

R2.13 - Synthèse de l'article

Un journalisme de guerres culturelles

Killian FERRIER

Vincent Bolloré, milliardaire français, a racheté des médias et éditeurs, réduit les effectifs et les dépenses, et pousse un journalisme destiné à l'extrême droite. Toutefois, l'influence croissante des abonnés est devenue la force montante dans le paysage journalistique des années 2020. Les directions éditoriales s'excusent rapidement quand un article déplaît à leurs lecteurs, révélant l'irruption de l'influence des abonnés dans les rédactions. Les journaux locaux ont du mal à s'adapter à Internet et à la concurrence de Facebook et Google. Depuis 2004, plus de 2 100 journaux locaux ont disparu aux États-Unis. Les recettes publicitaires ont diminué et les médias sont devenus plus dépendants des abonnements des utilisateurs. Les journaux les plus puissants et les plus spécialisés réussissent à convertir leur auditoire gratuit en abonnés payants. Les fabricants de papier journal se reconvertissent pour produire du carton d'emballage pour Amazon. Ross Barkan, journaliste et militant de l'aile gauche du Parti démocrate, a noté que les abonnés décident maintenant si une publication vit ou meurt, étant donné que les recettes publicitaires ont diminué et que les médias sont devenus plus dépendants des abonnements des utilisateurs. Les lecteurs ont rarement disposé d'une influence sur la ligne éditoriale, mais ont maintenant un pouvoir nouveau qui confère une certaine indépendance aux médias. Les années 1990 et 2000 étaient marquées par une discordance entre la polarisation sociale croissante des populations et l'homogénéité relative des médias dominants. Les entreprises cherchent maintenant à capter et à retenir de multiples fractions de lectorat, vendant à présent de la division plutôt qu'une vision de la réalité supposée acceptable aux yeux d'un large éventail.