

Utiliser Internet contre lui-même pour sauver le journalisme

Bruce ACKERMAN

Le constitutionnaliste américain Bruce Ackerman propose un système de billets électroniques pour financer un journalisme de commentaire et d'investigation à l'heure où Internet sape le modèle économique des journaux. Il devrait bénéficier particulièrement aux journaux non-anglophones, dont le lectorat est trop faible pour permettre un développement reposant uniquement sur la publicité.

Cet article a été publié dans Axel Gosseries & Yannick Vanderborght, dir., *Arguing about justice. Essays for Philippe Van Parijs*, Louvain-la-Neuve: Presses universitaires de Louvain, 2001, p. 41-47.

Internet est en train de tuer le journalisme professionnel, et à une vitesse foudroyante. Aux États-Unis, le nombre de journalistes de la presse papier et télévisée est déjà tombé de 66 000 en 2000 à 52 000 en 2009. Le corps des journalistes accrédités de Washington a été particulièrement affecté. Mais le problème est plus vaste : c'est l'existence même du journalisme qui est en péril¹. Nous sommes en train de perdre une partie essentielle de la profession : l'ensemble des journalistes sérieux qui s'efforcent d'établir des faits et de présenter des points de vue différents sur leurs sujets qu'ils traitent de manière relativement impartiale.

¹ Ces chiffres sont ceux de l'Agence américaine de statistiques du travail, qui a modifié ses catégories en 2004. Jusqu'à cette date, elle considérait comme faisant partie d'un seul groupe journalistes de presse écrite et de presse radio et télé. Plus récemment, elle a séparé « analystes de la presse radio et télé » et « reporters et correspondants ». J'ai additionné les deux catégories pour 2009 pour les comparer à ceux de 2000. Voir les données de l'AASST pour 2000 à www.bls.gov/oes/2000/oes273020.htm et les données pour 2009 à www.bls.gov/oes/current/oes273022.htm et www.bls.gov/oes/2009/may/oes273021.htm. Ces chiffres sous-estiment peut-être l'ampleur de la baisse du nombre de journalistes. Selon Paper Cuts, un site journalistique, la profession a perdu plus de 15 992 emplois en 2008 et 14 845 en 2009. Cf. <http://newspaperlayoffs.com/>. Ces chiffres différents de ceux de l'AASST et basés sur les déclarations des journalistes concernés sont particulièrement inquiétants. Pour une analyse approfondie, cf. Downie & Michael Schudson 2009, qui précise que « la plupart des grands journaux » ont licencié leurs correspondants étrangers et une grande partie de leurs journalistes basés à Washington.

Ce qui, dans les pays anglophones, n'est qu'une crise, va être une catastrophe pour les langues disposant d'un nombre de locuteurs plus réduits. Le marché anglo-saxon est si vaste que les publicitaires sont prêts à payer cher pour accéder aux dix millions de lecteurs qui cliquent régulièrement sur le *New York Times* ou le *Guardian*. Mais les lecteurs néerlandais représentent un public bien trop petit pour soutenir un journalisme de qualité sur Internet. Que va-t-il advenir de la démocratie wallonne ou flamande quand personne ne veut plus payer son bon vieux journal papier ?

La blogosphère ne prendra pas le relais. Le journalisme de qualité sur des sujets nationaux ou internationaux ne peut pas être laissé aux amateurs. Il coûte cher, requiert une formation poussée, beaucoup de contacts, des journalistes habitués à écrire pour un public non-spécialisé (ce qui n'est pas le cas de la grande majorité des universitaires ou des auteurs des think tanks politiques). Il requiert aussi des rédacteurs-en-chefs conscients de la nécessité de maintenir sur le long terme la crédibilité de leur entreprise par leur traitement des sujets difficiles de l'actualité. Le journal moderne a créé les bonnes motivations. Mais sans un modèle économique prenant en compte les nouvelles technologies, nous allons voir la blogosphère dégénérer en un cauchemar postmoderne envahi par des millions de sites peu soucieux d'établir la véracité des faits.

Les impasses actuelles

La question n'aurait guère d'importance si nous pouvions être assurés que la « main invisible » va bientôt fournir une base économique à un journalisme national et international de qualité. La presse financière a rencontré un certain succès dans ses tentatives de faire payer l'accès à ses articles sur Internet. Les médias grand public s'efforcent de l'imiter, et il faut souhaiter qu'ils y parviennent. Mais si les lecteurs ne succombent pas rapidement aux charmes de PayPal, il faudra très vite proposer une autre solution.

