**

Chronique

**Titre : Le "trou noir" des médias**

Par Patrick-Yves Badillo, Professeur, UNIGE-Medi@LAB

En astronomie, un trou noir est intensément dense : il exerce une attraction extrêmement forte empêchant toute forme de matière, de lumière d'en sortir.

L'analogie avec les médias est la suivante : Google, Facebook et autres entreprises majeures de l'Internet développent des dynamiques technologiques exceptionnelles, absorbent des ressources financières considérables, polarisent de plus en plus de recettes publicitaires et finalement assèchent le financement des médias.

Les enquêtes d'opinion montrent cependant le fort intérêt des populations pour les médias. Le baromètre La Croix Kantar 2017 souligne que 64 % des Français portent encore un intérêt très grand ou assez grand aux médias. Si Internet devient un moyen de plus en plus important comme source d'information, juste derrière la télévision, les personnes sondées ne font guère confiance à Internet! 83% des sondés ont déjà repéré des rumeurs ou fausses nouvelles sur les réseaux sociaux. De plus, les principales sources de nouvelles crédibles recueillies sur Internet et les réseaux sociaux viennent principalement et indirectement des médias traditionnels!

La dynamique du trou noir est à l'œuvre: l'intérêt pour l'information et les médias reste élevé, mais les médias traditionnels les plus crédibles ont de moins en moins de financement. Les médias traditionnels résisteront-ils encore longtemps pour produire l'information de base et de qualité?

Nous sommes face à une anomalie de marché : ceux qui produisent le bien recherché et crédible sont de moins en moins rémunérés! Les débats autour de l'avenir des médias suisses doivent trouver les moyens d'analyser ce trou noir pour en faire jaillir quelque lumière, et ce au-delà de toute position partisane, qui pourrait être sans fondement analytique sur le phénomène majeur!

*1794 caractères pour le texte*