

Yannick Estienne (2007)

Le journalisme après Internet

Paris, L'Harmattan, 314 p.

Internet a modifié la scène médiatique mais reste peu étudié du point de vue des modifications de structures et de ses effets sur la pratique. L'essentiel de la littérature oscille entre prophétisme et apocalypse. Yannick Estienne, dans cet ouvrage issu de sa thèse soutenue en 2006, s'oppose dès les premières pages au « *message que véhiculent [les] discours techno-eschatologiques [discours sur l'homme et le monde organisé par ces technologies] : Internet sonne le glas du journalisme traditionnel et annonce la fin de l'histoire de la presse* » (p. 13). Lui, à l'inverse, postule « *qu'Internet met le journalisme à l'épreuve. Dans cette perspective, Internet peut être considéré comme le laboratoire des métamorphoses du journalisme* » (p. 18) ; perspective qui rassure son préfacier dont la première réaction, comme la nôtre à la réception de cet ouvrage, était : « *Encore un livre sur Internet !* » (p. 5). L'ouvrage que nous donne à lire Yannick Estienne est un réel travail de sociologie du journalisme et de la profession.

Le premier apport de cet ouvrage est historique. Salutairement, l'auteur s'encombre assez peu de savoir si une nouvelle ère s'ouvre et une autre se ferme, ou si les « vieux » médias vont mourir face aux « nouveaux » médias... nouveauté qui dure maintenant depuis près de 20 ans ! Si on a largement démontré qu'Internet s'inscrit dans une transformation plus longue des pratiques journalistiques vers un « *journalisme de communication* » au sens de Jean Charron et Jean de Bonville, Yannick Estienne ne s'arrête pas à ce constat mais nous montre comment Internet a concrètement (et non techniquement) contribué à ces modifications.

En effet, il ne suffit pas de rappeler que la puissance des logarithmes des logiciels démultiplie l'efficacité d'une information à la carte, adaptée au profil de l'internaute (voir Jean-François Fogel et Bruno Patino, *Une presse sans Gutenberg*, 2005). Les deux premiers chapitres d'Estienne rappellent que la pratique est plus ancienne. En France, c'est par le minitel que l'économie du journalisme de communication se met en place. Par ce retour sur l'histoire des pratiques, l'auteur nous montre comment « les vieux » médias sont les acteurs premiers de ces « nouveaux médias ». Les quotidiens cherchant à diversifier leurs ressources ont, dès le milieu des années 1980, créés des portails payants à partir desquels ils vendaient de l'information comme des services avant d'investir le Web dès 1995. Cette « préhistoire » de l'Internet est particulièrement éclairante sur les hésitations qui ont animé les rédactions et dont elles ne sont pas totalement sorties : la question de la gratuité de leurs produits.

Après ce retour historique sur l'économie du Net, le deuxième apport de l'ouvrage est de nous montrer comment pour les rédactions, « la gratuité remet en cause l'économie symbolique et l'économie réelle de la presse » (p. 87), l'acceptation de la valeur spécifique d'une information produite par un professionnel et, par là, la reconnaissance de ce professionnel. Les transformations du système produites par l'Internet ne sont pas le multimédia, ni la gratuité, ni même la sectorisation des sites pour un marché particulier de lecteurs/consommateurs. Nous ne restons là que dans des formes de l'économie classique des médias. Mais le changement majeur est le flou des contenus. Yannick Estienne nous montre comment les journalistes sont « convertis » au *marketing*. Il montre pour le Web ce que plusieurs travaux ont pu constater pour la presse écrite ou la télévision : la prégnance et la domination d'un référentiel *marketing* dans les structures rédactionnelles comme dans *l'ethos* des journalistes.

Enfin, et c'est le troisième apport de son travail, au flou des contenus correspond un flou des frontières professionnelles. Par un travail riche effectué par entretiens, l'auteur interroge les employés des entreprises Web sur leurs représentations professionnelles. Il montre, d'abord, que ces acteurs, souvent jeunes, passionnés et précaires, sont pris dans le discours mythologique de la modernité et de l'avant-garde de la révolution technologique, favorisant leur auto-exploitation. Il les qualifie de « *journalistes dominés* », dans le quatrième chapitre de son livre qu'il leur consacre. Ils le sont d'autant plus qu'ils sont à la frontière. Ils se définissent indifféremment journalistes ou rédacteurs ; certains ont la carte de presse, d'autres pas. Pour ce faire, il n'en reste pas au niveau des seules représentations de ces acteurs. Il interroge directement les « gardiens » de cette frontière : la commission de la carte. Il rappelle alors, qu'en France – comme Florence Le Cam a pu le montrer pour les États-Unis¹ – cette dernière s'est refusée à donner une définition du « bon » ou du « mauvais » journalisme Web, mais a tranché en fonction du statut et de la propriété de l'entreprise employant le rédacteur. Aujourd'hui, plus que jamais, Internet interroge ce « professionnalisme du flou² » .

On regrettera toutefois à l'issue de la lecture de rester sur notre faim. À force d'insister sur la labilité des frontières, on ne sait plus de quoi parle l'auteur. Il ne s'agit sans doute pas de trancher la question théologique de la différence entre information et communication, entre journalisme et *marketing*, mais on a parfois le sentiment de ne plus savoir de qui parle l'auteur. On aurait apprécié quelques statistiques sur les trajectoires et les parcours pour les objectiver un peu plus que

par les seuls entretiens, sur les types d'entreprises et leur financement, etc. Mais à l'impossible nul n'est tenu, et ce sont là des points bien mineurs par rapport à l'intérêt qu'a pu éveiller cet ouvrage ■

Nicolas HUBÉ

Maître de conférences

CRPS- Université Paris I Panthéon-Sorbonne

nicolas.hube@univ-paris1.fr

Notes

1. Florence Le Cam (2006), « États-Unis : les weblogs d'actualité ravivent la question de l'identité journalistique », *Réseaux*, n°138.
2. Denis Ruellan (2007), *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, Grenoble, PUG, (1^{ère} éd. 1993).