En dehors des allègements fiscaux et des plans de sauvetages financiers, les propositions les plus innovantes sont de deux ordres : faire appel à des fondations privées afin qu'elles mettent en place des dotations au profit de journaux ou qu'elles subventionnent un journalisme consacré aux sujets politiques ; ou bien étendre le paradigme de la BBC à la presse écrite.

Les deux modèles ont de sérieux défauts. Ceux du modèle BBC sont clairs. C'est une chose pour le gouvernement de servir de source majeure d'information, c'en est une autre d'avoir un monopole virtuel sur la création d'information dans des aires linguistiques moins grandes que l'aire anglophone. Sous le contrôle d'un gouvernement démagogique, un tel dispositif signifierait la fin des enquêtes critiques basées sur les faits, au moment même où on en aurait le plus besoin.

Les financements privés posent également de sérieux problèmes, à commencer par les questions d'échelle. *Pro Publica*, par exemple, est une fondation privée innovante qui finance des reportages d'investigation pour tenter de combler les défaillances du journalisme aux États-Unis. Mais elle ne paie actuellement que 32 journalistes, un chiffre évidemment insuffisant². Pire encore, il est dur de militer pour une augmentation des financements quand, dans le monde entier, les budgets universitaires s'effondrent, mettant en péril la recherche fondamentale en sciences humaines et sociales. Les journalistes ne bénéficieront pas d'un accroissement massif des financements privés pour lesquels ils doivent rivaliser avec les sciences sociales, l'histoire, la littérature, sans parler des sciences dures. Si une presse en bonne santé ne peut être obtenue qu'au prix d'un appauvrissement culturel et scientifique, nous sommes placés devant un choix tragique : le lobby journalistique risquera de passer pour un parasite cherchant à capter la manne universitaire au moment où celle-ci se raréfie. En revanche, et c'est le cœur de mon propos, on peut justifier le recours aux fonds publics en faveur du journalisme au nom d'arguments démocratiques incontestables. Plutôt que de chercher à convaincre des fondations privées de détourner les ressources destinées à la recherche, le futur du journalisme dépend de sa capacité à plaider pour un quatrième pouvoir à même de préserver l'intégrité de l'opinion publique à l'heure où l'information se réduit à des extraits d'interviews et à des vidéos YouTube.

Même si l'on veut ignorer l'argument démocratique, il faut reconnaître que les financements privés ont des faiblesses intrinsèques. Sans souci de rentabilité, les fondations défendent leurs propres intérêts sans prêter attention aux sujets qui touchent le plus le public. Elles peuvent donc jouer un rôle d'appoint important, mais on ne peut attendre d'elles qu'elles occupent le vide laissé par les journaux des grandes villes et les magazines nationaux.

² Cf. www.propublica.org

Un billet électronique

Pour sortir de cette impasse, je propose de recourir à un système de billets électroniques : dans cette configuration, les utilisateurs d'Internet cliquent sur une icône à chaque fois qu'ils lisent un article d'actualité qui contribue à leur compréhension des problèmes politiques. Ces « votes » de lecteurs sont transmis à une Fondation nationale pour le journalisme qui rétribue les organisations à l'origine de l'article. Le paiement s'effectue sur la base d'une formule mathématique, au pro rata du nombre de clics.

Ma proposition s'inscrit dans un mouvement réformateur en plein développement qui veut réformer en combinant les vertus décentralisatrices et émancipatrices du marché et tout un ensemble de valeurs publiques – dans le cas qui nous occupe, l'égalité et la démocratie. Ian Ayres et moi avons ainsi proposé un système de financement de campagne dans lequel les électeurs reçoivent un nombre fixe de « dollars patriotiques » qu'ils peuvent utiliser pour contribuer à la campagne électorale du parti politique de leur choix (Ackerman & Ayres 2002). L'émergence de formes électroniques de paiement – cartes de crédit et autres – a réduit de manière spectaculaire les coûts de transaction autorisant la mise en pratique de ce genre de système. Les Européens mettent déjà ces idées en pratique dans d'autres domaines de régulation comme la protection environnementale. Face au problème posé par les gaz à effet de serre, l'UE n'a pas opté pour la régulation autoritaire (en indiquant à chaque pollueur à quelle quantité d'émissions il a légalement droit). Les autorités publiques préfèrent établir une limite globale et accorder des permis de mise sur le marché à l'enchérisseur le plus élevé. Sans aucun doute, les valeurs publiques défendues dans ces dispositifs inspirés du marché diffèrent nettement du billet électronique ou des « dollars patriotiques ». Ils visent l'efficacité économique et l'intégrité environnementale (Ackerman & Stewart 1988). Toutefois, l'aspiration régulatrice fondamentale est identique : trouver, au nom de valeurs fondamentales, une troisième voie entre le laissez-faire et l'interventionnisme bureaucratique.

