Alan RUSBRIDGER, *Breaking news. The Remaking of Journalism and Why It Matters Now*

Edinburgh, Canongate Books Ltd, 2018, 464 pages

Michael Palmer

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/21989>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.21989

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2019

Pagination : 384-385

ISBN : 9782814305632

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Michael Palmer, « Alan RUSBRIDGER, *Breaking news. The Remaking of Journalism and Why It Matters Now* », *Questions de communication* [En ligne], 36 | 2019, mis en ligne le 31 décembre 2019, consulté le 14 juin 2022. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/21989> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.21989>

Approchant de la fin de l'ouvrage, le lecteur ressent un sentiment partagé. Tout d'abord, celui d'avoir beaucoup appris sur la petite et la grande histoire de l'institutionnalisation de la communication politique en France, laquelle est loin d'être linéaire et univoque, mais repose sur des récurrences : rôle accru des sondages d'opinion, importance de l'image des candidats et de la mise en histoire des campagnes pour les élections. Il aura également pu constater du rôle, pas si important, des publicitaires aussi doués à se servir des succès politiques pour leurs propres besoins que les politiques les utilisent. Ensuite, le sentiment d'une vision univoque de la communication, allant toujours dans le sens haut-bas, ne tenant pas compte des différentes médiations institutionnelles (les médias de masse et leurs agendas) et sociales (les phénomènes de traduction). Cet oubli produit alors l'illusion, même si nombre d'auteurs affirment le contraire, que les conseillers en communication politique ont une certaine capacité à « faire les élections » et, encore plus, si on les nomme *spin doctors*. Arrive alors l'article de Nicolas Hubé (pp. 153-168) sur la communication politique en Allemagne dont l'institutionnalisation remonte au début du ^{xx}e siècle et passe par un service de presse dont le but a toujours été de légitimer l'action parlementaire plus qu'une politique ou le parti au pouvoir, excepté pour ce qui est de la période nazie. La communication politique se comprend alors comme un construit social et force est de constater que l'espace public allemand est co-construit entre journalistes et politiques jusqu'à aller à ce que des journalistes entrent un jour en politique comme c'est le cas d'une ancienne porte-parole d'Angela Merkel. Il reste alors peu de place aux *spin doctors* mais pas au *storytelling*, qu'on a peut-être trop tendance à associer.

Laurent Collet

Imisc, université de Toulon, F-83130

laurent.collet[at]univ-tln.fr

Alan RUSBRIDGER, *Breaking news. The Remaking of Journalism and Why It Matters Now*

Edinburgh, Canongate Books Ltd, 2018, 464 pages

Cet ouvrage important provient de l'ancien rédacteur en chef (1995-2015) du journal *The Guardian*, fleuron de la presse britannique, voire européenne. L'auteur renseigne amplement sur les travers de la presse britannique contemporaine. Mais plus encore, il décrit les embarras d'un dirigeant de journal de qualité, devant faire aux choix stratégiques à l'ère de Google de Facebook et d'un internet apparemment débridé.

La survie, est-ce la version papier ou la version en ligne ? Une combinaison des deux, mais laquelle ? Rusbridger raconte comment il se sentait seul responsable, quoi qu'entouré de conseils, souvent contradictoires, de proches et d'experts divers, face au choix de la stratégie à adopter. Des confrères états-uniens lui prodiguaient souvent de l'aide – les confrères européens apparaissent rarement –, tandis que certains propos d'experts américains lui faisaient froid dans le dos. Les embarras et scandales de la presse britannique (du groupe Murdoch, surtout) sont racontés par ce dirigeant d'un journal rival (du *Times*, titre de qualité, jadis du groupe Murdoch) ; Alan Rusbridger ne mâche pas ses mots face aux turpitudes de la presse Murdoch : écoutes téléphoniques de personnes en vue, voire de jeunes enfants qui vont être tués, entre autres, ne sont que les abus les pires qui aboutirent *in fine* à la suppression du son tabloïde dominical, *News of the World*. Pour le lecteur français, c'est probablement plus encore la perplexité d'un dirigeant de journal, appartenant à un groupe moins bien loti que plusieurs de ses concurrents, aux prises avec la nécessité de faire des choix stratégiques dans un environnement tellement mouvant, qui retiendra l'attention.

Alan Rusbridger s'inscrit dans la lignée de patrons rédactionnels de *The Guardian*, titre d'une mouvance centre-gauche qui – comme trois de ses prédécesseurs immédiats – restent aux commandes pendant une vingtaine d'années. Plus que son prédécesseur immédiat, il dut faire face aux choix qui s'imposaient depuis la bousculade internet. Alors l'auteur fait état de ses angoisses en sachant qu'il est le principal responsable en ligne de mire. Tout ne fut pas un lit de roses ; ayant eu à procéder à des licenciements, il ne fut pas le bienvenu lorsqu'il fut question de son éventuel retour aux commandes. Il prit des initiatives dont plusieurs portèrent des fruits : mieux créer le sentiment d'appartenance à une communauté de lecteurs, au point qu'un million d'entre eux contribuent au financement du titre ; créer et développer la version en ligne du journal – qui reste gratuit pour bien des internautes ; lancer des sites en ligne au Royaume-Uni, aux États-Unis et en Australie, au point que le site de *The Guardian* devint l'un des trois premiers sites de journal au monde.

