



HAL
open science

Disclose : le journalisme d'intérêt général : quelle alternative au modèle actionnarial pour les médias français ?

Léo Lefrançois

► To cite this version:

Léo Lefrançois. Disclose : le journalisme d'intérêt général : quelle alternative au modèle actionnarial pour les médias français ?. Sciences de l'information et de la communication. 2020. dumas-03250170

HAL Id: dumas-03250170

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03250170>

Submitted on 4 Jun 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Mémoire de Master 1

Mention : Information et communication

Spécialité : Journalisme

Disclose : le journalisme d'intérêt général Quelle alternative au modèle actionnarial pour les médias français ?

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Lisa Bolz

Nom, prénom : LEFRANÇOIS Léo

Promotion : 2019-2021

Soutenu le : 18/06/2020

Mention du mémoire : Bien

Remerciements

Ce mémoire a été écrit et pensé dans un contexte très particulier pour moi. Le début de l'année 2020 fût une épreuve physique et morale telle que j'ai été contraint d'être hospitalisé pendant près d'un mois. Malgré la convalescence, j'ai rapidement voulu me remettre au travail en continuant ma formation au CELSA et en poursuivant mes engagements auprès des médias auxquels je contribuais, Radio Campus Paris et Radio Parleur. Je remercie plus particulièrement :

- Ma famille, qui s'est montrée patiente, proche et bienveillante dans cette période si spéciale en m'apportant un soutien moral essentiel et vital, et notamment ma mère dont la présence fut précieuse.
- Mes proches amis, qui m'ont écouté et accompagné essentiellement à distance et dont les mots ont su m'apaiser et me permettre de reprendre confiance en moi.
- Le CELSA, à travers Valérie Jeanne Perrier, qui a tenu à rappeler les raisons pour lesquelles j'étais ici aujourd'hui, me permettant de faire face à la maladie et ainsi dessiner un futur plus doux et clément.

Table des matières

Introduction.....	4
I/ Changer le fonctionnement interne et le modèle économique	10
1) Genèse du projet : redevenir journaliste	10
2) Du crowdfunding à la philanthropie : assurer l'indépendance	12
3) Le statut spécifique de l'ONG, démocratie interne et méthodes de travail	16
II/ Mettre fin à la défiance envers les journalistes	18
1) La légitimité du monde journalistique en jeu : l'exigence de l'exemplarité.....	18
2) Les journalistes sont-ils vraiment les « nouveaux chiens de garde » ?.....	19
3) Mettre au jour les menaces qui pèsent sur la liberté de la presse.....	22
III/ Créer un nouveau journalisme en renouant avec les principes fondamentaux	28
1) La volonté de bâtir un « journalisme d'impact »	28
2) Assumer l'engagement sans parti pris	30
3) Les médias interprétés comme quatrième pouvoir de la démocratie	32
Conclusion	34
Bibliographie.....	36
Résumé.....	37
Mot-clés	Erreur ! Signet non défini.

En 1932, le romancier et philosophe français Paul Nizan fait paraître l'ouvrage *Les Chiens de garde*, un essai pamphlétaire dirigé contre un certain nombre d'écrivains et philosophes qui, sous couvert de neutralité intellectuelle, s'imposaient selon lui en gardiens de l'ordre établi et d'une idéologie dite « bourgeoise ». Il y écrit notamment :

« L'écart entre leur pensée et l'univers en proie aux catastrophes grandit chaque semaine, chaque jour, et ils ne sont pas alertés. Et ils n'alertent pas. L'écart entre leurs promesses et la situation des hommes est plus scandaleux qu'il ne fut jamais. Et ils ne bougent point. Ils restent du même côté de la barricade. Ils tiennent les mêmes assemblées, publient les mêmes livres. Tous ceux qui avaient la simplicité d'attendre leurs paroles commencent à se révolter, ou à rire. »

Cet ouvrage inspirera, autant pour la forme que pour le fond, le journaliste Serge Halimi pour son livre ingénieusement appelé *Les nouveaux chiens de garde*. Publié en 1997 et actualisé en 2005, il se présente comme une analyse critique d'une certaine forme de collusion qui existerait entre le pouvoir médiatique, le pouvoir politique et le pouvoir économique. Halimi prétend ainsi démontrer le traitement partiel et partial de certains médias français vis-à-vis de grandes entreprises privées qui possèdent précisément ces médias. Le livre commence d'ailleurs par la citation suivante de Paul Nizan : « *Nous n'accepterons pas éternellement que le respect accordé au masque des philosophes ne soit finalement profitable qu'au pouvoir des banquiers* ». Depuis le début des années 1980, on observe une forte accélération du phénomène de concentration des médias par un petit nombre de personnes. Ces personnes appartiennent au même univers : celui des PDG d'entreprises transnationales et des gestionnaires de conseils d'administration.

Au sein d'une rédaction, un journaliste n'est jamais seul quand il produit de l'information, il s'inscrit dans un processus hiérarchique et dans des structures d'interdépendances, ce que le sociologue Erik Neveu appelle des « chaînes de coopération »¹. Néanmoins, comme le rappelle l'association Acrimed (Action Critique Médias) créée en 1996 à l'initiative notamment du politologue Henri Maler et du sociologue Patrick Champagne, il ne faut pas caricaturer les liens entre actionnaires et ligne éditoriale des médias : les influences sont rarement directes et leurs intérêts n'y sont pas toujours mécaniquement relayés. S'ils peuvent d'une certaine façon orienter ces lignes éditoriales, l'influence politique obtenue par l'acquisition d'un média constitue surtout une force de dissuasion. Dans un billet du site du Monde Diplomatique daté d'octobre 2014, Serge Halimi cite un article du magazine

¹ ÉRIK NEVEU, *Sociologie du journalisme*. Paris, Éd. La Découverte, coll. Repères, 122 p.

Capital pour étayer son constat d'une presse aux abois et ne dépendant que du bon vouloir de quelques milliardaires :

« On y regarde à deux fois avant d'attaquer le patron d'un journal. L'obscur boss de Numericable, Patrick Drahi, n'était qu'un "nobody" quand il est parti à l'assaut de SFR. Moyennant quoi il fut attaqué sur tous les fronts : exil fiscal, holdings douteuses aux Bahamas, nationalité française incertaine... D'où Libération. »

On peut donc être propriétaire d'un média, non pas en cherchant à préserver un journal et à s'inquiéter de la qualité du contenu, mais davantage pour se donner une image dans le monde des affaires. Posséder un média implique de s'inscrire au sein d'un rapport de force politique.

Néanmoins, si la critique des médias, portant sur la concentration toujours plus forte des entreprises médiatiques, est légitime, il reste important d'affirmer que le journalisme de qualité demande du temps ... et de l'argent. À ce titre, Dominique Augey, professeure au sein de la faculté de droit et de science politique d'Aix-Marseille, met un point d'honneur sur le fait que le réel enjeu ne se situe pas tant sur la concentration des médias par quelques puissances économiques, qu'elle considère nécessaire pour faire marcher les immenses usines médiatiques, mais plutôt dans la diversité des médias et le libre-choix d'un individu de sélectionner les titres, chaînes télévisuelles ou stations de radio dont il souhaite profiter. Selon elle, c'est d'ailleurs le marché international qui viendra par ailleurs mettre en compétition l'ensemble des médias à l'échelle mondiale, notamment avec la démocratisation de logiciels de traduction se basant sur le *deep-learning*, permettant une compréhension parfaite de l'article original, quelle que soit sa langue. L'économiste et professeure à Sciences Po Paris Julia Cagé fait un constat différent. Selon elle, on assiste à la disparition de certains titres et à des fusions qui sont faites non pas par des entreprises de presse mais par des puissances industrielles ou des services de télécoms qui n'ont pas pour fonction première de faire vivre des médias. Le problème de l'identité des acheteurs se rattache au problème du pluralisme : un même groupe peut posséder plusieurs médias sur plusieurs plateformes. Si l'on prend l'exemple d'Alain Weill et de son groupe Altice France : il possède des titres de presse (Libération, L'Express) des chaînes de télévision (BFMTV, BFM Business, RMC Sport) et des radios (RMC, BFM Radio). Cette situation, pour Julia Cagé, n'est pas souhaitable : voir des personnes ne venant pas du secteur des médias réinvestissant dans le secteur des médias constitue un problème de démocratie, d'autant que ces investissements ne sont pas désintéressés et ont pour but de bâtir des « empires médiatiques »².

² GUILLAUME GALPIN. « La concentration des médias menace le pluralisme ». *La revue des médias de l'INA*. 4 décembre 2015. Consulté à l'adresse <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-concentration-des-medias-menace-le-pluralisme>

Les années 80 marquent un tournant dans la pluralité et la liberté des médias. Le marché radiophonique s'ouvre dès 1981 à l'élection de François Mitterrand. Une loi transitoire, portant dérogation à l'obligation du monopole, est promulguée le 9 novembre 1981, puis une seconde loi met définitivement fin au monopole public de programmation à la télévision et à la radio le 29 juillet 1982. L'Etat a également légiféré pour assurer la pluralité des médias : la loi du 30 septembre 1986 (ou Loi Léotard) donnait une proportion maximum dans le choix total des offres dont bénéficiaient les Français. Elle a cependant été largement assouplie à travers le temps. Le CSA, créé en 1988 est chargé de garantir l'impartialité des programmes d'information télévisés, notamment en ce qui concerne l'équilibre des prises de position entre la majorité et l'opposition politique et le temps de parole des candidats lors des périodes électorales. Des réformes successives ont fini par attribuer à cette instance des objectifs sociaux et culturels mais également technologiques et économiques. Les aides à la presse constituent également un outil précieux pour garantir la pluralité des médias. En 2018, le journaliste Fabrice Arfi leur dresse pourtant un portrait peu flatteur³. LVMH, SFR Presse, Dassault Média et Le Monde sont les entreprises qui perçoivent le plus d'aides (aides directes, aide à la distribution et aide à la modernisation sociale) pour l'année 2016. Ces grosses entreprises sont également celles qui perçoivent le plus d'aides privées provenant notamment de Google ou Facebook. Fabrice Arfi commente : « *Sept milliardaires et une banque – qui ont tous pour point commun de ne pas être des industriels de la presse – empochent à eux seuls 49 % des aides publiques* ». En parallèle de cela, on observe une transformation profonde du métier de journaliste au cours des dernières décennies, notamment une forte montée de la précarité et l'imposition progressive de « cadrages de l'information », c'est à dire des normes, des codes et des routines toujours plus fortes. Il semblerait que dans la plupart des médias dits « mainstream », les rédactions soient condamnées à réduire toujours plus leurs effectifs et à léguer leur éthique pour s'inscrire dans une perspective autre que celle d'informer librement les citoyens. Le journaliste Julien Brygo l'a d'ailleurs démontré dans le cadre des forums vendus aux collectivités locales par le journal Libération⁴.

