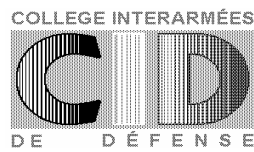


REPUBLIQUE FRANCAISE
MINISTERE DE LA DEFENSE



Enseignement général de défense
Module EG5 « expression, communication, négociation »

Synthèse de la conférence

« Le monde des media »

prononcée par Monsieur François Desnoyers le 19 septembre 2005

Fiche documentaire

- 1 – Synthèse de la conférence : « Le monde des media » par Monsieur François Desnoyers
- 2 – Chef d'escadrons (terre) Louis de Firmas (France).
- 3 – 19 septembre 2005.
- 4 – Division B / groupe B3.
- 5 – Compte-rendu de la conférence sur le monde des media.
- 6 – Le conférencier a fait un bilan des mutations en cours dans les media et des évolutions prévisibles ou à observer.
- 7 – Mots clefs : *relativité de l'information – courant d'opinion – objectivité*



**COLLEGE INTERARMEES
DE DEFENSE**

CES Louis de Firmas (B3)

MODULE EG5 « COMMUNICATION »

Synthèse de la conférence

« Le monde des media »

prononcée par Monsieur François Desnoyers le 19 septembre 2005

Un certain malaise s'est en effet établi dans l'opinion vis-à-vis des media, avec la mise en doute de l'objectivité et de l'indépendance des journalistes. Il existe en fait des raisons aux évolutions récentes des media liées aux bouleversements techniques des vecteurs de l'information et à l'évolution des mentalités, tant chez les journalistes que dans le public.

Il faut donc revoir ce bilan en parlant de relativité de l'information et de pensée dominante dans le microcosme journalistique.

Après une description de la modernisation rapide des supports de l'information, le conférencier a présenté les changements de mentalité ou de comportements chez les journalistes et l'opinion, et conclu en évoquant deux phénomènes nouveaux, la presse « people » et les « blogues », lui semblant particulièrement dignes d'intérêt.

1. Les supports médiatiques sont très variés et doivent faire face aujourd'hui à une révolution technologique

Il en résulte une nécessité pour les media de s'adapter en permanence aux nouvelles coutumes des consommateurs, parfois au détriment des règles éthiques de la profession (cf. la « télé réalité »)

Il faut garder à l'esprit la dimension économique qui reste évidemment incontournable. Les media se portent bien, et l'offre ne cesse d'augmenter. Mais elle est en pleine évolution. Pour la presse écrite, les magazines spécialisés et les quotidiens régionaux ont pris le pas sur les grands quotidiens nationaux (au demeurant parisiens) ; en effet, quel intérêt y a-t-il à acheter un journal cher dont les nouvelles sont accessibles plus vite et gratuitement par la télévision ou Internet ? La télévision malgré la multiplication des chaînes, s'avère très rentable dans son secteur privé, et le secteur public maintient une audience de 30%. La radio présente une offre très variée en France et se montre également financièrement intéressante.

La révolution technologique dans les media mérite qu'on s'y arrête. En deux ans à peine, l'Internet haut débit (ADSL) a bouleversé l'ensemble des media, à tel point qu'il n'existe pas de chiffres fiables de Mediamétrie (institut de mesure de l'audience). On peut énoncer quelques caractéristiques des supports médiatiques induits par les bouleversements techniques. La convergence des vecteurs permet dorénavant de transformer une simple prise téléphonique en un « terminal » multifonctionnel donnant accès à toutes sortes de canaux d'information (téléphone, internet, bouquet TV...). Chaque foyer dispose en moyenne de six récepteurs de radio : cette permanence de l'écoute influence les usages de diffusion ; ce phénomène d'abondance et de saturation est amplifié par la mobilité, qui représente

prochain le « bond technologique », grâce à la miniaturisation et à « WiFi » (liaison sans fil). Enfin, si l'évolution des techniques est à peu près maîtrisée, l'imprévisibilité des usages du public demeure (le succès des SMS a dépassé les prévisions les plus optimistes).

2. Les journalistes et le public : vers des courants d'opinion autonomes ?

La chaîne de l'information est finalement mal maîtrisée au sein du « tourbillon journalistique » né de contraintes de temps toujours plus fortes et de la tyrannie du marketing.

