attente très forte sur ces sujets de société, confirme François-Xavier Lefranc, rédacteur en chef à Ouest-France. Sur l'environnement, nos supports numériques sont très lus. Il y a un an et demi, on a créé un réseau de compétences pour mettre en lien les journalistes spécialistes et densifier nos*



enquêtes et nos reportages. L'idée est d'éclairer les débats actuels. C'est un vrai défi éditorial. » Même challenge sur les ondes. Les quotidiennes se sont « verdies » chez RTL (« La minute verte ») et France Inter (« La Terre au carré »).

Pourtant, force est de constater que ces initiatives ont suscité un faible écho de la part du public : sept Français sur dix estiment que les médias ne rendent pas mieux ni davantage compte de leur

vie et de leurs préoccupations, les plus critiques étant les moins de 35 ans (79 %). « C'est forcément décevant compte tenu de tous nos efforts, reconnaît Jérôme Cathala, médiateur à France Télévisions. Mais entre ce qui est produit et ce qui est perçu, il est normal qu'il y ait un décalage dans le temps. »

Directrice de la rédaction de LCI, Valérie Nataf s'avoue peu « surprise » des résultats. « La critique actuelle des médias va de pair avec une critique globale des institutions, analyse-t-elle. Les individus ont tendance à adopter un rapport de consommation à l'information. Les médias devraient être là pour conforter ce qu'ils pensent et les réseaux sociaux ont renforcé cette logique. »

Une note positive tout de même, les tendances s'améliorent. La proportion des Français qui estiment que les violences faites aux femmes et le dérèglement climatique sont des sujets bien traités (respectivement 45 % et 36 %) a augmenté de 4 points. Tandis que celle des Français qui estiment qu'ils sont mal traités baisse de 4 points par rapport à 2019.

« La question porte bien sur l'évolution du traitement, souligne Guillaume Caline, de la société Kantar. Si les médias n'avaient rien fait, le résultat aurait été de 100 % de déçus. C'est le signe positif qu'il

ya une prise en compte visible de leurs préoccupations pour un quart des Français. Les plus âgés, qui sont plus gros consommateurs des médias traditionnels, l'ont d'ailleurs plus perçu. » En effet, ce sont toujours les plus de 50 ans, et ceux qui lisent « régulièrement » la presse, qui jugent que les médias rendent mieux compte des préoccupations des Français. Les plus sévères sont ceux qui lisent « rarement » la presse (79 %).

Ce mouvement doit convaincre les médias de poursuivre leurs efforts, quitte à mieux les mettre en avant, suggère François-Xavier Lefranc : « En associant plus nos lecteurs au sein des rédactions – courrier des lecteurs, ouverture des conférences de rédaction –, ils percevront davantage les progrès journalistiques réalisés. »

Guillemette de Préval

« Les individus ont tendance à adopter un rapport de consommation à l'information. Les médias devraient être là pour conforter ce qu'ils pensent et les réseaux sociaux ont renforcé cette logique. »

Les vœux du président à la presse

Emmanuel Macron a présenté, mercredi 15 janvier, ses vœux de « vitalité » et de « prospérité » à la presse, dans une société marquée par des « effets de foule sur les réseaux sociaux et une forme d'ordre moral qui accompagne notre époque ». Estimant que « l'information est une affaire de professionnels », il s'est inquiété de l'émergence des fake news : « La société du commentaire permanent n'est pas la société de l'information, c'est une menace pour la démocratie et pour votre profession. » Défendant le futur conseil de déontologie des journalistes, il a évoqué la question des « droits voisins » et appelé à ne pas céder au « chantage du déréférencement » : « Nous ne devons rien céder. Il n'y a pas de transaction possible avec ceux qui veulent piller. » Assurant être mobilisé pour « la défense du pluralisme », il a conclu par la réforme de l'audiovisuel public : « Je n'ignore rien de la grève en cours à Radio France, mais nous devons continuer à avancer, et chacun doit prendre ses responsabilités. »