Le corolaire de cette mutation se retrouve dans l'aggravation des conditions de travail. La profession journalistique prend de plein fouet le tournant numérique, parfois tardif, et la multiplicité des supports de plus en plus nombreux. Ainsi, dans une enquête publiée en 2019 par le cabinet Technologia, opérant dans l'évaluation et de la prévention des risques liés à l'activité professionnelle, 56% des journalistes considèrent qu'ils n'avaient plus le temps de vérifier correctement une information ou une source. 42% estiment que leur métier est menacé, que ce soit par le numérique ou les agences de

³ LAURENT MAUDUIT. (13 février 2018). Les milliardaires de la presse gavés d'aides publiques et privées. *Mediapart* Consulté à l'adresse <https://www.mediapart.fr/journal/economie/130218/les-milliardaires-de-la-presse-gaves-d-aides-publiques-et-privées?onglet=full>

⁴ JULIEN BRYGO. (Septembre 2013) « Forums locaux pour renflouer la presse nationale », *Le Monde diplomatique*.

contenu. Dans le panel interrogé, 37 % des journalistes cherchent actuellement un autre emploi, dont 16,8% pour quitter carrément le métier⁵. Jean-Claude Delgènes, fondateur de Technologia, note dans le journal l'Express⁶ :

« Il y a une intensification du travail et une augmentation de l'amplitude de travail. On le voit bien dans l'étude : 8% des personnes travaillent moins que la moyenne, 20% travaillent normalement, et tout le reste travaille plus que ce qui est prévu avec 20% à plus de 50 heures par semaine. C'est énorme ! »

Si beaucoup de personnes quittent le métier avec désillusion et dépit, force est de constater malgré tout que, au court de ces 5 dernières années, de nouveaux médias ont tenté d'émerger en récupérant précisément les journalistes désabusés dans l'idée de faire émerger une « autre façon » de faire le journalisme, en accordant une importance au modèle économique et au bien-être des journalistes. On assiste donc à une diversification ou à une démocratisation des médias en parallèle de ce phénomène de concentration. L'apparition d'internet et des nouvelles technologies de l'information et la communication (NTIC) ont permis l'émergence de médias sociaux, plus en phase avec leurs époques, plus proche des lecteurs. Ce « journalisme citoyen » est défini comme l'action des individus « *jouant un rôle actif dans les processus de récupération, reportage, analyse et dissémination de l'actualité et de l'information* »⁷. Néanmoins, comme le note Henri Maler⁸, les sites internet qui peuvent se prévaloir d'une indépendance totale sont peu nombreux. L'exemple emblématique est évidemment Mediapart. Mais cette indépendance n'est rendue possible que parce que ses journalistes sont entièrement dédiés à l'information et à produire des enquêtes originales.

Face à ces constats, comment faire émaner une alternative viable qui ne dépendent pas de capitaux privés et d'actionnaires pouvant dicter la ligne éditoriale et la composition de la rédaction ? Comment s'assurer qu'un journal puisse pleinement enquêter sans recevoir des pressions hiérarchiques ? Comment déconnecter le profit de la qualité de l'information ? Depuis la fin des années 2000, beaucoup de médias, notamment de presse écrite mais également en ligne, tentent d'émerger et de changer la donne mais peu sont en capacité de tenir plusieurs années de suite (Ebdo, Vraiment, Owni).

⁵ Cabinet Technologia. (2019). « *Quel avenir pour le journaliste de demain ?* » Consulté à l'adresse https://www.technologia.fr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2019-03-07_63.pdf

⁶ AUDREY KUCINSKAS. (8 mars 2019). Pression, précarisation : en 2019, les journalistes n'en peuvent vraiment plus. *L'Express.fr*. Consulté à l'adresse https://www.lexpress.fr/actualite/medias/pression-precarisation-en-2019-les-journalistes-n-en-peuvent-vraiment-plus_2066058.html

⁷ SHAYNE BOWMAN ET CHRIS WILLIS. (2003). « *We Media : How Audiences are Shaping the Future of News and Information* ». Consulté à l'adresse https://ict4peace.org/wp-content/uploads/2007/05/we_media.pdf

⁸ HENRI MALER. (mars 2012). « Journalistes sous pression(s) », *Hommes et Libertés*. n°157. 55-57. Consulté à l'adresse : https://www.ldh-france.org/wp-content/uploads/IMG/pdf/h_1157_dossier_8._journalistes_sous_pression_s_.pdf

En travaillant à partir d'interviews, d'articles de revues, d'une revue de presse où des sociologues, économistes et des journalistes tentent de développer leurs hypothèses concernant le devenir des médias dans les années à venir, d'essais de journalistes et d'économistes développant les possibles alternatives au modèle actuel, nous tenterons de mettre à l'épreuve l'hypothèse selon laquelle il est inenvisageable, aujourd'hui, de créer un nouveau média qui ne puisse pas dépendre de capitaux privés sous forme d'un système actionnarial. Quelques rares exceptions figurent, notamment en ligne avec le site internet Mediapart, projet que beaucoup d'hommes d'affaires estimaient à l'époque, en 2008 « mort-né ». C'est précisément grâce à un pari sur l'avenir que Edwy Plenel et ses confrères ont pu ouvrir ce média basé uniquement sur des abonnements, sans même dépendre de publicité (le slogan de Mediapart fût pendant plusieurs années « Seuls nos lecteurs peuvent nous acheter »). Sans cela et sans un contexte politique très favorable, notamment avec l'affaire Bettencourt, Mediapart n'aurait pas pu tenir sur le long terme.

On peut formuler l'hypothèse qu'aucun média, quel qu'il soit, ne pourrait émerger avec un modèle économique similaire à l'heure où tout le monde peut avoir accès à l'information gratuitement et massivement grâce à internet. D'autant que les rapports conflictuels entre le monde journalistique et le reste de la société se tendent toujours plus, comme on a pu le voir avec la crise des Gilets Jaunes. À travers l'exemple du média Disclose, nous allons mettre à l'épreuve ces hypothèses en analysant ce qui rend ce média si différent des autres et en quoi ces différences peuvent-elles permettre à Disclose de devenir un exemple pour d'autres initiatives et de durer sur le temps long tout en étant stable financièrement.

Nous analyserons dans une première partie comment ce média a décidé de changer son fonctionnement interne et son modèle économique, en revenant légèrement en arrière pour comprendre son arrivée sur le marché de l'information, en regardant le recours au crowdfunding, aux dons et au mécénat pour assurer son indépendance et en développant sa principale particularité qui est de se présenter comme une ONG. Dans une seconde partie nous essayerons de comprendre la volonté de ses fondateurs de constituer un remède à la méfiance croissante des citoyens envers les médias, se voulant exemplaire, irréprochable et en mettant en exergue ce qui les différencie des autres journalistes ou des autres entreprises de presse, nous profiterons de cette occasion pour démystifier le statut de journaliste et de montrer que cette détestation des médias n'est pas forcément due aux journalistes eux-mêmes et nous regarderons comment ce média a rapidement pu montrer qu'il existait un potentiel danger pour la liberté de la presse en France. Enfin, dans une troisième partie, nous analyserons les volontés des fondateurs de ce média qui est de renouer avec un journalisme d'investigation qui s'est peu à peu perdu à travers les années en essayant de comprendre le terme de « journalisme d'impact » proposé par Mathias Destal et Geoffrey Livolsi, les deux co-fondateurs de Disclose, et notamment en le comparant au « journalisme de solutions », nous montrerons la volonté

claire des membres de la rédaction du média d'assumer l'engagement politique sans pour autant être des « partisans » ou des militants, puis en insistant sur le rôle que devrait tenir les médias, de manière générale, dans une société démocratique idéale où ces entités forment un quatrième pouvoir.

I/ Changer le fonctionnement interne et le modèle économique

1) Genèse du projet : redevenir journaliste

Le 6 novembre 2018, Mathias Destal, ancien journaliste pour Marianne et le Journal Du Dimanche, et Geoffroy Livolsi, ancien journaliste pour France 2 et reporter indépendant pour L'Express et Mediapart, annoncent la création du média Disclose via une levée de fond sur le site Kiss Kiss Bank Bank. La promesse n'est pas uniquement de créer un nouveau média mais de mettre en place un modèle qui n'existait pas en France jusqu'alors. L'idée est de mettre en place une plateforme qui permettent à des journalistes de pouvoir se lancer sur des enquêtes à long terme sans craindre d'être limités en termes de budget et de temps. Les deux journalistes font le constat que le journalisme d'investigation n'est jamais rentable et de fait commence à être mis de côté dans le peu de médias où il existe. Par ailleurs, il est même en général assez mal vu par certains cercles de pouvoir, politiques ou économiques.

Trois ans auparavant, Geoffroy Livolsi voyait son documentaire « Evasion fiscale, enquête sur le Crédit mutuel » censuré purement et simplement alors qu'il devait être diffusé sur Canal+, dont Vincent Bolloré venait d'acheter le groupe pour l'intégrer à sa société mère Vivendi. Pour cela, il a suffi d'une chose : un appel téléphonique. Alors que le documentaire, contenant plusieurs révélations embarrassantes pour le Crédit Mutuel (dont notamment la découverte d'un vaste système occulte de fraude fiscale par ses filiales suisses et monégasques), venait d'être approuvé par la direction des programmes et par le service juridique de la chaîne, Vincent Bolloré exige le retrait immédiat du film au dernier moment, selon plusieurs sources concordantes en interne. La raison est très simple : Le Crédit Mutuel est l'un des plus importants partenaires financiers du groupe Bolloré, et son patron de l'époque, Michel Lucas, entretient de très bonnes relations avec le président du groupe industriel. La diffusion du documentaire était pourtant déjà programmée pour le 18 mai 2015 dans le cadre de l'émission « Spécial Investigation ». Mediapart révèle par ailleurs que l'avocate des lanceurs d'alerte à l'origine des révélations sur le Crédit Mutuel apprendra la nouvelle de la bouche d'un ami qui se trouve être un cadre supérieur travaillant pour la banque mutualiste. *In fine*, le documentaire sera diffusé sur France 3, le 7 octobre 2015, dans l'émission « Pièces à conviction ».

Par la suite, les deux journalistes à l'origine de l'enquête, Geoffrey Livolsi et Nicolas Vescovacci, ainsi que le rédacteur en chef du film Jean-Pierre Canet, porteront plainte contre Vincent Bolloré pour « entrave à la liberté d'expression », « abus de biens sociaux » et « abus de pouvoirs ». Nicolas Vescovacci écrira ensuite un livre revenant sur cette affaire : *Vincent Tout Puissant*. L'homme

d'affaires portera plainte au nom de la société-mère Vivendi, réclamant 700 000 euros de dommages et intérêts pour diffamation et harcèlement. Le tribunal de grande instance de Paris, non seulement le déboute, mais le condamne également à 8 000 euros de dommages et intérêts pour procédure abusive⁹. Le 24 janvier 2018, à l'occasion de l'ouverture d'un procès pour diffamation contre Mediapart, L'Obs et Le Point attaqués par Socfin et Socapalm, deux holding liées à Vincent Bolloré, un collectif de médias (Mediapart, Les Jours, Bastamag, Alternatives Economiques ...), d'associations (Attac France, CCFD Terre Solidaire ...) de sociétés de journalistes (de l'AFP, de France Télévisions, de Radio France, de Libération ...) et de journalistes à titre indépendant (Edwy Plenel ...) publie sur *Mediapart* une tribune visant à mettre en exergue les relations conflictuelles entre les médias (de façon générale) et Vincent Bolloré, devenu à travers les années un spécialiste des poursuites-bâillons¹⁰. Ces procédures ont pour but non pas tant de faire condamner les personnes qu'il attaque, mais de leur faire dépenser des sommes importantes en frais de justice afin de dissuader et faire abandonner les médias concernés.

Cet épisode médiatique et judiciaire sera le départ d'une longue réflexion pour Geoffroy Livolsi concernant la place attribuée au journalisme d'investigation en France et les menaces directes qui pesaient sur ce dernier dans un contexte de concentration inédite des médias possédés par un petit nombre d'industriels. Dans un entretien accordé à L'Obs publié le 6 novembre 2018, il affirme que, dans une société qui se veut démocratique, l'information doit être considérée comme un bien public et un droit¹¹. Le slogan de Disclose est on ne peut plus clair : « L'information est un bien public ». Le journalisme, de ce fait, n'a pas seulement pour unique mission de rapporter des éléments d'actualité factuels, mais de donner à voir une vision de la société où les journalistes participent à la préservation de la démocratie, comme tout un ensemble d'acteurs qui deviennent, de fait, les gardes-fous des valeurs démocratiques, en assurant par exemple le suivi de certaines victimes dans le cadre d'enquêtes ou en participant à un rapport de force lorsqu'un dispositif légal apparaît dangereux aux yeux de la profession (une loi, un traité, un arrêté ...). Cette perspective d'une information de qualité se rajoute également la notion de gratuité, afin que les articles et enquêtes puissent être accessibles au plus grand nombre. Cela permet également aux citoyens de se mobiliser et de s'organiser autour de ce média.

