

Le mythe de la « nouvelle positive » : lettre ouverte à Randstad

Simon Tourol

« Les médias n'ont d'attention que pour les mauvaises nouvelles. Une bonne nouvelle, ce n'est pas une nouvelle. » Le propos est de Randstad Group Belgium. Le 21 décembre 2015, le leader belge de l'intérim adressait une « Lettre ouverte à la presse » pour lui reprocher, exemple à l'appui, de ne pas « traiter équitablement » les nouvelles positives et les négatives, tronquant ainsi l'image du marché du travail. Une leçon de journalisme, en somme. Pourquoi pas, dès lors que l'espace médiatique est un espace public et que le débat à son sujet ne doit évidemment pas se limiter aux seuls professionnels de la presse. Encore faut-il que la leçon soit fondée, argumentée, et qu'elle ne se réduise pas à une humeur déguisée en démonstration scientifique.

Lorsqu'en juin 2013, la société annonça par communiqué son intention de procéder à un licenciement collectif, l'écho médiatique fut immédiat et important. Le premier journaliste à réagir appela dix minutes à peine après l'envoi du communiqué, et l'annonce fut diffusée quarante-sept fois par divers médias. La semaine dernière, poursuit Randstad dans sa lettre, un communiqué annonçait cette fois que 90 % des personnes licenciées avaient retrouvé un emploi. L'info ne fut reprise

que huit fois en ligne, une fois en radio. Rien dans la presse papier ou au JT.

Conclusion du responsable des relations publiques, signataire de la missive : « La nouvelle positive a enregistré à peine 20 % de l'impact médiatique généré par l'information négative [...]. Il est donc clairement prouvé que les nouvelles négatives retiennent beaucoup plus facilement l'attention que les informations positives. » Cqfd.

Invitons d'abord le correspondant à feuilleter un journal. Il est truffé de bonnes nouvelles ! La rubrique culture parle de spectacles de qualité, d'expos et de livres remarquables. Les sports sont pleins d'athlètes qui gagnent (et l'inverse aussi, fatalement). L'économie regorge de bilans positifs, d'investissements et de patrons inspirés. Les nouvelles régionales égrènent les inaugurations, les fêtes et les exploits locaux. Les pages magazines vantent les mérites d'une nouvelle voiture, les performances d'un bidule numérique dernier cri et les charmes incomparables d'un restaurant ou d'une destination de vacances. Positif tout cela !

Et en politique, en société, en fait-divers ? Randstad a raison. On y rencontre davantage d'informations tristes, malheureuses, conflictuelles et san-

glantes. Deuxième invitation à la société d'intérim : se demander pourquoi. La presse ne procède pas en classant les nouvelles négatives — qu'elle garderait — et les autres, qu'elle rejetterait. Elle retient les nouvelles tout court. Et une nouvelle, dans l'actualité chaude de l'info générale, est ce qui déroge à la normalité. Les écoles américaines de journalisme le répètent depuis toujours : un chien qui mord un homme, ce n'est pas une info. Mais l'homme qui mord un chien, voilà une rupture de la norme... Le prisonnier qui s'évade, le train qui déraille, l'entreprise qui fait faillite, le parti qui s'effondre sont autant d'accidents sur un parcours où l'inverse se passe — ou devrait se passer — en temps normal. La presse n'a pas vocation à peindre chaque jour le monde en rose. Sa priorité va aux blessures du monde, pour les dénoncer, pour amener les responsables à les cicatriser, pour en comprendre les causes et en éviter les répétitions. Notez, cher correspondant, que la rupture est parfois positive. Votre média préféré ne vous parle pas chaque semaine des gagnants du Lotto. Mais qu'un joueur de la loterie européenne empoche 60 millions d'euros, et vous en aurez des nouvelles. Pareil pour une première opération chirurgicale réussie dans tel domaine, pour un tour du monde par énergie solaire ou un ouvrage d'art d'une ampleur jamais tentée.

Mais revenons à vous. Votre société est un très gros employeur. L'emploi, c'est votre normalité. En 2013, vous en avez annoncé une rupture, attirant naturellement l'attention médiatique. Comprenez-vous à présent que cette attention n'ait pas la même vigueur lorsqu'il s'agit de constater ce qui est encore, heureusement, le sort d'une majorité de travailleurs : ils travaillent.

Il n'y a pas, pour la presse, à « traiter équitablement » les bonnes et les mauvaises nouvelles. Sur quel fondement reposerait pareil principe ? Mais vous savez que les journalistes ne sont pas insensibles pour autant aux bonnes nouvelles vous concernant. On lisait ainsi fin octobre dans la presse que « Randstad poursuit sa lancée, le bénéfice net bondit de 35 % »...