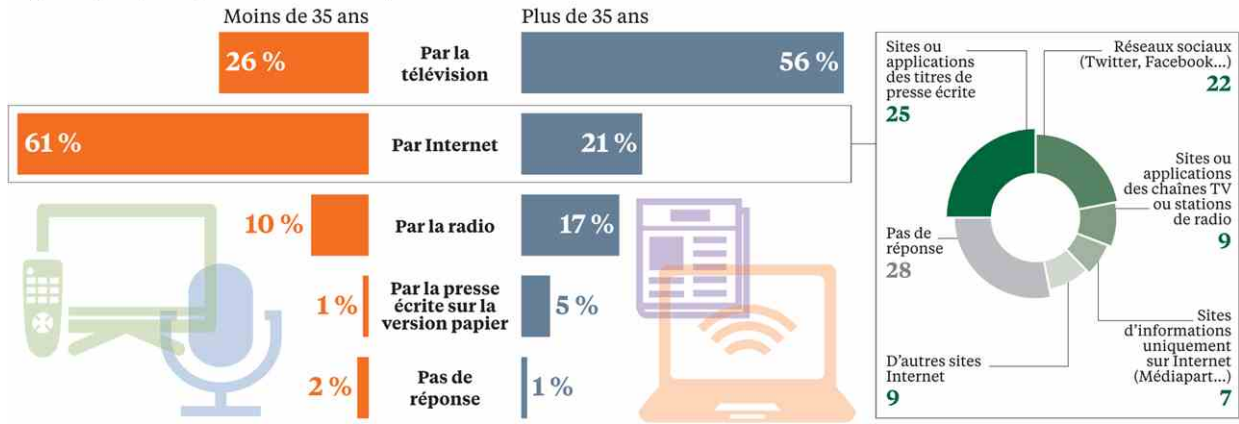


► 16 janvier 2020 - N°41608

Les sources d'information

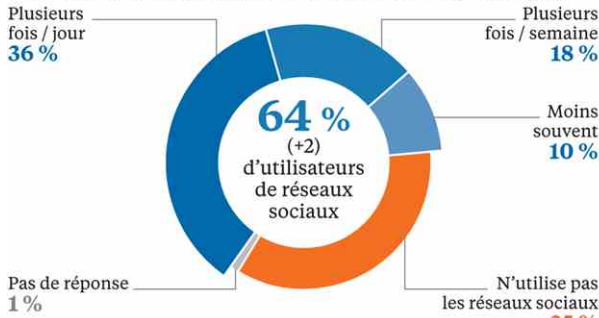
L'accès à l'information en fonction de l'âge

En général, par quel moyen êtes-vous d'abord informé de l'actualité nationale ou internationale ?



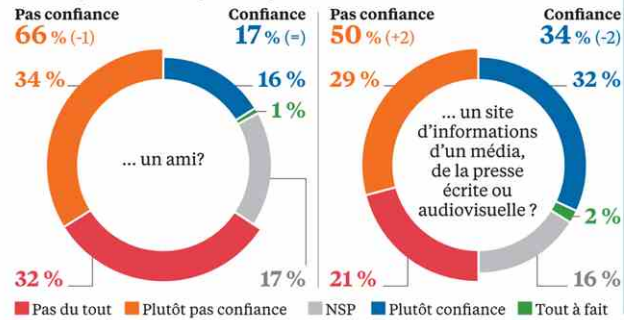
Les informations partagées sur les réseaux sociaux

Durant les 12 derniers mois, en moyenne, à quelle fréquence avez-vous utilisé les réseaux sociaux (comme Twitter ou Facebook, par exemple) ?



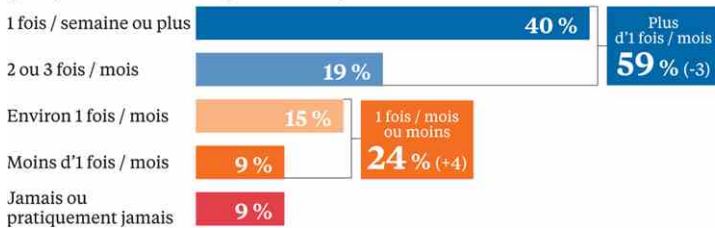
La confiance dans les informations qui circulent sur les réseaux sociaux

Avez-vous confiance dans les informations qui circulent sur les réseaux sociaux quand elle sont publiées par...



La fréquence des « fake news »

À quelle fréquence, diriez-vous que vous êtes confronté à des informations qui déforment la réalité ou qui sont même fausses ?



Les journalistes, premier rempart face aux infos.

Les Français sondés repèrent moins fréquemment les infos sur Internet (59%, - 3 points), les jeunes (72%) et les plus diplômés (67%) en détectant davantage. Interrogés sur « les acteurs qui devraient agir contre la propagation des fausses nouvelles », les sondés comptent d'abord sur les journalistes (38%, + 2) et les organismes de contrôle (36%, + 2), suivis des citoyens eux-mêmes (29%, -2), du gouvernement (26%, +3), des enseignants (5%) et des universitaires (2%).

VISACTU pour LA CROIX