⁹ RENAUD LECADRE. « Bolloré abuse contre la presse, et c'est la justice qui le dit ». *Libération*. 7 mars 2019. Consulté à l'adresse https://www.liberation.fr/france/2019/03/07/bollore-abuse-contre-la-presse-et-c-est-la-justice-qui-le-dit_1713607

¹⁰ LES INVITES DE MEDIAPART, « Face aux poursuites-bâillons de Bolloré : nous ne nous tairons pas ! », *Mediapart*, 24 janvier 2018. Consulté à l'adresse <https://blogs.mediapart.fr/les-invites-de-mediapart/blog/240118/face-aux-poursuites-baillons-de-bollore-nous-ne-nous-tairons-pas>

¹¹ HELENE RIFFAUDEAU. « Disclose, le premier média d'investigation non lucratif se lance en France ». *L'Obs*. 6 novembre 2018. Consulté à l'adresse : <https://www.nouvelobs.com/teleobs/20181106.OBS10086/disclose-le-premier-media-d-investigation-non-lucratif-a-financement-participatif-debarque-en-france.html>

La perte du pouvoir des journalistes se traduit d'ailleurs dans les chiffres. Disclose cite dans ses premières publications l'ouvrage *Jeu d'influences* écrit par les deux journalistes d'investigation Luc Hermann et Jules Giraudat. Ils rappellent notamment qu'aux Etats-Unis, il y a 4,6 communicants pour 1 journaliste. Interviewé par la journaliste Alice Coffin¹², Luc Hermann estime dramatique d'en arriver à un tel chiffre. Cette domination se ressent également dans les méthodologies de chacun de ces deux métiers. Les communicants ont pris une redoutable avance sur les journalistes qui ne peuvent plus travailler sur des longs sujets. La journaliste Sophie Eustache alerte sur cette transformation massive de la profession, notamment dans les rédactions web où l'objectif est moins d'assurer une information d'actualité que de produire des articles qui vont générer des clics et donc davantage de bénéfices. Dans ces rédactions web, les journalistes se retrouvent alors à « bâtonner », c'est-à-dire à alimenter quotidiennement les sites internet des journaux, radios et télévisions, de copier/coller de dépêches AFP voire des recopiations d'articles d'autres journaux concurrents¹³. Au final, comme le note Luc Hermann, toujours dans 20 Minutes, cette capillarité provoque une uniformisation de l'information. Les communicants ont, quelque part, gagné cette bataille médiatique. Cette perspective privilégie la forme plutôt que le fond, la quantité plutôt que la qualité. L'ensemble des journalistes ayant rejoint la rédaction de Disclose font part de ces frustrations qui deviennent des menaces pour les libertés individuelles et le droit d'accès à l'information.

2) Du crowdfunding à la philanthropie : assurer l'indépendance

Le lancement du site internet de Disclose s'accompagne d'une campagne de crowdfunding (financement participatif) visant à lever 50 000 euros pour assurer la pérennité de l'initiative pour les premières enquêtes. En 42 jours, l'équipe du média est parvenue à récolter 81 999 euros à l'issue de la campagne hébergée par Kiss Kiss Bank Bank. Aussi, le média revendique 1 380 « *Disclosers* » : à partir de 40 euros de don sur la plateforme, Disclose proposait aux internautes de devenir un membre à part entière du média d'investigation en leur permettant par exemple d'être tiré au sort pour intégrer le conseil d'administration ou de participer activement aux enquêtes déjà planifiées en apportant de l'aide pour la vérification et la récolte d'informations ou en collaborant avec des journalistes dans l'écriture et la publication des premières enquêtes. Cette volonté de ne dépendre que de dons

¹² ALICE COFFIN, « Luc Hermann : « Aux Etats-Unis il y a 4,6 communicants pour 1 journaliste, c'est terrifiant » », *20 minutes*. Mai 2014. Consulté à l'adresse : <https://www.20minutes.fr/television/1367873-20140505-20140505-luc-hermann-aux-etats-unis-46-communicants-1-journaliste-cest-terrifiant>

¹³ SOPHIE EUSTACHE. *Bâtonner : Comment l'argent détruit le journalisme*. Edition Amsterdam. Mars 2020. 196 pages

d'internautes est, pour les deux fondateurs Geoffrey Livolsi et Mathias Destal, une garantie d'indépendance dans la mesure où ce financement n'est pas conditionné au développement du média et se fait de façon purement altruiste puisque ce don ne permet pas *de facto* de prendre le contrôle sur la ligne éditoriale du site internet. Par ailleurs, sur la plateforme de financement participatif, la hauteur du don n'était pas récompensée par de plus grands pouvoirs ou une plus grande légitimité à avoir un droit de regard sur les publications et enquêtes.

Ainsi, pas d'actionnaires, pas de fonds d'investissements et pas de publicité dans le but de garantir la pérennité de l'indépendance de Disclose. Les uniques sources de financement sont la cotisation des membres, les dons ponctuels ainsi que le soutien des fondations internationales attachées à l'intérêt général et à la qualité d'un travail journalistique. Le but étant donc la possibilité de travailler sur des enquêtes au long-terme sans craindre des répercussions ou de la censure par les personnes fournissant des ressources financières. À terme, Disclose fonctionnera à 20% grâce au financement participatif, 20% grâce à des mécènes privés, 20% grâce à des fondations françaises et 40% grâce à des fondations internationales. Afin de renforcer cette indépendance éditoriale, la rédaction a décidé de refuser les dons émanant de fondations d'entreprises et de diffuser l'identité des personnes qui verserait plus de 2 000 euros de don par an. Car même si la notion de don n'inclut pas forcément de contrepartie en soi, les entreprises pourraient être amenées, du fait de leur poids dans le budget général du média, à conditionner le versement d'argent notamment par exemple en exigeant une relecture des articles ou la transmission systémique des sujets traités à l'avance par la rédaction.

Être un « discloser » ne fait donc pas de vous des actionnaires individuels cherchant à avoir un retour sur investissement. Pour les fondateurs, ce statut vous permet de faire partie d'une communauté et d'être des acteurs actifs et investis de la fabrication de l'information. Ils rejettent le terme d'« abonnés » comme on pourrait le voir sur des sites comme Mediapart, Les Jours, Politis etc ... Ici, il est question d'adhérer à un projet et de fait approuver une vision et des valeurs propres à Disclose. En tant que membre, il est possible de suggérer des sujets, offrir son expertise et de réfléchir avec les autres membres des différentes possibilités stratégiques pour peser dans le débat public. De fait, ce statut de membre permet aux personnes impliquées d'avoir un droit politique, et notamment dans le fait d'être représenté par des personnes tirées au sort au sein du conseil d'administration. Tout cela, encore une fois, sans qu'il soit question d'une proportionnalité de capacité d'action en fonction de la hauteur de la donation, ponctuelle ou régulière. Faire participer les adhérents tout le long des enquêtes permet ainsi de se prévaloir d'une certaine transparence dans le processus d'écriture et de recherche d'informations. Être un « discloser » permet également de pouvoir discuter régulièrement avec les journalistes de la rédaction lors des événements réguliers organisés par Disclose.

Comme précisé plus haut, Disclose est également à la recherche de mécènes et de dons de fondations françaises ou internationales. La différence entre un mécène et un actionnaire repose là aussi sur la capacité d'action d'un individu à influencer la ligne éditoriale dudit journal : le mécène accepte, à travers son don, de ne gagner aucune influence ni de se prévaloir d'une dette de la rédaction envers lui. En cela, Disclose fait figure de proue puisque, comme le notait Mathias Destal dans L'Obs : « *Pour le moment, en France, aucune fondation ne finance des projets médiatiques, la philanthropie étant plutôt réservée au domaine culturel* ». Ce schéma est inspiré de médias existants déjà dans d'autres pays comme Propublica aux États-Unis pour le modèle de financement par mécénat ou Correctiv en Allemagne, qui associent également leurs membres à la fabrication des enquêtes.

Aux États-Unis particulièrement, il existe une longue tradition de la philanthropie de la part de certaines fortunes ou hommes d'affaires, avec notamment la famille Rockefeller et Ford. Propublica a été créé en 2008 par deux mécènes californiens, Marion et Hebert Sandler, et a immédiatement fait la démonstration de sa force de frappe : il remporte en 2009 le prix Pulitzer pour une enquête publiée à la une du New York Times Magazine traitant du sort de certaines victimes de l'ouragan Katrina qui furent euthanasiées par des médecins qui les considéraient trop faibles pour continuer à vivre. Cette enquête a nécessité deux ans de travail d'investigation et a coûté plus de 200 000 euros.

Créé en Allemagne en 2014, Correctiv fut pionnier dans le domaine en se considérant comme un « centre de recherches pour la société ». Il a reçu 3 millions d'euros de la Anneliese Brost Stiftung, une fondation privée dédiée précisément aux aides pour les médias émergents¹⁴. Aujourd'hui, Correctiv parvient à faire des levées de fond de plus d'un million d'euros par an et reçoit également des dons de la part de la fondation Open Society¹⁵.

Disclose cherche aujourd'hui à approcher d'autres mécènes pour assurer la viabilité du média sur le long terme : un article de Challenges mentionne des personnalités comme Olivier Legrain, millionnaire fondateur du projet de Maison des médias libres, Gilles Raymond, à l'origine de la fondation The Signals Network qui protège les lanceurs d'alerte ou Pierre Omidyar, le fondateur d'Ebey qui finance la salle de presse à but non lucratif First Look Media¹⁶.

En plus de la campagne de financement participatif qui leur a permis de récolter 82 000 euros, l'équipe de *Disclose* a annoncé avoir récolté 3 000 euros de dons ponctuels dès janvier 2019. En février, le média reçoit, pour l'année 2019 et 2020, le soutien de la fondation « Un monde par tous »,

¹⁴ JAN FREITAG. « Hoffnung durch Recherche ». *ZEIT Online*. 1 juillet 2014. Consulté à l'adresse : <https://www.zeit.de/kultur/2014-07/correctiv-journalismus-stiftungsbasiert/komplettansicht>

¹⁵ JOHANNES STEGER. « Soros spendet für Kampf gegen Fake-News ». *Handelsblatt*. 4 avril 2017. Consulté à l'adresse : <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/correctiv-soros-spendet-fuer-kampf-gegen-fake-news/19610750.html?ticket=ST-2779915-HghBMV5ddS4G9ecUauyQ-ap2>

¹⁶ LEA LEJEUNE. « Quel est le modèle de Disclose, premier média français à but non lucratif ? ». *Challenges*. 13 novembre 2018. Consulté à l'adresse : https://www.challenges.fr/media/disclose-le-premier-media-francais-a-but-non-lucratif_625757

dont l'objectif est de financer des initiatives « *porteuses d'alternative au système global dominant* » selon leur site internet hébergé par la Fondation de France. En mars 2020, Disclose reçoit 80 000 dollars ($\approx 70\,708$ euros) de la part de la fondation Open Society, dirigée par le milliardaire George Soros, pour l'année 2019. Dans son dernier rapport d'impact, Disclose annonce avoir récolté 17 732 euros de dons hors-campagne. Sur l'ensemble de l'année, il est parvenu à attirer 400 nouveaux membres dont la moitié effectue un don mensuel à l'organisation. Au final, le budget du média pour l'année 2019 s'élève à 193 328 euros. Son principal objectif économique pour 2020 est de parvenir à fidéliser les 1 390 personnes ayant participé à la campagne de crowdfunding de 2018.