Détestés ou enviés, les journalistes laissent rarement indifférents. Le sentiment que les erreurs se multiplient incite à se demander s'ils sont les complices ou les jouets de manipulations. La vérité tient plus à la pression de l'opinion qui veut savoir « tout et tout de suite ». Quelques traits dépeignant les journalistes permettent de mieux comprendre leur comportement. Les jeunes journalistes revendiquent leur liberté et sont très jaloux de leur indépendance au nom du droit d'expression et du devoir d'information. Ils ont des réflexes corporatistes : s'ils sont sociologiquement classiques (plutôt fils de cadres supérieurs), ils se considèrent comme à part ; en fait, ils vivent par procuration, fréquentant, observant et racontant les élites. Cela les conduit à une certaine connivence avec ces élites et une certaine « bien-pensance ». Grâce au tout numérique, la mise en forme de reportages est quasiment instantanée ; le rêve du scoop aidant, c'est la recherche de l'immédiateté, au risque de transmettre de fausses informations. L'effet induit, paradoxalement, est l'interdépendance des rédactions : « capteurs de l'air du temps » et prisonniers du scoop, les journalistes s'entre observent et il n'est pas rare de trouver les mêmes images et la même hiérarchie des informations d'une antenne à l'autre (l'intérêt pour « les avions qui tombent » au mois d'août dernier).

L'opinion quant à elle prend ses distances des courants d'opinion médiatiques, mais reste avide de reportages plus ou moins scandaleux. Ainsi, le phénomène « presse people » démontre combien la vie quotidienne des gens connus connaît un grand succès ; cette mode s'étend désormais à la classe politique, qui s'avère complaisante. Ici, les media ne font que s'adapter à la demande. A l'inverse, le succès des « blogues » (pages Internet d'échanges d'opinion), démontre la méfiance grandissante vis-à-vis des analyses proposées par les media, et pourrait bien faire naître et véhiculer des courants d'opinion autonomes.

Conclusion

Au bilan, il apparaît que les règles éthiques que l'on est en droit d'attendre des media (en particulier, la publication d'information vérifiée) sont difficiles à respecter dans un environnement technique qui permet une diffusion immédiate et planétaire, au détriment de la qualité. Par ailleurs, les media n'ont plus désormais le monopole des courants d'opinion, qui peuvent se créer spontanément sur internet au travers des phénomènes de « chat » et « blogue ».

Avis du rédacteur

Le conférencier, « journaliste d'extraction et homme libre » comme il se qualifie lui-même (il est titulaire d'une maîtrise de sciences économiques et de gestion et travaille désormais dans une entreprise de communication), a présenté un tableau complet et sans concession des media. Il a bien analysé les dérives et les facteurs qui y ont conduit, que les journalistes subissent plus qu'ils ne provoquent.

Il pourrait cependant être intéressant d'y ajouter des remèdes envisageables (formation des journalistes, exigence éthique de qualité et de recul ?).

Quoi qu'il en soit, cette conférence permettra sans aucun doute d'aborder les entraînements à l'interview, les stagiaires étant mieux armés par la connaissance des contraintes et des objectifs du milieu des media.

Biographie de Monsieur François Desnoyers

Monsieur Desnoyers est né en 1955.

Après une maîtrise de sciences économiques et de gestion, il s'oriente vers le journalisme.

Il commence sa carrière au quotidien Paris Normandie (1974 à 1980).

De 1978 à 1980, il est également collaborateur à FR3 pour la région Calvados.

Entre 1980 et 1988, il travaille à Radio France successivement comme journaliste, directeur de Radio 7 puis chargé de mission pour la coordination de l'information au cabinet du PDG de Radio France.

Entre 1988 et 1994, il a une première expérience comme consultant et dirigeant dans une société de communication d'entreprise et de production de télévision, CCV-Théophraste, présidée par Monsieur Jean-Marie Cavada.

En 1994, il participe à la création de La Cinquième (devenue France 5) avec Jean-Marie Cavada, dont il restera un proche collaborateur jusqu'en 2004, en l'accompagnant à RFO (réseau France Outre Mer) dont il sera Directeur des Antennes et du Développement entre 97 et 98, puis à nouveau à Radio France, comme Directeur Général délégué.

Monsieur Desnoyers travaille aujourd'hui dans la communication événementielle au sein du groupe Publicis comme directeur général délégué de Publicis Events.

Il a suivi la session de l'IHEDN en 1988, et a été chargé de cours à l'Ecole supérieure de guerre navale de 1989 à 1993.

Il est chevalier de l'ONM.