

Les journalistes sont-ils devenus les communicants involontaires de Donald Trump ?

Depuis son investiture le 20 janvier dernier, Donald Trump mène une véritable guerre de l'information. Il manipule, tel un marionnettiste affuté, le paysage médiatique à son avantage. Décrets signés puis bloqués par la justice, atteinte à la liberté de la presse, déclarations polémiques à répétition : chacune de ses interventions aliment le débat médiatique, souvent au détriment d'une analyse de fond.

Dans cet écosystème médiatique, peu importe que l'on parle en bien ou en mal d'un personnage public : l'essentiel est d'en parler. Et cela, Donald Trump l'a parfaitement compris. Peu importe que les journalistes démontent ses arguments ou rétablissent les faits, il en sort renforcé. Ses partisans, loin d'être rebutés par les polémiques, restent plus fidèles que jamais.

Alors, les journalistes en font-ils trop ? En tentant de déconstruire le discours trumpien à chaque déclaration, ne participent-ils pas, malgré eux, à sa stratégie de communication ? Ce phénomène soulève une question plus large : le modèle journalistique actuel est-il encore adapté à une époque où la notoriété prime sur la vérité ?

Le problème ne vient pas des journalistes en tant que tels, mais du modèle économique des institutions médiatiques. Sous pression constante, les journalistes doivent écrire vite et bien, avec un impératif : publier avant la concurrence. Mais comment produire un travail de qualité quand le temps et l'argent manquent ?

La confiance envers les journalistes s'effrite année après année, et cela n'a rien d'étonnant. Dans cette course effrénée à l'information, les médias sacrifient un élément essentiel : la vision romantique du journalisme comme contre-pouvoir, pilier de la démocratie. Faut-il vraiment voir le même article standardisé de l'AFP (Agence France-Presse) reproduit à l'identique dans tous les médias ? Ne vaudrait-il pas mieux prendre le temps d'enquêter, d'approfondir, d'aller sur le terrain ?

Faut-il écrire un article pour chacune des publications de Donald Trump sur son réseau social, Truth Social ? Informer, ce n'est pas saturer. Laisser respirer, ce n'est pas se taire.

Oui, je fais partie de celles et ceux qui pensent qu'il vaut mieux renoncer à une information qui est de toute façon déjà publiée par un concurrent, plutôt que de diffuser du vide. Le deuil journalistique ne fait-il pas partie du métier ? Si les gens se détournent de l'actualité, ce n'est pas seulement parce qu'elle est omniprésente, mais parce qu'elle finit par dire toujours la même chose.

À l'ère où les partis d'extrême droite gagnent du terrain à travers le monde, l'urgence n'est pas de parler plus, mais de parler mieux. Face aux stratégies de communication bien huilées et au buzz permanent, les médias ont un choix à faire : continuer à alimenter la machine en réagissant à chaque déclaration polémique, ou retrouver leur rôle premier, celui d'un contre-pouvoir qui éclaire plutôt que d'aveugler. L'information ne devrait pas être une course de vitesse, mais un travail de fond. Et si les journalistes ne s'autorisent plus à prendre ce temps, qui le fera ?