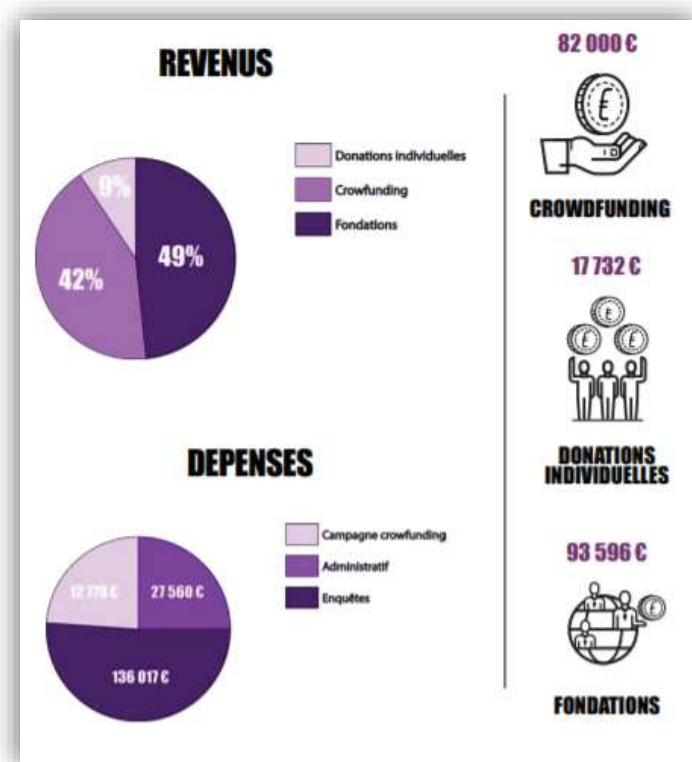


Figure 1 - Extrait du rapport d'impact 2019 de Disclose

À titre d'exemple, la première enquête de Disclose, intitulée « Made In France », portant sur la livraison d'armes à l'Arabie Saoudite et aux Emirats arabes unis utilisées dans le conflit yéménite sur les populations civiles, démontrée par la fuite d'une note du renseignement militaire français, a coûté 23 000 euros pour 5 mois d'enquête. Le budget est réparti entre la partie reportage (rémunération d'un journaliste pigiste) et la partie production (reportage photo, réalisation de vidéos, création d'un site internet dédié et achats d'images satellites). Pour l'enquête « Le revers de la médaille », portant sur des révélations de viols et de harcèlement sexuels sur mineurs, celle-ci a nécessité 8 mois de travail d'enquête pour un budget de 70 000 euros, partagé entre la rémunération de deux journalistes

à temps plein, entre 10 et 15 déplacements en France, un photographe à temps plein pour la partie reportage, et une vidéo data, un traitement des photos pour aboutir à un reportage, un podcast et un site internet dédié. Assurer son indépendance c'est aussi s'assurer que les sommes d'argent récoltées par les dons soient les plus divers possibles. Régulièrement, il est reproché aux médias d'être trop « parisiano-centré », c'est-à-dire uniquement visible sur la capitale en ne traitant que des problématiques propres à Paris et sa banlieue. Geoffrey Livolsi, à l'issue d'un entretien téléphonique, a annoncé qu'à l'heure actuelle, 60% des dons provenaient de personnes qui ne résident pas en région parisienne.

3) Le statut spécifique de l'ONG, démocratie interne et méthodes de travail

Pour la première fois en France, un média possède également le statut d'ONG (organisation non-gouvernementale). En effet, Disclose n'est pas seulement constitué de journalistes, mais également d'avocats, de photographes et de chercheurs qui se sont réunis dans la volonté de servir l'intérêt général mais aussi d'assurer la sécurité et la protection des reporters ainsi que des personnes impliquées dans les enquêtes d'investigation (victimes, lanceurs d'alerte). Ce média est également une association à but non-lucratif et se fixe pour objectif de dépasser la logique de dénonciation de certaines pratiques par des industriels, groupes d'intérêt, associations ou des gouvernements et passer à l'action pour permettre par exemple à la justice de se pencher sur les révélations des différentes enquêtes. Réaliser des enquêtes rigoureuses et utiles à la société permettra, selon Mathias Destal dans une vidéo hébergée sur la chaîne YouTube officiel de Disclose, de « *transformer l'indignation en action* ».

À travers ce statut spécifique, Disclose souhaite avoir un impact sur la vie publique en interpellant directement les dirigeants politiques ou en prenant part à des actions en justice. En défendant le droit à l'information, le média décide donc d'offrir des outils à ses lecteurs pour se réapproprier des luttes et s'inscrire dans une démarche citoyenne en prenant part au débat pour peser sur la balance. Le but n'est donc pas uniquement de s'arrêter aux conclusions d'une enquête mais de prendre part aux changements sociaux et aux évolutions de la société. Pour cela, Disclose s'est entouré d'un certain nombre de médias, ciblés à chaque fois en fonction du sujet des enquêtes, pour leur assurer une diffusion à grande échelle. Parmi ces médias, on retrouve Médiapart, la Cellule d'investigation de Radio France, Rue89 Bordeaux/Lyon/Strasbourg, Marsactu ou encore Konbini. L'idée est donc d'assurer la publication de sujets qui seront multisupports et multiformats. Les médias partenaires s'engagent à diffuser gratuitement les enquêtes.

Dans son conseil de surveillance, le média accueille des personnalités reconnues dans leur métier : l'économiste Julia Cagé, qui a par ailleurs écrit l'essai *Sauver les médias : Capitalisme, financement*

participatif et démocratie, l’avocate Virginie Marquet, la juriste Céline Bardet ou encore le journaliste Didier Pourquery. Ce conseil de surveillance, composé de membres de la société civile et de deux représentants des « Disclosers », veille à la bonne gestion du média. La deuxième instance, le comité éditorial, est composé de seize journalistes issus de la presse écrite, de la radio ou de la télévision. Ce sont eux qui déterminent les sujets traités et qui composent les équipes des enquêtes. Les enquêtes se divisent en 6 catégories : les crimes environnementaux, les enjeux énergétiques, la délinquance financière, la santé publique, les industries agroalimentaires et les libertés fondamentales¹⁷. On y retrouve notamment Jean-Pierre Canet, cocréateur de Cash Investigation et ancien rédacteur en chef d’Envoyé Spécial, qui s’était battu quelques années plus tôt auprès de Geoffroy Livolsi pour faire reconnaître la censure d’un documentaire sur le Crédit Mutuel par Vincent Bolloré dans l’émission « Spécial Investigation » de Canal+. La troisième et dernière instance est le conseil d’administration, qui est chargé de voter le budget annuel et le rapport financier. De façon désintéressée, il gère les fonds de l’association. Il est composé de six membres, dont notamment Basile Lemaire, journaliste à Télérama. Concrètement aujourd’hui, Disclose est une association de loi 1901 détenant une société par actions simplifiée (SAS), un type de statut de société entre la société anonyme et la société de personnes, laissant davantage de droits et de liberté aux associés fondateurs. Cette SAS permet de créer des contrats pour les journalistes qui travaillent pour le média Disclose.

Dans un entretien accordé à l’Express, Mathias Destal explique la volonté de la rédaction de créer des « pools » (des groupes) de journalistes¹⁸ :

« Car travailler seul c'est bien, mais on travaille mieux les uns avec les autres, que ce soit avec des journalistes français ou en partenariat avec des journalistes à l'étranger. C'est ce que l'on souhaite faire à terme, du cross-border [fonctionnement transfrontalier] : l'ADN de Disclose est de casser les frontières, mutualiser les compétences, les informations, les sources, de travailler main dans la main avec nos confrères. C'est comme cela que l'on peut générer de vrais changements »

¹⁷ RICHARD SENEJOUX. « Disclose, un nouveau média pour "enquêter sur la longueur, avoir un impact sur la société" ». *Télérama*. 6 novembre 2018. Consulté à l’adresse : <https://www.telerama.fr/medias/disclose,-un-nouveau-media-pour-enqueter-sur-la-longueur,-avoir-un-impact-sur-la-societe,n5879735.php>

¹⁸ Audrey Kucinkas. « "Disclose", le média qui veut révolutionner l’investigation ». *L’Express*. 7 novembre 2018. Consulté à l’adresse : https://www.lexpress.fr/actualite/medias/disclose-le-media-qui-veut-revolutionner-l-investigation_2046931.html

II/ Mettre fin à la défiance envers les journalistes

1) La légitimité du monde journalistique en jeu : l'exigence de l'exemplarité

Pour être exempt de tout reproche, la meilleure méthode est certainement la transparence. Les journalistes et les *Disclosers*, formés en communauté, peuvent à chaque instant s'assurer du respect de la déontologie journalistique en épaulant par exemple les membres de la rédaction lors d'une enquête d'investigation, comme nous avons pu le voir dans la première partie. Être exemplaire c'est aussi couvrir une thématique avec précision : le constat de Mathias Destal et de Geoffrey Livolsi est que les thématiques sociales et environnementales sont aujourd'hui assez peu traitées dans le journalisme d'investigation aujourd'hui, qui traite en général plutôt des problématiques politico-financières, notamment la question de l'évasion et l'optimisation fiscale. Sortir des sentiers battus permet aux journalistes de ne plus utiliser les sources habituelles (issus généralement du monde judiciaire) et creuser un peu plus dans d'autres bases de données inutilisées. Il est intéressant de remarquer d'ailleurs que peu d'enquêtes journalistiques vont avoir recours à des données publiques. Il existe en effet sur internet ou au sein des différents bâtiments de l'administration française des bases de données, très importantes et très nombreuses, quasi-inutilisées alors même qu'elles peuvent révéler d'importants scandales pour peu que l'on y porte attention. Si ces documents sont peu utilisés, c'est notamment parce que le journalisme d'investigation, lui aussi, est soumis à des contraintes de temps et que les journalistes vont privilégier des sources directes comme des lanceurs d'alerte pour avoir accès à des documents préalablement analysés. *Disclose* souhaite ainsi montrer l'utilité de l'enquête d'initiative : plutôt que d'attendre le pouvoir judiciaire ou de partir à la chasse de documents exclusifs, il faut essayer de faire avec ce que l'on peut déjà avoir dans la main, en passant au peigne fin des publications qui peuvent paraître anodine.

La place des *Disclosers* est également primordial dans la mesure où le média souhaite diffuser cette logique d'investigation bien au-delà des enquêtes que produit *Disclose*. En répondant aux questionnements et aux demandes des citoyens, la rédaction s'assure de créer un lien fort avec sa communauté en renforçant la communication et en se partageant mutuellement des conseils pour avancer vers un objectif commun qui est celui du droit d'accès à l'information. *Disclose* s'est développé au moment où le mouvement des Gilets Jaunes commençait à poindre à la fin de l'année 2018. De ce fait, la rédaction a pu se questionner sur ses techniques d'enquêtes et de communication à venir, en étant confronté directement à un mouvement social qui revendiquait une méfiance envers les médias et les journalistes. En créant une symétrie entre journalistes et lecteurs et non pas un rapport

hiérarchique où un reporter détiendrait forcément la vérité qu'un citoyen devrait croire sur parole, Disclose fournit la preuve qu'il est possible de tisser un lien de confiance entre ces deux acteurs qui peuvent mutuellement s'aider et s'échanger des informations. D'ailleurs le site internet de Disclose inclut une interface sécurisée et chiffrée de bout en bout mis à disposition des internautes afin d'y déposer des documents ou des témoignages d'intérêt public. Le site garantit également la protection des données personnelles au sein d'un espace sécurisé et s'engage à ne pas vendre ou transmettre ces informations.