Le besoin est plus pressant encore dans le cas qui nous intéresse, en raison de la fragilité de la libre expression, enjeu du soutien au journalisme. Après tout, beaucoup de lecteurs de journaux peuvent à la fois lire des sites sensationnalistes et cliquer pour soutenir des articles « sérieux ». Mais le sens commun, aussi bien que les valeurs libérales fondamentales vont à l'encontre de tout effort gouvernemental de réguler la qualité des articles d'actualité.

Cependant, quelques restrictions minimales devraient s'appliquer dans mon système. Tout d'abord, l'État ne devant pas financer la diffamation, il devra réserver ses subventions aux organisations journalistiques disposées à prendre une police d'assurance. Celle-ci permettra de couvrir le coût des dommages et intérêts accordés en cas de procès. Cela veut dire que chaque organisation journalistique devra jouer le jeu du marché et convaincre une compagnie d'assurance qu'elle dispose des ressources lui permettant de produire une information solide. Ils pourront ensuite ouvrir un compte auprès de la Fondation nationale pour le journalisme.

La Fondation devra aussi refuser de financer la pornographie, même si les utilisateurs d'un site pornographique cliquent sur l'icône leur permettant d'indiquer qu'il a « contribué à leur compréhension des questions publiques ». Ces restrictions mineures mises à part, le système que je propose permettra de rendre les décisions de financement aux citoyens ordinaires.

Pour atteindre cet objectif, chaque personne voulant cliquer devra convaincre la Fondation qu'elle est une personne réelle et non un programme informatique ayant pour but de faire monter la popularité de l'article. Le lecteur devra prendre quelques secondes pour taper un mot ou des syllabes pris au hasard. Négligeable, ce temps « perdu » permettra de différencier les cyniques des citoyens, qui montreront, sans profit pour eux, leur conviction que certains articles méritent un soutien public. Ainsi, le lecteur ne pourra participer qu'en se montrant prêt à faire acte de citoyenneté, en perdant quelques minutes au profit d'un projet important : enrichir le dialogue public.

Ce système de clics peut être entendu comme un mécanisme de rétribution adapté à Internet. Il donne de plus aux citoyens ordinaires les moyens de combler le vide laissé par l'échec du modèle économique traditionnel des journaux. Il partage ainsi les aspirations formulées par McChesney et Nichols qui ont proposé la création d'un « billet pour l'information citoyenne » (2010 : 200-206). Dans leur proposition, les citoyens reçoivent un « billet » de 200 dollars qu'ils peuvent donner à certains médias couvrant l'actualité. Ils font ce paiement une fois par an, en inscrivant le nom du bénéficiaire sur leur déclaration d'impôts ou en remplissant un simple formulaire.

Différences par rapport aux propositions similaires

Ma proposition diffère sur quatre points de celle de McChesney & Nichols. Premièrement, ces derniers n'autorisent que les contributions à des ONG sélectionnées. Je m'oppose à cette exclusion des entreprises commerciales. Si un journal « à l'ancienne » publie un article sur son site Internet et que les lecteurs le trouvent informatif, pourquoi le pénaliser parce qu'il s'appuie également sur de la publicité commerciale pour battre les ONG sur le marché des idées ?

Deuxièmement, dans la proposition de McChesney et Nichols, les citoyens ne peuvent donner leurs billets qu'à des *organisations* se consacrant à l'actualité ; ma proposition, elle, les invite à soutenir des *articles*. Passer par des organisations peut certes contribuer à la transition vers un nouveau système d'information ; mon projet, cependant, convient mieux à Internet, où beaucoup de lecteurs ne vont pas visiter le site ayant créé l'information mais vont consulter celle-ci directement sur un site qui agrège des articles à partir de tout un ensemble de sources. Ces lecteurs devraient aussi avoir la possibilité d'exprimer leur soutien à leurs analystes préférés même s'ils ne visitent pas le site internet à l'origine de leurs publications.

Troisièmement, McChesney et Nichols invitent les citoyens à exprimer leur soutien une fois par an, en une fois. Le système de clics permet, lui, une réactivité citoyenne plus régulière et moins espacée. Enfin, il est plus agréable d'utilisation, ce qui lui permettra de générer une plus grande participation qu'un système associé au paiement des impôts.

Mettre en avant ces différences ne doit pas masquer l'aspiration commune de nos deux propositions : il s'agit bien de créer un système décentralisé par lequel les citoyens puissent financer la création d'information dans un monde où l'ancien modèle économique du journalisme s'effondre.

