

Extrait du CDURABLE.info l'essentiel du développement durable

<http://cdurable.info/MediaPart-site-d-information-participatif,713.html>

Liberté de l'information et pluralisme

MediaPart : projet de site d'information participatif

- Média du Développement durable -



Date de mise en ligne : jeudi 20 décembre 2007

Copyright © CDURABLE.info l'essentiel du développement durable - Tous
droits réservés

C'est grâce à Ségolène Royal et à sa newsletter "Désirs d'Avenir" que j'ai découvert le projet MédiaPart. "Toutes les initiatives audacieuses qui tentent de changer la situation de la concentration de la presse méritent d'être soutenues, au nom de la liberté de l'information et du pluralisme", écrit Ségolène Royal. "C'est le cas du récent projet MediaPart, né de la rencontre entre des professionnels du journalisme et des spécialistes du Web, parmi lesquels Edwy Plenel, François Bonnet, Laurent Mauduit et Benoît Thiulin", rajoute-t-elle.

Pour voir le jour d'ici mars 2008 et avoir les moyens de rester indépendant, MediaPart fait appel aux pré-abonnements, pour un montant de 9 Euros par mois (de 5 Euros pour les moins de 25 ans et les chômeurs).

Né de la rencontre entre des professionnels du journalisme et des spécialistes du Web, MédiaPart cherche à inventer une réponse aux trois crises - démocratique, économique, morale - qui minent l'information en France, sa qualité et son utilité, son honnêteté et sa liberté. Edwy Plenel explique la situation : *"Notre présidentialisme exacerbé, qui réduit la politique de tous au pouvoir d'un seul, ruine l'esprit démocratique, corrompt l'indépendance des hommes et dévitalise l'expression de la liberté. Il impose son agenda à l'information, son omniprésence aux médias et son oligarchie financière aux entreprises de presse. Dans cette culture politique-là, un(e) journaliste est forcément un adversaire qu'il faut séduire ou réduire, vaincre dans tous les cas. Economiquement, la presse quotidienne française est entraînée dans une spirale dépressive sans fin. C'est le règne du perdant-perdant : des déficits qui se creusent, des lecteurs qui s'en vont, des recettes publicitaires qui se réduisent et des plans sociaux qui se répètent, privant les journaux de leur capital le plus précieux - l'expérience de celles et ceux qui les font. Economie et politique vont de pair : une presse fragile est une presse faible. Tout semble fait, aujourd'hui, dans ce pays-ci, pour démoraliser le journalisme, ses valeurs, ses idéaux, sa jeunesse en somme. Certes, les résistances ne manquent pas, au sein des rédactions, dans certains hebdomadaires ou sur les sites indépendants. Mais le rapport de forces général semble d'autant plus défavorable qu'à cette crise spécifiquement française s'ajoutent les bouleversements induits par la révolution industrielle dont Internet est le symbole. Les anciens modèles économiques volent en éclats, les vieilles cultures professionnelles sont déstabilisées et le journalisme de qualité peine à trouver ses marques dans ce tourbillon."*

Face à ce triple défi, le projet MediaPart se veut l'invention d'une réponse en forme d'espoir : non seulement une presse éditorialement libre et indépendante économiquement, mais surtout une presse profondément repensée et totalement refondée. Ni sous-produit numérique de la presse papier, ni média de complément des titres existants, le rêve que nous caressons est la création d'un **journal en ligne, de qualité et de référence, qui se suffise et vous suffise.**

Désormais soumis à vos avis, commentaires et contributions sur le pré-site, l'avenir de ce projet est entre vos mains. Le journalisme dont nous nous réclamons s'inscrit dans une longue tradition. Son ambition est de **fournir les informations d'intérêt public qui nous sont nécessaires afin de rester libres et autonomes, maîtres et acteurs de nos destins, individuel et collectif.**

Sa première obligation est à l'égard de la vérité, sa première loyauté envers les citoyens, sa première discipline la vérification et son premier devoir l'indépendance. Mais il ne suffit pas de revendiquer cet héritage pour lui rester fidèle. Car notre métier ne peut plus être pratiqué d'en haut, tel un argument d'autorité qui ne souffrirait pas la discussion, ni entre nous seuls, comme une histoire pour initiés qui tiendrait à distance ses lecteurs.

Avec l'avènement du média personnel, la révolution d'Internet a fait tomber de son piédestal le journalisme qui prétendait avoir le monopole de l'opinion. S'il l'avait oublié, il lui a fallu réapprendre, parfois à ses dépens, que le jugement, le point de vue, l'analyse ou le commentaire, l'analyse et l'engagement, l'expertise et la connaissance ne sont pas sa propriété exclusive. C'est une bonne nouvelle, car le voici ainsi remis à sa juste place, celle qui fonde sa légitimité démocratique : **chercher, trouver, révéler, trier, hiérarchiser, transmettre les informations, les faits et les réalités, utiles à la compréhension du monde, à la réflexion qu'elle suscite et à la discussion qu'elle appelle.**

En redonnant vigueur et force à ce travail d'information, d'enquête et d'explication, de terrain et de contextualisation, le projet MediaPart propose de défendre le journalisme tout en l'invitant à se remettre en cause dans un partenariat inédit avec des lecteurs contributeurs.