Cette transparence dans les relations entre les lecteurs et les journalistes amène à un devoir d'exemplarité sur la façon dont est gérée l'argent au sein du média. Les deux fondateurs se sont engagés dans cette démarche en annonçant notamment la production annuelle d'un audit externe pour s'assurer de la santé de Disclose sur le long terme. La promesse d'une structure économique novatrice basée sur le don et le mécénat exige également une définition claire et précise des règles que se fixe le média. En refusant par exemple les dons provenant de fondations d'entreprise (Total, BNP Paribas, L'Oréal ...), Disclose simplifie une partie du processus en excluant la nécessité systématique de devoir vérifier l'aspect vertueux ou non de l'entreprise fondatrice auprès d'un comité d'éthique. La publication systématique de l'identité des donateurs lorsque le montant dépasse le cap des 2000 euros évite également qu'une entreprise puisse mettre la main sur le média en y déposant de l'argent comme on achèterait des actions. Le fait d'ailleurs que les instances directrices (conseil d'administration et conseil de surveillance) soient composées de membres siégeant à titre bénévole exclut la possibilité de conflits d'intérêt. Ainsi, la réussite de Disclose dépend totalement de l'adhésion au projet qu'il présente, qui n'existe que par le soutien des internautes et plus particulièrement le soutien financier. Pour assurer une qualité à l'information produite, il est essentiel de se donner du temps. C'est en faisant le constat du manque cruel de cet ingrédient pourtant capital que Mathias Destal et Geoffrey Livolsi ont souhaité bâtir Disclose. La souplesse de la création de contenu offerte par internet permet aujourd'hui de penser davantage au fond qu'à la forme. Dans le cadre d'enquêtes d'investigation, les recherches, les interviews, l'accès à certains documents peuvent venir allonger le temps consacré à un sujet et donc venir repousser la *deadline* accordée et donc la publication finale des articles. En supprimant cette nécessité de produire du contenu comme devrait le faire un média plus classique, les journalistes peuvent ainsi étudier en profondeur des thématiques qui auraient été sans doute à peine effleurées par d'autres rédactions.

2) Les journalistes sont-ils vraiment les « nouveaux chiens de garde » ?

L'expression « nouveaux chiens de garde », que nous évoquons en introduction, inspirée d'un ouvrage de Paul Nizan, reprise par le journaliste et directeur de la rédaction du Monde Diplomatique Serge Halimi puis reprise par les journalistes Gilles Balbastre et Yannick Kergoat, vient nommer directement celles et ceux qui, au sein des médias en France, instiguent un climat délétère et participe à une marchandisation de l'information. En étudiant le baromètre réalisé chaque année par Kantar pour La Croix¹⁹, on constate une forte baisse de la crédibilité de la radio, de la presse écrite et de la télévision ces dernières années, même si la situation des deux derniers semble s'améliorer légèrement cette année. Cependant, on constate également une forte baisse de la crédibilité accordée à internet, au point de retomber au même niveau qu'en 2005. Globalement, il reste que la méfiance envers les journalistes ne cesse de grimper : ils sont, pour 68% des personnes interrogées, soumis aux pressions des partis politiques et du pouvoir et pour 61%, soumis aux pressions de l'argent. Le mouvement des gilets jaunes fût un très bon exemple d'application de ce scepticisme. Même si la majorité des personnes interrogées considèrent que les médias ont « trop parlé » des Gilets Jaunes, 47% estiment que les mobilisations sociales tout au long de l'année ont été « mal traitées » par les médias.

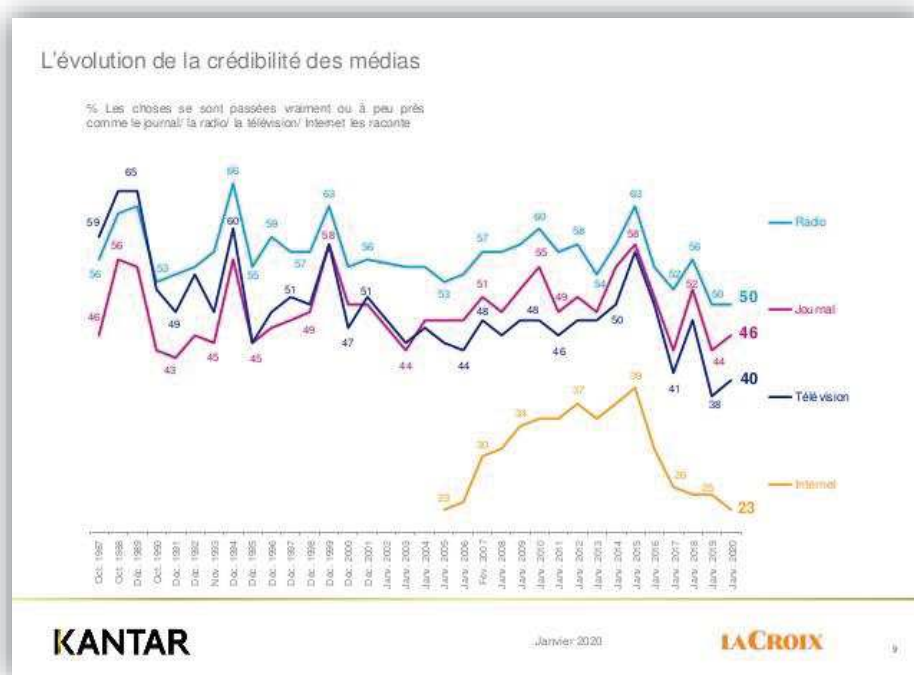


Figure 2 – Baromètre 2020 de la confiance des Français pour les médias (KANTAR pour La Croix)

¹⁹ EMMANUEL RIVIERE. « Baromètre 2020 de la confiance des Français dans les médias ». KANTAR. 15 janvier 2020. Consulté à l'adresse : <https://fr.kantar.com/m%C3%A9dias/digital/2020/barometre-2020-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media/>

Pour venir confirmer cette constatation, le dernier baromètre de la confiance politique du Cevipof estime quant à lui que 67% des français ne font pas confiance aux médias, au même niveau que les banques ou les responsables religieux²⁰. Par ailleurs, Alexis Lévrier, historien de la presse, relève un paradoxe dans cet événement politique²¹ : la télévision, et notamment les chaînes d'information en continu, sont conspuées par les gilets jaunes alors même qu'une chaîne comme BFMTV fût créée avec la volonté de rendre l'information plus accessible y compris pour les milieux populaires et a pu accorder une place considérable à cette mobilisation depuis ses débuts. Critiquée violemment, la chaîne enregistre pourtant des records d'audience depuis quelques mois.

Pour Mathias Destal, il est urgent que la profession se remette en question : « *Le bruit médiatique incessant nous a rendus sourds. Il faut du silence pour retrouver la voix de l'information* »²². Si la situation actuelle n'est pas seulement du fait des journalistes, il est essentiel, pour lui, de renouveler un contrat entre les journalistes et les Français. Les médias traditionnels font face à un déclin considérable de leurs audiences sans que les directions des rédactions soient en capacité de connaître leur avenir sur le long terme. Les habitudes de consommation de l'information ont considérablement changé et les médias habituels encore en capacité de tenir sans couler se font de plus en plus rare. Le bénéfice revient d'ailleurs souvent aux chaînes d'information en continu, au regard des enquêtes Médiamétrie, qui sont, à l'exception de quelques chaînes comme France 2 ou Arte, les seules à enregistrer une hausse de leurs audiences sur l'année qui s'est écoulée²³.

Là où la présentation de l'information n'a pas changé, la consommation a changé. Le rendez-vous du 13h ou du 20h ne sont plus les seules occasions de se tenir au courant des informations du jour. Mais si les chaînes d'information en continu ne sont pas nécessairement laissées en fond sonore dans une habitation ou dans un bar, elles le sont dans les rédactions des médias français, habituant ainsi des journalistes à un certain cadrage de l'information et créant une uniformisation des techniques d'information dans la narration, le montage, les illustrations ou les choix de séquences par les journalistes. La multiplication des canaux d'information ajoutée au culte de la vitesse donne l'impression que l'information se consomme aujourd'hui comme on consommerait du *fast-food*. Pour le directeur général de la Fondation Jean-Jaurès Gilles Finchelstain, si l'on peut se satisfaire d'une forme d'horizontalisation de l'information permettant à chacun de pouvoir s'informer grâce à différents formats taillés spécialement pour un type de consommateur, il faut s'inquiéter en revanche,

²⁰ OpinionWay pour le CEVIPOF. « Baromètre de la confiance politique – vague 11bis ». *CEVIPOF Sciences Po*. Avril 2020.

²¹ ALEXIS LEVRIER. « Gilets jaunes : « La haine des médias n'a rien d'inédit » », *Le Monde*. 12 janvier 2019.

²² DAVID-JULIEN RAHMIL. « Disclose : « Il faut arrêter de penser que les journalistes sont les seuls à pouvoir mener des enquêtes » ». *L'ADN*. 15 avril 2019. Consulté à l'adresse : <https://www.ladn.eu/media-mutants/presse-et-nouvelles-ecritures/disclose-media-investigation-nouvelle-generation/>

²³ Communiqué de presse Médiamat (mai 2020). *Médiamétrie*. 3 p.

dans une société de défiance où tout devient potentiellement crédible pourvu que cela puisse servir nos propres intérêts, de la rumeur et de l'hystérisation produites par ces flux continus d'infos surfant sur nos peurs et nos envies plutôt que de faire appel à notre intelligence²⁴. Cette crise de confiance généralisée a permis l'émergence de certaines personnalités comme Maxime Nicolle, leader du mouvement des gilets jaunes – devenu aujourd'hui « journaliste » dans le média QG lancé par la journaliste Aude Lancelin, ancienne directrice de la webtélé Le Média – ou encore Marc Rylewski qui se présente comme un « journaliste Gilets Jaunes ». Soudainement médiatisées et devenant rapidement populaires, ces militants ont pu acquérir une force de frappe et une influence très importante, même au sein des médias *mainstream*, devenant ainsi aussi crédibles que des chercheurs ou des experts auprès de l'opinion publique.

Certains changements éditoriaux, notamment au sein des chaînes d'information en continu, sont attribuables à la poussée des Gilets Jaunes dans le rapport de force médiatique²⁵. De plus en plus, BFMTV ou même RT France (Russia Today, un média proche du pouvoir russe) ont privilégié les longs directs, sans aucun montage, aux reportages classiques et ont fini par troquer les lourdes caméras contre des smartphones, offrant néanmoins une moins bonne qualité d'image. L'absence de coupures donne une impression d'immersion totale au sein, par exemple, des différentes manifestations organisées chaque samedi à Paris. Néanmoins les journalistes sur le terrain restent déçus de ce que les chaînes font de leurs images, en les associant notamment à des plateaux composés d'experts, intervenant régulièrement sur plusieurs chaînes autour de plusieurs sujets divers. Ce ne sont donc pas tant les journalistes, pour la plupart précaires et ne disposant d'aucun réel pouvoir au sein d'une rédaction, qui doivent être considérés comme les « nouveaux chiens de garde ». Le film de Yannick Kergoat et de Gilles Balbastre ne s'y trompe pas d'ailleurs, en opérant une séparation très nette entre la grande majorité des journalistes, souvent bas dans l'échelle hiérarchique d'un média, et quelques éditorialistes ou experts omniprésents dans le paysage médiatique donnant l'impression de battre la mesure de la vie politique française, aux côtés des PDG de groupes industriels et des hautes personnalités du monde politique.