Financées par la Fondation nationale pour le journalisme grâce au système de clics, les nouvelles organisations seront fortement incitées à soutenir un journalisme d'investigation susceptible d'intéresser un large public. Elles développeront un commentaire politique stimulant mettant l'actualité en contexte. Beaucoup de clics iront aux auteurs de scandale : c'est le prix à payer pour un système produisant aussi un journalisme de qualité. Les gouvernements devront pouvoir démanteler les réseaux de pornographie et punir la

diffamation, sans pour autant être autorisés à juger de ce qui sépare presse de qualité et presse à sensation.

Avant que le premier clic ne soit possible, plusieurs problèmes devront être résolus. La Fondation devra mettre en relation les lecteurs, les articles et son propre système de comptabilité. La plupart des programmes informatiques existant déjà, ce devrait être chose aisée. Une fois le système mis au point, il y aura également un besoin constant de prévenir les fraudes destinées à gonfler le nombre de clics au moyen de manipulations informatiques. Ce contrôle sera difficile mais faisable³. L'État devra mettre en place un certain contrôle sur les compagnies d'assurances, et, plus ardu, empêcher la rétribution de la pornographie. Sans minimiser les problèmes, la création d'un système efficace de billets électroniques pour financer le journalisme semble pourtant tout à fait à notre portée.

Le but à atteindre

Ce but qui me semble si proche paraîtra lointain à d'autres : nous vivons une époque de déficits budgétaires massifs qui rend inopportunes les déclarations enflammées en faveur de nouvelles interventions de l'État. Mais j'ai essayé de vous persuader que le billet électronique n'était pas juste une nouvelle dépense d'argent public, mais un élément essentiel si l'on veut préserver et faire fonctionner le système démocratique, au moment où la main invisible ne peut plus nous assurer un journalisme de qualité⁴. Les billets électroniques permettent un système décentralisé qui, comme le marché le faisait autrefois, permettra aux citoyens de financer un journalisme critique qui réponde à leurs besoins.

Je ne propose pas une solution miracle. Beaucoup de citoyens ne prendront pas la peine de cliquer, d'autres soutiendront la presse à scandale. Il faudra que suffisamment de personnes utilisent leurs billets pour soutenir un journalisme basé sur les faits et ainsi permettre un commentaire public équilibré. À cette condition, l'actuelle crise fiscale n'empêchera pas de faire un important effort pour financer des fondations nationales pour le

³ Les organisations journalistiques seront par exemple tentées d'augmenter leur financement par la Fondation nationale pour le journalisme en embauchant des « cliqueurs » professionnels. La Fondation pourra contrer cette stratégie en faisant en sorte que ces clics mercenaires coûtent plus qu'ils ne rapportent. Cela passera par un système n'autorisant qu'un clic par ordinateur pour chaque article. On pourra aussi faire en sorte qu'un article doive rester visible sur l'ordinateur une ou deux minutes avant qu'on puisse cliquer dessus. Cela permettra d'augmenter le coût des « cliqueurs » professionnels et de garantir que les citoyens ordinaires aient le temps de lire un article avant d'être en mesure d'informer la Fondation du bénéfice citoyen qu'ils en ont retiré.

⁴ Pour une analyse plus développée de la relation entre le billet internet et la dynamique du système américain, cf. Ackerman 2010.

journalisme. Le jeu en vaut la chandelle : si nous laissons licencier nos journalistes compétents, il faudra des décennies pour les remplacer. Les citoyens auront le temps d'oublier qu'il fut un temps où ils pouvaient compter sur des journalistes sérieux capables de leur fournir des faits solides.

Pour aller plus loin

Bibliographie

ACKERMAN, Bruce & AYRES, Ian (2002), *Voting with Dollars*, Yale: Yale University Press.

ACKERMAN, Bruce & STEWART, Richard (1988), 'Reforming Environmental Law: The Democratic Case for Market Incentives', *Columbia Journal of Environmental Law*, 13: 171-199.

ACKERMAN, Bruce (2010), *The Decline and Fall of the American Republic*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

McCHESNEY, Robert & NICHOLS, John (2010), *The Death and Life of American Journalism*, Philadelphia: Nation Books.

DOWNIE L. Jr., & SCHUDSON, M. (2009), 'The Reconstruction of American Journalism', *Columbia Journalism Review*, Oct. 19, 2009.

Traduit par Yasmine Tashk

Publié dans laviedesidees.fr, le 5 mars 2012

© laviedesidees.fr