

Vacances médiatiques

Il m'aura suffi de trois jours, passés à seulement trois heures d'avion de Paris. Trois jours sans ouvrir un journal, regarder le 20 heures ou écouter la moindre radio. Tout juste ai-je consulté mes e-mails, seule drogue dure dont j'ai désormais du mal à me passer. Trois petites journées de « vacances médiatiques » mille fois plus efficaces pour le moral que le meilleur des antidépresseurs. Un sevrage salutaire qui m'a permis de rentrer un peu plus léger qu'à mon départ. Le temps d'une parenthèse, le poids chaque jour plus pesant de l'actualité s'est miraculeusement effacé, pour laisser place à la vie comme je l'aime : heureuse, généreuse, excitante, optimiste, faite de rencontres inattendues.

Tout cela dans un pays lui aussi atteint par la récession, mais où aucun dirigeant n'a jamais été séquestré par des salariés en colère. Une culture où aucune manifestation quotidienne dans les rues ne remplace jamais la volonté de s'en sortir en se retroussant les manches et en travaillant dur. Sur un continent dont les habitants, au niveau de vie pourtant très inférieur au nôtre, manifestent une gentillesse et réservent une qualité d'accueil à faire rêver ceux qui tentent de rendre les Français souriants. Un endroit où la chaleur et la sincérité des rapports humains me fait vite oublier les Bernard Madoff, plans de stock-options indignes, rémunérations indécentes, licenciements préventifs, effondrements des places boursières, faillites en cascade et autres catastrophes annoncées. En rallumant ma télé et en feuilletant la presse qui m'attend sur mon bureau à mon retour, je ne peux m'empêcher de m'interroger sur la responsabilité



PHOTO : DAHMINE POUR L'ENTREPRISE

PHILIPPE BLOCH
Fondateur de Columbus
Café et auteur
de *Bienheureux les fêlés...
tout le monde peut
créer son entreprise*
(Robert Laffont)
www.bookeetown.com

**Valorisons
ceux qui
créent, osent,
risquent, innovent
et déplacent des
montagnes...**

que portent les médias dans la baisse du moral des Français et leur manque dramatique de confiance en l'avenir. Ne suis-je pas moi-même parfois attaqué sur ce terrain, au prétexte qu'animant une émission sur BFM Radio ou rédigeant une chronique dans ce magazine, je participe à ce terrible complot universel ? Nul doute qu'après la chasse aux banquiers qui a ouvert le bal, puis

celle aux « grands patrons » (je déteste cette expression, tant elle suppose qu'il y en ait de « petits ») qui bat son plein, la chasse aux médias ne devrait pas tarder à démarrer. A de trop rares exceptions, ne prennent-ils pas un malin plaisir à n'entendre que les arbres qui tombent, plutôt que d'écouter la forêt qui pousse ? A ne présenter que la face noire de chaque événement, au prétexte que seuls le sang et les larmes font grimper les ventes ? Sans doute cette vision correspond-elle à une réalité,

mais les choses ne sont pas si simples. Comment en effet ne pas rendre compte des événements dramatiques qui provoquent chaque jour depuis bientôt un an de terribles

effets dominos à travers la planète ? En vertu de quel principe devraient-ils faire l'impasse sur telle explosion du chômage, telle défaillance d'entreprise ou telle exaction commise par ceux qui s'enrichissent honteusement ? Soyons honnêtes. Nous le leur reprocherions immédiatement. Mais pourquoi ne pas consacrer plus de place à ce qui marche bien, et aux bénéfiques à venir du monde tout neuf qui se prépare ? Pourquoi ne pas réduire la part consacrée au traitement de l'information anxieuse et s'efforcer de valoriser ceux qui créent, osent, risquent, innovent et déplacent des montagnes ? Chaque soir à New York, Brian Williams termine son JT sur NBC par la découverte d'un Américain qui réussit et entreprend malgré la crise. Chaque soir, le courage et l'énergie dont font preuve ces « héros », ordinaires mais emblématiques, me réconcilient avec la vie. Il est urgent de s'en inspirer pour nous réconcilier avec les médias. ■