3) Mettre au jour les menaces qui pèsent sur la liberté de la presse

²⁴ FREDERIC MOUNIER. « L'information en continu et ses effets ». *La Croix*. 13 février 2014. Consulté à l'adresse : <https://www.la-croix.com/Culture/Medias/L-information-en-continu-et-ses-effets-2014-02-13-1106108>

²⁵ DAVID-JULIEN RAHMIL. « Pourquoi tout le monde déteste BFM TV mais adore Brut ? ». *L'ADN*. 20 mars 2019. Consulté à l'adresse : <https://www.ladn.eu/media-mutants/defiance-medias-lives-brut-remy-buisine/>

Si les politiques et les industriels s'accrochent volontiers au « journalisme de préfecture », c'est-à-dire à une forme de journalisme qui consiste essentiellement à relayer sans aucun recul ni aucun questionnement le discours officiel porté par les institutions politiques et administratives d'un pays, il est assez évident qu'ils ont davantage de difficulté à approuver un journalisme d'investigation, qui vient régulièrement remettre en question la légitimité de l'ordre en place en dénonçant des accointances, des conflits d'intérêts ou des injustices qui proviennent du milieu politico-financier. Pour bien comprendre de ce dont on parle, on peut avoir en mémoire la démarche de la journaliste Elise Lucet qui, dans l'émission *Cash Investigation* sur France 2, débarque régulièrement dans des meetings, des rencontres ou des réunions publiques où se trouvent des personnes que la journaliste avait essayé de contacter sans succès. C'est ainsi devenu *un running-gag* de voir dans l'émission des personnalités politiques ou des hommes d'affaires bafouiller, prendre la fuite ou bien ignorer la présence de la journaliste qui pose de nombreuses fois des questions jusqu'à ce que ce dernier prenne une porte dérobée. Cette forme de mise en scène, que l'on peut remettre en question, dans la mesure où interpellé une personne dans des lieux où la thématique traitée est radicalement différente et où elle n'a pas systématiquement le temps ni les informations pour répondre peut sembler malhonnête, illustre malgré toute la frustration que connaît la profession journalistique dans le processus d'enquête. C'est une façon intéressante de présenter les rapports entre les deux mondes dont les intérêts sont, de toute évidence, divergents.

S'il n'y avait que ça, il n'y aurait pas vraiment lieu de s'inquiéter de la santé de la démocratie et de la liberté de la presse. Mais en France, depuis quelques années, s'accumulent un certain nombre d'attaques envers les journalistes qui créent une forte inquiétude, aussi bien dans les rédactions que dans les institutions transnationales. Fin avril, l'association Reporters Sans Frontières (RSF) publiait son rapport annuel sur la liberté de la presse, effectuant systématiquement un classement, en prenant pour variable le « niveau de respect » accordé aux journalistes au niveau de chaque pays. Sur les 180 pays étudiés par l'association, la France se classe, pour l'année 2020, en 34^e position, perdant ainsi deux places par rapport à l'année précédente²⁶. La raison principale, similaire aux précédentes années, reste les violences des forces de l'ordre dans le cadre de manifestations comme celles des Gilets Jaunes ou bien celles contre la réforme des retraites : la couverture de ces événements a été entravée, notamment lorsque des journalistes ont été empêché de filmer ou d'enregistrer ou lorsqu'ils ont été blessé (« *une centaine* » selon le collectif Reporters en Colère²⁷) par des policiers utilisant des LBD (lanceur de balles de défense), des coups de matraques ou bien des grenades lacrymogènes GLI-F4

²⁶ Reports Sans Frontières (2020). « *Dossier de presse : classement mondial de la liberté de la presse* ».

²⁷ COLLECTIF REC. « Reporters en colère contre la répression et la précarité ». Les Blogs de Mediapart. 25 novembre 2019. Consulté à l'adresse : <https://blogs.mediapart.fr/reporters-en-colere-collectif-rec/blog/251119/reporters-en-colere-contre-la-repression-et-la-precarite-collectif-rec>

et GM2L pour réprimer²⁸. Reporters Sans Frontières s'inquiète également du nombre croissant de cas d'intimidations judiciaires visant notamment des journalistes d'investigation.

Suite à la publication de la première enquête de Disclose en partenariat avec Mediapart, Arte Info, la cellule d'investigation de Radio France et Konbini en avril 2019, prouvant que des armes françaises étaient utilisées dans le cadre du conflit au Yémen, Mathias Destal et Geoffroy Livolsi sont convoqués, avec un autre journaliste de la cellule investigation de Radio France, par la Direction Générale de la Sécurité Intérieure (DGSI) en tant que suspects libres pour « compromission du secret de la défense nationale ». Suite à leur audition, les deux journalistes fondateurs de Disclose ont dénoncé le « *cadre procédural* » de la convocation et la « *tentative d'intimidation* » qu'elle constituait. Dans un communiqué de presse, ils s'indignent²⁹ :

« L'absence de toute référence dans la convocation de la DGSI à la publication de l'article et à la qualité de journaliste, montre bien une volonté d'exercer une pression personnelle. [...] Cette volonté a été réaffirmée au cours de l'audition, par la formulation de sept pages de questions, qui n'ont eu pour seul objectif (que de) violer les dispositions fondamentales et protectrices du droit de la presse sur le secret des sources, pierre angulaire de la liberté de la presse ».

Deux journalistes de Mediapart, Fabrice Arfi et Matthieu Suc parlent, le 24 avril 2019, d'une « *déclaration de guerre contre le journalisme et l'information libre des citoyens* »³⁰. Les trois journalistes reçoivent immédiatement le soutien de beaucoup de sociétés de journalistes et de rédacteurs³¹. Une enquête préliminaire est ouverte par le parquet de Paris suite à une plainte émanant du ministère des Armées.

Le 15 avril, Disclose révélait un extrait d'un rapport classifié « Confidentiel Défense » (premier niveau du dispositif réglementaire « secret défense » en France) de la Direction du renseignement militaire (DRM) dressant une liste exhaustive des armes françaises utilisées par l'Arabie saoudite et

²⁸ COLLECTIF « DESARMONS-LES ! » (2019). « *Les armements du maintien de l'ordre* ».

²⁹ Disclose (14 mai 2019). Lors de leur audition mardi 14 mai, qui fait suite à la publication de l'enquête « Made in France » ...[Tweet]. Consulté à l'adresse : https://twitter.com/Disclose_ngo/status/1128370579281711104?s=20

³⁰ FABRICE ARFI, MATTHIEU SUC. « *Civils tués au Yémen : le « secret défense » contre le journalisme* ». Mediapart. 24 avril 2019. Consulté à l'adresse : <https://www.mediapart.fr/journal/france/240419/civils-tues-au-yemen-le-secret-defense-contre-le-journalisme>

³¹ Texte collectif. « *Armes françaises au Yémen : solidarité avec nos confrères de « Disclose » et de Radio France* ». *Le Monde*. 25 avril 2019. Consulté à l'adresse : https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2019/04/25/armes-francaises-au-yemen-solidarite-avec-nos-confreres-de-disclose-et-de-radio-france_5454922_3236.html

les Emirats arabes unis contre des rebelles yéménites. Ce conflit, particulièrement meurtrier, a été déclenché en mars 2015 suite à une déclaration du prince héritier Mohammed Ben Salman aux côtés de 8 autres pays. Des raids aériens et maritimes sont enclenchés pour protéger le régime des conquêtes militaires des Houthis, une minorité chiite défendue par l'Iran. Ce rapport de 15 pages est transmis au président de la République Emmanuel Macron, à la ministre des Armées Florence Parly et au ministre de l'Europe et des Affaires étrangères Jean-Yves Le Drian à l'issue d'un conseil de défense, le 3 octobre 2018. Il se montre extrêmement précis sur les armes utilisées par la coalition saoudienne dans le cadre de ce conflit, dont ... des armes françaises. Disclose remarque, en recoupant avec les données publiques du Stockholm International Peace Research Institute³², que la France a notamment livré 130 canons Caesar à l'Arabie Saoudite entre 2010 et 2015. Or, dans le rapport « confidentiel défense », la DRM constate la présence de 48 de ces canons à proximité de la frontière yéménite et qu'environ 450 000 civils seraient « *sous la menace de bombes et de possibles frappes d'artillerie* ». Ces révélations ont eu des conséquences : la ministre des Armées Florence Parly a été auditionnée par la commission de la défense de l'Assemblée Nationale à la demande de plusieurs députés et une dizaine d'ONG (comprenant notamment Amnesty International et la Fédération Internationale pour les Droits Humains) se sont réunies pour réclamer l'arrêt immédiat de tout transfert d'armement français à l'Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis. Ces mêmes ONG dénoncent l'ouverture de cette enquête préliminaire, demandant l'arrêt immédiat des poursuites.

³² Les données sont accessibles via le site internet de l'institut suédois : http://armstrade.sipri.org/armstrade/page/trade_register.php



MINISTÈRE DE LA JUSTICE

COUR D'APPEL DE PARIS

Paris, le 22 Janvier 2020

PARQUET DU TRIBUNAL JUDICIAIRE DE PARIS

Le Procureur de la République

Réf cab :

(à rappeler dans chaque correspondance)

Monsieur,

Vous avez été entendu le 2 octobre 2019 comme mis en cause dans le cadre de l'enquête diligentée par la Direction générale de la sécurité intérieure (DGSI) du chef des délits "d'Appropriation d'un secret de la défense nationale" et de "divulgarion de secret de la défense nationale", commis à Paris, entre le 7 mai 2019 et le 24 mai 2019, en l'espèce une note de la Direction du renseignement militaire (DRM).

De tels faits sont prévus et réprimés par les articles 413-9, 413-11, 414-5 et 414-6 du Code Penal et les articles 47, 66 et 67 de l'Instruction gouvernementale interministérielle n°1300 sur la protection du secret de la défense nationale

La peine encourue pour cette infraction est de 5 ans d'emprisonnement et 75.000 € d'amende.

Après une étude approfondie de la procédure, il apparaît que l'infraction qui vous est reprochée est caractérisée.

Toutefois, j'ai décidé de ne pas engager de poursuites pénales à votre encontre et de classer cette procédure qui constituera cependant un antécédent judiciaire.

Aussi, je vous rappelle, par la présente, les termes de la loi en vous invitant à vous y conformer.

Je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de ma considération distinguée.



Tribunal judiciaire de Paris
Parquet du tribunal
75809 PARIS CEDEX 17
Tél : 01 44 32 81 02
Fax : 01 44 32 77 66

Figure 3- Lettre du procureur de la République du parquet de Paris adressée à Geoffrey Livolsi et Mathias Destal

Le 29 janvier 2020, neuf mois plus tard, le procureur de la République Rémy Heitz décide de ne pas engager de poursuites contre Geoffrey Livolsi et Mathias Destal mais leur notifie un rappel à la loi. Les ONG s'indignent néanmoins de ce rappel, comme Amnesty International, qui constitue « une intimidation claire à l'égard de journalistes courageux n'ayant fait que leur travail »³³. Le gouvernement restera malgré tout ferme sur ses explications en arguant que les ventes d'armes sont soumises à un contrôle strict et que les matériels français ne sont pas engagés dans des opérations offensives.

