



Daniel Schneidermann, journaliste, créateur du Big Bang Blog

Daniel Schneidermann : "Pendant la campagne, les médias en ligne ont raté des occasions d'acquérir une vraie stature"

LEMONDE.FR | 11.05.07 | 20h41

Daniel Schneidermann est journaliste, éditorialiste à Libération, présentateur d'Arrêts sur images et créateur du [Big Bang Blog](#).

Avez-vous été agréablement surpris au cours de cette campagne sur Internet ?

Non. Parce que je trouve que les médias en ligne, c'est-à-dire les sites, les blogs, ont raté plusieurs occasions d'acquérir une vraie stature, et d'acquérir une influence qui soit, je ne dirais pas comparable à celle des médias traditionnels, mais disons, en tout cas, de progresser en influence.



Je trouve que globalement, dans cette campagne, les médias en ligne sont restés dans leur sphère et n'ont eu que peu d'influence sur le contenu dans les médias de masse. Ils n'ont que peu réussi à bousculer les médias de masse.

Il y a quelques exceptions, évidemment. Je pense par exemple à la vidéo de Ségolène Royal et les 35 heures des profs, qui s'est imposée dans le débat et a forcé les lignes des médias de masse. Je pense aussi à des vidéos sur Dailymotion qui ont été beaucoup vues : un vidéo-montage très très efficace sur Sarkozy et sur le décalage entre ses discours et ses actes, qui s'appelait *Le Vrai Sarkozy*. Elle a fait un véritable malheur, là, pour le coup, sans passer par les médias de masse, puisqu'elle les a contournés.

Donc il y a quelques exceptions mais globalement, j'ai trouvé que les médias en ligne avaient raté une occasion.

Voyez-vous des raisons aux ratés du journalisme citoyen au cours de cette campagne ?

D'abord, le journalisme citoyen, je ne sais pas très bien ce que cela veut dire. C'est une expression dont je me suis beaucoup méfié. Mais une explication qui me vient tout de suite, c'est l'amateurisme. C'est sûr que l'amateurisme, c'est ce qui fait le charme des médias en ligne, des nouveaux médias, comme on dit, mais en même temps, c'est ce qui fait leur limite.

Je prends un exemple : le moment où, avant le premier tour, plusieurs médias en ligne se sont regroupés pour essayer d'organiser un débat entre les quatre principaux candidats. Des propositions ont été faites à ces quatre candidats mais, d'après ce que j'ai lu, aucune proposition précise n'a été faite sur le contenu du débat, sur les thèmes qui seraient abordés, ni sur qui pouvait animer ce débat. Donc il est évident que c'était une proposition amateuriste. Et on pouvait comprendre que les candidats, qui étaient dans une partie où ils jouaient très gros, n'aient pas eu envie de risquer leur peau dans un débat dont on ne leur avait pas très bien expliqué les règles. Donc, voilà, la limite, c'est l'amateurisme.

Qui, des médias classiques, des blogs et des partis, a finalement le mieux tiré son épingle du jeu ?

C'est difficile à dire. Je pense que les médias classiques ne sont pas sortis non plus terriblement grandis de cette élection. Je pense que globalement l'information qu'on a eue dans les médias classiques n'a pas été très bonne. Je pense notamment qu'ils ont péché par manque d'audace dans l'investigation.

Mais en même temps, je dois bien reconnaître que les blogs n'ont pas réussi à prendre le relais et n'ont pas réussi à produire une information alternative crédible. Donc, pour l'instant, c'est un peu dos à dos.

Quant aux partis, c'est vrai qu'ils ont investi massivement. Quand on pense au site Désirs d'avenir ou quand on regarde Sarkozy.fr, là on a deux beaux exemples de partis qui se sont emparés du Net pour faire campagne. On peut penser aussi à l'offensive un peu morcelée qui a été menée par Bayrou et les bayrouistes pour imposer leur candidat sur la Toile. Là, ils ont réussi des choses intéressantes. Je dirais que ce sont peut-être les partis, finalement, qui ont le plus progressé.

Que peut-on espérer pour l'avenir ?

Il faut absolument espérer qu'on arrive à joindre le savoir-faire des meilleurs journalistes, c'est-à-dire le savoir-faire de l'investigation, aux médias en ligne. Il faut arriver à joindre la liberté qu'offrent les médias en ligne à la technique et à l'investissement qui sont nécessaires pour produire de l'enquête. Là, je dois reconnaître que l'on n'a malheureusement pas avancé.

Propos recueillis par **Alexandre Piquard**



Le Monde.fr

» A la une
» Le Desk
» Opinions

» Archives
» Forums
» Blogs

» Examens
» Culture
» Economie

» Météo
» Carnet
» Immobilier

» Emploi
» Shopping
» Nautisme

» Voyages
» Newsletters
» RSS

Le Monde

» Abonnez-vous au Monde à -50%
» Déjà abonné au journal
» Le journal en kiosque



Abonnez-vous au Monde.fr - 6€ visitez Le Monde.fr

© Le Monde.fr | Fréquentation certifiée par l'OJD | CGV | Avertissement légal | Qui sommes-nous ? | Index | Aide