En bref, parmi tant de discours apocalyptiques sur l'avenir de la presse, et pendant qu'Edwy Plenel célèbre le dixième anniversaire de Mediapart – site payant –, Alan Rusbridger raconte la performance de son titre, titre phare du *Guardian Media Group*, à travers le monde anglophone et qui tient à ne pas être payant, tout en recueillant des dons de ses lecteurs. Il revisite son rôle et celui du journal dans les affaires

où apparaissent les intérêts opposés de la liberté de l'information et de la sécurité de l'état à l'ère de l'Internet et des lanceurs d'alerte (« *whistleblowers* ») (dénonciateurs) : ces agents qui dévoilent les informations tenues par l'état comme sensibles : les affaires *wikileaks* et Julian Assange, celle d'Edgar Snowden mettant en ligne les dossiers de la National Security Agency, l'agence nationale de la sécurité états-unienne. On souligne souvent que bien des journaux nationaux ne peuvent guère, aujourd'hui, mener de véritables travaux d'investigation ; *The Guardian* a pu le faire grâce aux travaux d'équipes rédactionnelles de divers grands titres de par le monde. Une telle coopération serait-elle un des conséquences inattendues de la globalisation ? D'autres succès de *The Guardian* provenaient du travail d'un de ses propres journalistes d'investigation, Nick Davies – auteur par ailleurs de *Flat earth news* (2008), une enquête sur la presse britannique qu'il mena pour le compte du journal. Ce journal sous Rusbridger dévoila plusieurs scandales bien britanniques et nombreuses furent les pressions qu'éprouva l'auteur. « Aimez-vous votre pays ? » lui demanda un parlementaire l'interrogeant à propos de la publication des documents, fournis par Edward Snowden, provenant de la National Security Agency et de sa contrepartie britannique, le Government Communications Headquarters (p. 320).

Rares furent les occasions où des confrères britanniques se montrèrent solidaires : le chien (un journal) qui mord un autre chien (« *dog bites dog* », formule récurrente pour désigner les journaux qui s'entre-déchirent) est chose bien rare parmi les titres quotidiens – que le *Guardian* ait révélé les turpitudes des tabloïdes du groupe Murdoch ne lui attirait aucune sympathie, surtout pas celle des autres titres londoniens, le *Daily Mail* notamment.

Le journalisme est brisé, affirme Alan Rusbridger : comment le réinventer ? Son récit, comme toute, oscille entre la liste des pêches de bien de ses confrères – « la criminalité sans bornes qui règne dans les salles de rédaction » (p. 263) – ou des milieux politique et économiques britanniques, et les promesses et avatars de l'Internet. S'il trouve parfois du soutien auprès de confrères américains, le *New York Times*, plus souvent il se trouve tel David face à Goliath : déstabilisé par les groupes de la côte ouest des États-Unis, Facebook, Google et autres Gafa, en n'étant nullement sûr que David puisse l'emporter. L'auteur plaide pour un journalisme de mission public, d'intérêt général, mais note qu'une définition de celui-ci pose toujours problème. *Breaking news* est à la fois un livre-testament et un livre-plaidoyer. Alan Rusbridger s'est retiré sur

l'Aventin – il est doyen d'un collège d'Oxford – mais pas tout à fait : il dirige l'institut Reuters de journalisme. Le récit de cet ancien directeur de journal se distingue parmi la littérature de professionnels analysant les possibilités qu'ouvre internet : on a affaire à la fois à des choses vues et à des choses entrevues.

Michael Palmer

CIM, université Sorbonne Nouvelle-Paris 3
michael.palmer[at]sorbonne-nouvelle.fr

Bruno SALGUES, *Société 5.0. Industrie du futur, technologies, méthodes et outils*, volume 1

Londres, Iste Ed. Ltd, coll. Sciences, société et nouvelles technologies, 2018, 294 pages

L'ouvrage de Bruno Salgues a le mérite d'offrir une analyse à la fois globale et précise de la société 5.0 qui est en train de se profiler à l'échelle mondiale par le truchement des phénomènes « d'automatisation, de dématérialisation, de digitalisation, d'industrialisation, et de servicisation » (p. 19). En alliant des données empiriques et factuelles à des éléments de réflexion théoriques, ce chercheur examine les caractéristiques de ce type de société en s'intéressant plus spécifiquement aux évolutions technologiques, économico-industrielles et socio-politiques que connaissent certains pays comme le Japon, les États-Unis et la France. Le travail pour le moins considérable – d'un point de vue quantitatif et qualitatif – mené par l'auteur donne la possibilité aux chercheurs, qu'ils/elles soient novices ou spécialistes de ces questions contemporaines, de comprendre les transformations qu'induit le développement des réseaux de communication dans le mode de vie des individus et de surcroît dans le fonctionnement des systèmes d'organisation publics et privés.

L'intérêt argumentatif et démonstratif de Bruno Salgues réside dans le fait qu'il observe et identifie de manière historique à un niveau macro/micro-sociétal, les différentes possibilités et opportunités que présente l'avènement d'une société du futur, tout en circonscrivant les limites conceptuelle et pratique que recouvrent les processus mêmes d'innovation et de course à l'innovation. Bruno Salgues explore ainsi une pluralité de chantiers engagés sur le plan technologique tels que ceux relatifs à l'intelligence artificielle, aux *big data* et à l'industrie 4.0 en étudiant leurs domaines d'application : du management au marketing, de l'holocratie aux *smart cities*. L'écriture rigoureusement structurée de l'ouvrage facilite d'autant plus l'appréhension et la compréhension de cet objet complexe à saisir qu'elle est jalonnée de définitions, de schémas et de tableaux synthétiques