Parfois les menaces peuvent être beaucoup plus directes et venir directement de la loi. Le 30 juillet 2018, la loi relative à la protection du secret des affaires a été promulguée par le président de la République Emmanuel Macron, à la faveur d'une procédure accélérée à l'Assemblée Nationale et au Sénat. Le problème, pour beaucoup d'associations et de journalistes, vient de la définition même par

³³ Amnesty International (31 janvier 2020). « Armes françaises au Yémen : abandon des poursuites contre Disclose ». Consulté à l'adresse : https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2019/04/25/armes-francaises-au-yemen-solidarite-avec-nos-confreres-de-disclose-et-de-radio-france_5454922_3236.html

la loi de la notion de « secret des affaires », jugée bien trop large. La loi permet ainsi de faire condamner des médias ou des journalistes divulguant des informations à valeur commerciale considérées comme secrètes par les entreprises. Ce changement de législation est venu renforcer le projet de Mathias Destal et Geoffrey Livolsi, qui ont indiqué vouloir précisément « *prendre de front cette histoire de secret des affaires* »³⁴ pour montrer la capacité d'un média à se mobiliser sur la notion de défense d'une information d'intérêt général.

³⁴ Aude Carasco. « Disclose, un nouveau média d'investigation financé par les dons ». *La Croix*. 19 novembre 2018. Consulté à l'adresse : <https://www.la-croix.com/Economie/Medias/Disclose-nouveau-media-dinvestigation-finance-dons-2018-11-19-1200984003>

III/ Créer un nouveau journalisme en renouant avec les principes fondamentaux

1) La volonté de bâtir un « journalisme d'impact »

Devant l'avalanche quotidienne de mauvaises nouvelles, de rapports pessimistes sur l'avenir de la société ou de dépêches AFP annonçant toujours une aggravation de la crise actuelle comme si nous étions dans un puits sans fond, beaucoup de personnes se réclament aujourd'hui d'un journalisme qui puisse apporter les possibles clés pour mettre fin au défaitisme ambiant en creusant pour avoir accès aux remèdes nécessaires. Non seulement les médias qui offrent cette vision évitent de tomber dans un catastrophisme lapidaire mais ils sont aussi très plébiscités et voient leurs articles et reportages davantage partagés que ceux provenant d'un journalisme avec une approche classique des problèmes, qu'ils soient économiques, sociaux, écologiques ou financiers. La rédactrice et coordinatrice du Solutions Journalism Network en Europe Nina Fasciaux, lors d'une intervention au Festival de l'Info Locale à Nantes, a rappelé à quel point le journalisme pouvait conduire à une mauvaise perception de la réalité :

« La négativité conduit à un manque de confiance, car la société décrite par les médias n'est pas celle que les gens voient [...] mais lorsque l'on propose une solution, le public est plus réceptif à l'information : 52% sont plus enclins à lire plus d'articles du même journal et 60% à partager l'article ».

Il est donc question d'un journalisme qui apporte des solutions face aux problèmes que rencontre une société, un journalisme de solutions. Mais Disclose cherche à aller plus loin et se réclame d'un journalisme qui va au bout des choses : le « journalisme d'impact ». Le journalisme n'est pas là simplement pour offrir des outils, il passe directement à l'action et cherche à marquer la société en participant activement aux changements sociaux qui adviennent. Ce terme montre la volonté des journalistes de ne pas être de simples spectateurs mais des acteurs de premier plan qui vont user de leur légitimité, de leur connaissance et de leur audience pour permettre à la société d'évoluer. Les précédentes enquêtes de Disclose nous permettent de constater que ce média ne va pas s'arrêter à la publication d'articles.

La première enquête, nommée « Made in France », portant sur des preuves irréfutables, documents à l'appui, de l'utilisation d'armes françaises dans le conflit au Yémen dont nous avons parlé dans la partie précédente, va rapidement créer un vif débat dans les médias et plus généralement dans la

société française. Suite à la publication de l'enquête, cent personnalités du monde politique signent une tribune dans le journal Libération réclamant plus de transparence dans le commerce des armes³⁵. Le 7 mai 2019, devant des députés et des sénateurs, la ministre des Armées Florence Parly est auditionnée dans le cadre de la commission de la défense nationale et des forces armées, pour apporter des réponses aux problématiques soulevées par l'enquête de Disclose et plus généralement sur l'utilisation des armes françaises vendues à des puissances étrangères.³⁶

Durant le mois de mai 2019, des manifestations vont éclater avec le soutien de plusieurs associations dans les ports du Havre et de Marseille pour empêcher des accostages de cargos, et notamment le Bahri Yanbu en provenance de l'Angleterre, à destination de l'Arabie Saoudite. Le 9 juillet 2019, 19 ONG, dont Amnesty International ou la Ligue des Droits de l'Homme, envoient une lettre commune aux députés français pour les sommer de demander l'arrêt des ventes d'armes à l'Arabie Saoudite, alors même que la ministre des Armées Florence Parly est sur le point d'être auditionnée une seconde fois par l'Assemblée Nationale et le Sénat, dans le cadre du rapport au Parlement 2019 sur les exportations d'armes.

En décembre 2019, l'ONG *European Center for Constitutional and Human Rights* demande à la Cour Pénale Internationale (CPI) d'enquêter sur la responsabilité des haut-dirigeants d'entreprises et de gouvernements européens concernant l'implication des pays européens dans le fournissement d'armes à la coalition menée par l'Arabie Saoudite dans le cadre du conflit au Yémen.

La seconde enquête de Disclose paraît en septembre 2019 et concerne les ventes d'armes par la France non plus seulement au Yémen mais plus largement dans des pays où des violations des droits humains sont commises, attestées et documentées. Elle est initiée par le média néerlandais *Lighthouse Reports*, en partenariat avec Arte, Mediapart, Radio France et Bellingcat, un média d'investigation sur internet. Cette fois-ci, l'enquête ne se base pas sur des documents confidentiels, mais sur des sources ouvertes, c'est-à-dire en accès libre sur internet. Des images satellites, des communiqués de presse et des publications sur les réseaux sociaux sont utilisées pour montrer l'implication indirecte de la France dans des conflits au niveau international. Cette enquête va venir amplifier un débat déjà brûlant sur la régulation des exportations d'armes par la France, notamment tenu par des ONG internationales réclamant des encadrements strictes de la part des états.

³⁵ UN COLLECTIF DE PERSONNALITES POLITIQUES. « Mettons fin à l'implication de la France au Yémen ! ». *Libération*. 15 avril 2019. Consulté à l'adresse : https://www.liberation.fr/debats/2019/04/15/mettons-fin-a-l-implication-de-la-france-au-yemen_1721485

³⁶ Commission de la défense nationale et des forces armées. (2019). « *Audition de Mme Florence Parly, ministre des Armées, sur les opérations en cours et les exportations d'armement* ». Consulté à l'adresse : http://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/comptes-rendus/cion_def/115cion_def1819032_compte-rendu.pdf

En décembre 2019, Disclose publie sa troisième enquête, nommée « Le revers de la médaille », portant sur les violences sexuelles dans le milieu du sport. Le média va ainsi révéler que, des années 1970 à aujourd'hui, 77 affaires ont été marquées par des dysfonctionnements majeurs. La plupart des victimes, au nombre dramatique de 276, sont mineures au moment des faits. Les journalistes sont, pour cela, partis à la recherche de témoignages, de victimes et de témoins partout en France, montrant ainsi de graves manquements, tant au niveau des fédérations et des clubs qu'à l'échelle des collectivités locales, de l'Etat et de la justice. Le journal sportif L'Equipe participe à la publication de l'enquête aux côtés du média web Brut, Mediapart et le journal breton Le Télégramme. Dans le même temps, Disclose ouvre un appel à témoignage permettant à des potentiels témoins ou victimes de s'exprimer sur le sujet. Les données récoltées feront l'objet d'une série d'articles en 2020. Immédiatement après la publication, la ministre des Sports Roxana Maracineanu annonce la création d'une cellule dédiée à la lutte contre la pédocriminalité dans le sport. Cette enquête va également permettre à des fédérations d'exiger des moyens concrets pour lutter contre ce fléau et de demander l'ouverture d'une conférence nationale réunissant l'ensemble des acteurs et autorités du milieu des sports. Avec le débat médiatique et politique, des langues se délient pour dénoncer ce que beaucoup de sportifs de haut-niveau appellent eux-mêmes une omerta. Des responsables d'associations sportives et des professeurs de sport impliqués dans des affaires de violences sexuelles sur mineurs sont révoqués ou suspendus. En février 2020, la ministre des Sports annonce l'organisation d'une réunion de travail portant sur les violences sexuelles dans le sport avec un certain nombre d'acteurs et d'associations de ce milieu.

2) Assumer l'engagement sans parti pris

Revendiquer le droit à l'information et demander des comptes à certaines institutions implique de se positionner sur des sujets politiques et donc de s'engager dans un processus politique. Disclose assume ainsi totalement le fait de réclamer une place au sein du débat démocratique en apportant des éléments qui n'auraient pu être trouvés qu'avec des enquêtes minutieuses de long-terme. On pense trop souvent que les journalistes n'existent que pour rapporter des faits établis en se plaçant systématiquement dans une position « neutre » ou « objective ». En réalité aucun média ni aucun journaliste ne peut se prévaloir de ces qualificatifs. S'il est vrai qu'il faut tendre le plus possible vers un but commun qui est de donner des informations vérifiées afin d'éclairer les citoyens sans montrer d'appartenance à un camp, les journalistes restent des humains avant tout et ne peuvent en aucun cas se prétendre objectif dans les sujets qu'ils traitent. Pour citer le prix Nobel de la paix de 1984 Desmond Tutu : « *Être neutre dans une situation d'injustice, c'est choisir le côté de l'opresseur* ». À

partir du moment où un angle est choisi, il y a forcément un positionnement fait par le journaliste qui va opérer des choix, en s'intéressant davantage à un aspect d'un sujet plutôt qu'un autre. Le but du journalisme et en particulier du journalisme d'investigation, est de mettre au jour des rapports de force existant dans la société, d'explicitier le statut des dominants et des dominés et montrer en quoi ces situations sociales (mépris de classe, racisme, sexisme, abus de pouvoir ...) « font système ». Comme nous l'avons noté, les membres de la rédaction de Disclose affirment que le travail du journaliste ne s'arrête pas à partir du moment où il publie son enquête. Le statut d'ONG et d'association à but non-lucratif prend tout son sens puisque les journalistes, les avocats ou les chercheurs, également mobilisés pendant le travail d'enquêtes en étant membre du collectif, doivent continuer à se battre et participer activement à une forme de « justice sociale », en accompagnant des victimes dans des procès ou en assurant par exemple la sécurité d'un lanceur d'alertes une fois les révélations publiées. Le but n'est pas, comme d'autres médias, de fonctionner avec des éditoriaux, c'est-à-dire des papiers ou articles qui se contentent de prendre une position sans effectuer au préalable des enquêtes de terrain ou des recherches thématiques en préférant être un simple avis, propre à un journaliste ou à un expert, à un moment donné. Le désir de Disclose est de traiter des sujets qui sont plébiscités par les membres de l'association : régulièrement, le comité éditorial va demander l'avis de l'ensemble des donateurs sur les thématiques qui pourraient être traitées et va se baser sur les résultats de cette enquête pour entamer de nouvelles investigations. Aujourd'hui, la rédaction remarque qu'il existe une forte demande de la part des lecteurs et des membres pour les sujets écologiques et ceux qui ont trait à l'agro-alimentaire. Ainsi, les donateurs, à défaut de pouvoir accéder en exclusivité à l'intégralité des enquêtes menées dans la mesure où l'ensemble des travaux publiés le sont de façon gratuite, peuvent faire vivre la démocratie au sein du médias en étant force de proposition pour les enquêtes à venir. Par ailleurs, les journalistes accordent une place importante à la compréhension de leurs démarches au quotidien et prennent ainsi du temps, en plus de leurs enquêtes, pour répondre à l'ensemble des questions qui leur sont posées sur leurs moyens et leurs façons d'enquêter, les sources utilisées, leurs démarches mais également pour obtenir des conseils pour que les citoyens prennent l'habitude d'enquêter de leur côté sur des sujets plus locaux qui les concernent. Ce n'est donc pas un parti pris mais plutôt une volonté constante de refléter les attentes de la communauté et de l'ensemble des lecteurs, qui en fonction d'un contexte politique peut être amené à se questionner davantage sur un thème plutôt qu'un autre. On en revient ainsi à l'exigence de l'exemplarité que nous évoquions dans la seconde partie : Le sens du travail des journalistes de Disclose réside dans la volonté des citoyens d'apporter une pierre à l'édifice en participant activement à l'élaboration d'enquêtes, créant ainsi un lien de confiance entre la population et la rédaction du média.