L'univers francophone de l'information en ligne attend encore l'invention d'un site participatif de qualité et de référence, associé à un journalisme revendiquant les mêmes principes. Grâce à Internet, dire qu'une presse vraiment libre est celle de ses lecteurs fidèles peut ne plus être un vain mot, un argument démagogique ou un cliché commercial. Mais à condition d'échapper à la masse anonyme et de sortir de la foule vengeresse pour construire un public conscient et impliqué, partageant des valeurs communes et nouant une conversation démocratique.

C'est pourquoi le projet MediaPart s'avance à contre-courant de la vulgate dominante selon laquelle il n'y aurait qu'un modèle viable sur le Net, celui de l'audience et de la gratuité. D'abord, cette pensée unique repose sur un mensonge : **le gratuit ne l'est pas, non seulement parce qu'il est financé par la publicité, mais surtout parce que vous ne cessez de payer, souvent trop cher, les équipements, les abonnements, bref les tuyaux qui donnent accès à ces contenus prétendument gratuits.** Ensuite, elle véhicule l'illusion que tout se vaut puisque tout serait gratuit, le meilleur comme le pire, l'information pertinente comme la rumeur infondée. Enfin, dans sa course au plus grand nombre, elle tire vers le bas l'information, l'uniformise et la banalise, la malmène et la dévalorise.

Il en va ainsi de la liberté de l'information comme de sa valeur. Adhérer au projet MediaPart, c'est payer pour les garantir.

C'est d'abord **acheter la promesse d'une information exigeante, sans dépendance publicitaire ni courbe d'audience.**

C'est ensuite **acquérir le droit de participer à un média totalement inédit, d'appartenir à sa communauté de lecteurs et de contributeurs, de faire vivre soi-même l'information, la réflexion et le débat.**

C'est enfin **construire durablement l'indépendance de cette nouvelle presse, radicalement démocratique.**

Il ne s'agit donc pas seulement de résister, mais aussi d'inventer. De découvrir de nouvelles terres, d'arpenter de nouveaux continents, de fonder de nouveaux modèles pour mieux sauver les traditions et les héritages qui nous tiennent à coeur.

Ainsi, durant la longue marche qui nous a menés à ce projet, nous avons souvent pensé au Combat d'Albert Camus, ce quotidien issu de la Résistance et né à la Libération quand brillait l'espoir de refonder la République par un surcroît de démocratie, de solidarité et d'humanité.

« Notre désir, écrivait Camus dans Combat, le 31 août 1944, d'autant plus profond qu'il était souvent muet, était de libérer les journaux de l'argent et de leur donner un ton et une vérité qui mettent le public à la hauteur de ce qu'il y a de meilleur en lui. Nous pensions alors qu'un pays vaut souvent ce que vaut sa presse. Et s'il est vrai que les journaux sont la voix d'une nation, nous étions décidés, à notre place et pour notre faible part, à élever ce pays

en élevant son langage ».

D'un siècle à l'autre et d'un média à l'autre, du papier au Web, le programme reste inchangé. Je ne sais si cette référence nous portera chance, puisque Combat fait partie de ces espérances trahies dont l'histoire de la presse est encombrée. Quand, refusant de se compromettre, Albert Camus reprit sa liberté de journaliste, il eut ce mot : « *Au moins, nous n'aurons pas menti* ».

D'ores et déjà, au seuil de cette aventure qui devient la vôtre, nous pouvons dire qu'au moins, nous n'aurons pas renoncé. Mais, demain, quand vous aurez été nombreux à relever ce pari avec nous, à croire comme l'équipe qu'il rassemble à ce projet, à son ambition et à son réalisme, nous pourrons ajouter qu'au moins, nous ne nous sommes pas trompés.

Pourquoi adhérer ?

François Bonnet explique : Trente journalistes se mobilisent autour de ce projet. Avec un objectif : briser un certain « ronron » informatif ; échapper à cette spirale dépressive et redondante qui fait que, trop souvent, les unes des quotidiens sont rédigées en regardant les journaux télévisés de 20 heures ; que trop souvent, les bulletins radios du matin reprennent ces mêmes quotidiens ; et ainsi de suite... Enquêter, inventer de nouveaux traitements, de nouvelles hiérarchies, bousculer l'agenda officiel. C'est ce que nous tenterons, chaque jour, de vous proposer.

Alors par où commencer ? Par le principal : le site MediaPart n'existera pas sans vous. Voilà pourquoi nous vous demandons d'adhérer dès aujourd'hui. Adhérer, dans tous les sens du terme. Nous l'avons dit, nous ne cherchons pas une audience de masse, indiscriminée et indéfinissable. TF1 et les quotidiens gratuits font cela très bien. **Nous souhaitons rassembler un public attentif, avide d'informations nouvelles, de traitements innovants, d'un journalisme de qualité qui offre d'autres grilles de lecture du monde.** Et un public prêt à collaborer, à échanger, en proposant textes, images, sons, créations diverses.

Adhérer c'est aussi contribuer au financement de cette nouvelle maison commune. Inutile de tourner autour du pot : oui, nous demandons à nos membres de payer pour accéder à l'intégralité des contenus et des services personnalisés que proposera MediaPart. Nous le revendiquons même. Pour mieux expliquer que la soi disante « gratuité » -c'est-à-dire la publicité- a un prix indirect, quelques conséquences très fâcheuses en matière d'indépendance et de qualité, et qu'elle n'autorise pas aujourd'hui, dans ce secteur si particulier qu'est la production d'informations, un journalisme de rigueur et d'invention.