3) Les médias interprétés comme un contre-pouvoir en démocratie

La « séparation des pouvoirs » (exécutif, législatif et judiciaire) est un principe fondamental des démocraties à l'échelle du globe. L'indépendance et la stricte délimitation des droits de chacun de ces trois pouvoirs sont définies par une constitution où les missions relatives à chacun d'entre eux sont explicitées ainsi qu'un ensemble de règles et des moyens de protection de ces pouvoirs. L'expression provient d'un philosophe et homme politique irlandais, Edmund Burke, qui évoque l'existence d'un « quatrième état » en faisant référence aux trois Etats dans les sociétés de l'Ancien régime. La plupart du temps, on évoque davantage la notion de « contre-pouvoir », en montrant que les moyens dont dispose la presse, l'audience ou la légitimité ne sont pas équivalents à ceux du gouvernement, du Parlement ou à celui des juges dans la République française. C'est également un contre-pouvoir dans la mesure où il sert de régulateur et va venir questionner et remettre en cause précisément les acquis de ces trois pouvoirs dont nous venons de parler.

Seulement, la remise en cause de la légitimité des médias et plus généralement la critique formulée à l'égard de ces derniers est qu'ils sont entre les mains d'un petit nombre d'acteurs, généralement des hommes d'affaires, des fonds d'investissement privés ou des sociétés cotées en bourse. Pour Geoffrey Livolsi, la défiance au sein de la population n'est pas généralisée à l'ensemble des médias, mais davantage, en regardant les baromètres de confiance, aux principaux grands médias d'actualités. Les médias d'investigation et d'enquête ont réussi à gagner avec le temps la société civile qui souhaite justement voir des articles qui questionnent notre rapport au pouvoir, aux lois ou aux différentes thématiques de société.

Au lendemain de la Seconde Guerre Mondiale, le programme du CNR (Conseil National de la Résistance) fixait comme priorité d'assurer la liberté de la presse, son honneur et son indépendance à l'égard de l'État, des puissances d'argent et des influences étrangères ». Cette ambition fût donc au cœur du projet de refondation de la République à la fin de l'occupation allemande. De ce fait, beaucoup de journaux ont cherché, à l'époque, les garanties de leur indépendance. Le Monde a ainsi construit son indépendance à l'égard « des puissances d'argent » grâce à un système de gouvernance dans lequel la société des journalistes détenait le contrôle majoritaire du journal. Hubert Beuve-Méry fondateur du journal en 1944, affichait ainsi sa volonté d'avoir « *un journal qui puisse vraiment n'avoir aucune espèce de fil à la patte* ». Aujourd'hui, force est de constater que cette spectaculaire montée des puissances d'argent au sein de la presse, écrite comme audiovisuelle, a généré un phénomène de désinhibition : les coups de canifs portés au droit à l'information, nous l'avons vu, deviennent légions, et nombreux sont les journalistes qui aujourd'hui témoignent des difficultés qu'ils rencontrent à effectuer dignement leur métier. Comme nous l'expliquions en fin de seconde partie, si

ce ne sont pas les puissances d'argent, ce sont souvent les gouvernements eux-mêmes qui vont venir limiter la liberté de la presse à travers des lois jugées liberticides (comme la loi sur le renseignement de 2015 ou la loi sur le secret des affaires de 2018) par la profession. Mais le principe reste le même au point que ces deux entités (l'Etat et les acteurs privés) finissent par donner l'impression de défendre une même vision de la société, où il n'est pas bon de trop remettre en question l'ordre établi et les différentes puissances nationales ou internationales. C'est précisément sur cet aspect que les médias doivent appuyer pour se réconcilier avec tout ou partie de la population : en s'affirmant comme une entité en capacité de peser sur la balance pour venir protéger la population des dérives des gouvernements et des entreprises lorsqu'ils ne respectent pas un certain nombre de codes moraux et de valeurs auxquels les citoyens adhèrent. Ce sont ces derniers qui détiennent cette capacité en choisissant de faire vivre des initiatives qui se veulent protectrices, novatrices et essentielles dans le jeu démocratique. À l'heure où les différents pouvoirs publics et privés montrent leurs porosités et leurs intérêts convergents, il devient urgent, pour les médias, de réaliser un important travail de remise en question pour retrouver l'essence même de la presse, qui n'est pas de « *faire plaisir, non plus que de faire du tort, [mais de] porter la plume dans la plaie* » pour citer la phrase très connue du journaliste Albert Londres, car l'effort paye : en septembre 2019, moins d'un an après sa création, Disclose remportait le Visa d'or de l'information numérique au festival international de photojournalisme Visa pour l'image, pour l'enquête « Made In France » portant sur les armes françaises dans le conflit au Yémen. L'enquête remportera également le prix du « meilleur reportage de données » lors des *Sigma Data Awards*.

Conclusion

À travers l'exemple du média Disclose, fondé il y a plus de deux ans, nous avons pu réfuter les hypothèses que nous formulions en introduction, où nous étions partis du principe que la dépendance aux capitaux privés était trop importante dans l'univers des médias pour que ces derniers possèdent le luxe de s'en passer. Disclose est un exemple probant d'une innovation éditoriale et pas seulement d'une innovation technologique. Être sur internet n'est plus une question ou un débat pour les médias actuels. La réussite de Disclose a été d'importer un concept qui portait ses fruits déjà aux Etats-Unis ou en Allemagne, à savoir compter uniquement sur les dons de particuliers ou de fondations en faisant le pari d'une totale indépendance financière pour publier des enquêtes de qualité. Cela permet également de voir que les citoyens sont preneurs de ce type d'innovation et de ce type de discours. En faisant confiance à ces derniers en les amenant non seulement à financer mais aussi à participer à l'élaboration du travail journalistique, Disclose redonne du pouvoir à ses lecteurs, qui pouvaient avoir la sensation par le passé de ne pas avoir un véritable poids sur la balance. L'apparition, depuis le début des années 2010, de nouveaux médias fondés sur des systèmes économiques originaux, en presse papier ou sur le web, canaux accessibles par tous, vient contredire notre propos de départ en montrant qu'il existe aujourd'hui des manières de faire du journalisme différemment. Cette volonté de se détacher de l'image produite d'un média possédé par une puissance financière, montre que la bataille des idées n'est pas encore perdue pour Geoffrey Livolsi et Mathias Destal. En s'affirmant comme un « laboratoire de l'investigation », Disclose expérimente divers types de formats, notamment en faisant jouer la solidarité journalistique pour s'assurer de faire de l'enquête pour l'intérêt général et non pour les intérêts de quelques acteurs privés ou de haut-fonctionnaires. Il se montre totalement transparent et donne la démonstration que son existence n'est pas du goût de tout le monde, simplement en faisant un travail qu'ils se sont engagés à faire. Si les journalistes sont attaqués, ce n'est pas parce qu'ils produisent du mauvais travail ... mais parce qu'ils produisent du travail. En se montrant rigoureux sur la déontologie et en étant exigeant envers eux-mêmes, ils parviennent à gagner de l'attention tout en discréditant les autres pouvoirs qui tentent pourtant depuis des décennies de montrer leur indifférence face à cette profession.

En utilisant internet pour lever des fonds et en se dotant d'un système associatif pour devenir à la fois une ONG et un média, Disclose assure sa solidité sur le long terme, sans pour autant toucher aux revenus des journalistes ou en ayant l'impression d'être redevable et de devoir des comptes aux personnes qui ont contribué au financement. En se montrant exemplaire, en déconstruisant le mythe des journalistes vus comme des « nouveaux chiens de garde » et en explicitant les relations tendues qu'il crée et qu'il entretient avec d'autres acteurs, Disclose montre sa volonté de faire changer la peur de camp et de marquer les esprits pour ne plus apparaître comme des vendus, des pourris ou des

spectateurs de l'actualité. D'ailleurs c'est tout l'esprit de Disclose qui est de faire émerger l'idée que les journalistes ne peuvent plus aujourd'hui se contenter de voir le monde évoluer sans rien n'y faire. Les journalistes sont des acteurs du changement et peuvent avoir un impact dans la société. Il n'est pas question de venir militer mais néanmoins de s'engager à travers des causes qui relèvent justement de cette notion d'« intérêt général ». En faisant cela, ils jouent pleinement le rôle qui leur a été attribué, celui de contre-pouvoir et de moteur de la machine démocratique.

Bibliographie

- Charron Jean-Marie et Mercier Arnaud, « Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ? », *Hermès, La Revue* 2003/1 (n° 35). 314 pages.
- Chupin Ivan, Hube Nicolas, Kaciaf Nicolas, *Histoire politique et économique des médias en France*, La Découverte, « Repères », 2009, 128 pages.
- Cagé Julia, *Sauver les médias : Capitalisme, financement participatif et démocratie*, La République des Idées, Seuil, 2015. 128 pages.
- Fottorino Eric, *La presse est un combat de rue*, L'Aube. 264 pages
- Mauduit Laurent, *Main basse sur l'information*, Don Quichotte, 441 pages.
- Miège Bernard, *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Presses Universitaires de Grenoble, « La communication en plus », 2000, 120 pages.
- Schiffrin André, *Le contrôle de la parole*, La Fabrique, 2005, 96 pages.
- Schwoebel Jean, *La presse, le pouvoir et l'argent*, Seuil, 1968, 287 pages.
- Toussaint-Desmoulin Nadine, *L'économie des médias*. Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2011, 128 pages.
- Halimi Serge, *Les nouveaux chiens de garde*, Raisons d'agir, 2005, 162 pages.
- Lancelin Aude, *La pensée en otage*, LLL, 2018, 109 pages.
- Stern Jean, *Les patrons de la presse nationale. Tous mauvais*, La Fabrique, 2012, 198 pages.

Résumé

Les médias vivent depuis plusieurs années un mal que tout le monde perçoit sans vraiment pour autant chercher à connaître la cause. Remis en cause, virés, mis au placard, insultés et mutilés, les journalistes n'ont pas à rougir du temps qu'on leur accorde pour les attaquer et les réduire au silence. En étant devenus dépendants des grandes puissances d'argent et d'un système actionnarial pleinement de son temps (le capitalisme), les journalistes sont condamnés à voir l'Histoire se répéter à l'infini tant qu'ils subsisteront. Beaucoup tentent de faire changer les choses, mais très rares sont ceux qui parviennent à devenir véritablement indépendant d'un point de vue économique et financier. Par ailleurs, on pourrait penser ces dissidents n'existent qu'à travers la constitution d'une nouvelle technologie et pas simplement en opérant des changements éditoriaux. Tentons de nous arrêter quelques instants sur une de ces initiatives : l'ONG Disclose.

Mots-clés

- Journalisme d'investigation
- Citoyenneté
- Philanthropie
- Intérêt général
- Ordre
- Liberté de la presse
- Engagement
- Impact
- Contre-pouvoir.