

au public une information juste, impartiale et transparente. Entre cet impératif déontologique et les éventuels conflits d'intérêt (la nécessité de produire des résultats financièrement bons pour les actionnaires), le manager est souvent amené à faire des choix difficiles. Ce qui fait dire à l'auteur que « sur le manager des médias pèse un rôle d'arbitre entre le projet économique et le projet éditorial » (p. 61). En effet, entre les objectifs de rentabilité et les choix rédactionnels, la séparation qui est un principe déontologique cardinal est souvent floue. Dans leur activité de collecte, de traitement et de diffusion de l'information, les journalistes doivent être totalement indépendants de la direction de l'entreprise. C'est un facteur de crédibilité et de transparence qui doit caractériser tout média d'information face au public. Cela étant, « le succès économique d'une publication, l'efficacité d'une organisation médiatique passent aussi par la responsabilité sociale, la liberté et la crédibilité de ses acteurs » (p. 63). C'est pourquoi Ghislain Deslandes énonce quelques éléments de culture indispensables que le manager doit posséder, tels la gestion de l'innovation, la connaissance du monde des médias et la formation technique, le souci du public et la culture du *lobbying*. Ces éléments sont utiles au patron d'entreprise de presse dans sa pratique du management et du *leadership*.

L'essor du management des médias comme discipline, mais aussi comme pratique professionnelle, fait l'objet du dernier chapitre : « Une discipline en mouvement » (pp. 89-111). Il est notamment question des challenges et des enjeux que les technologies numériques génèrent dans l'univers médiatique. Dans ce contexte, « la convergence des médias, le développement de nouveaux modèles économiques et des activités en ligne, et la globalisation des industries médiatiques » (p. 89) sont des défis que les managers s'acharment à relever par des choix stratégiques qui doivent combiner originalité, performance et diversité. Le développement de la pratique de management des médias n'est pas assez suivi de travaux de recherche en France, contrairement aux États-Unis où un grand intérêt scientifique y est porté depuis plusieurs décennies. Selon l'auteur, s'il existe de nombreux travaux sur les méthodes et les principes du journalisme ainsi que sur l'économie et la sociologie des médias, il n'en est pas de même s'agissant du management stratégique des médias. Facteurs politiques,

historiques et problèmes méthodologiques en sont les raisons. Mais l'émergence, en Europe et dans le monde, d'une communauté scientifique autour du management des médias pourrait signifier un début de reconnaissance de la discipline.

Le management des médias est donc un ouvrage qui retrace l'impact de la globalisation et des technologies numériques sur la gestion et le fonctionnement des médias dans le monde, ainsi que sur les problèmes qui en résultent. Des médias qui, pour la plupart, s'inscrivent dans des conglomérats industriels ou financiers. Mais la réflexion de l'auteur porte essentiellement sur les médias du Nord, laissant dans l'ombre la situation dans les pays en développement. Pour cause de fracture numérique et de déficit démocratique, les médias y connaissent un mode de gestion et de fonctionnement souvent radicalement différents. Une comparaison aurait été utile et aurait donné un éclairage plus complet sur la nature et l'essor du management des médias dans le monde actuel.

Sékouna Kéïta

CREM, université Paul Verlaine-Metz
sekounak@yahoo.fr

Yannick ESTIENNE, *Le journalisme après Internet.*

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Communication et civilisation, 2008, 312 p.

C'est d'une manière quasi clinique que l'ouvrage de Yannick Estienne inventorie le domaine du journalisme web en France. Il ouvre la voie par les métiers « hors média » de l'information en ligne : éditeur, agencier, agrégateur ou encore entrepreneur. L'auteur s'intéresse également à la problématique des métiers de l'information et du journalisme web, dont les frontières sont encore plus floues que celles du journalisme en général. Face à l'hybridation des profils de journalistes web, la spécialité peine à se professionnaliser. Mais cette professionnalisation du journalisme web, aussi compliquée soit-elle, est-elle pour autant impossible ? Pour Yannick Estienne, cela ne fait aucun doute : la spécialité n'aurait pas encore été « saisie collectivement » par ceux qui la constituent. Il n'y a pas eu en amont le travail politique nécessaire à la mobilisation de la spécialité en tant que groupe professionnel, et ses membres s'identifient dès lors davantage globalement à la profession journalistique, et à leur entreprise de presse en particulier.

Ce constat est le fruit d'une thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, soutenue à l'université Stendhal-Grenoble 3 en 2006, au cours de laquelle Yannick Estienne, chercheur associé au Centre de recherches sur l'action politique en Europe de l'université Rennes 1, s'est attelé à interviewer une centaine d'acteurs, noyau dur du microcosme social du journalisme web français. Les réponses de ceux-ci dénoncent souvent un certain désenchantement par rapport à leur profession, et parfois, des entorses à la déontologie. Telle est par exemple l'intervention d'un ex-journaliste web parisien qui avoue que, hormis pour le JT en ligne, il recevait des commandes de gros clients sur l'internet. « Il fallait orienter notre article d'une façon précise, suivant ce qu'ils voulaient, toujours rester positif » relate-t-il. Un autre professionnel constate avec effroi ce que veut dire journalisme de desk quand il déplore : « On est vissés à nos bureaux comme on ne l'a jamais été ». Quant au récit de la journée type d'une journaliste web du *Progrès*, il dévoile la réalité des pratiques. Entre copié-collé des articles de la veille, classement dans les rubriques *ad hoc* et veille de la mise en ligne automatique, la journaliste n'a même pas le temps de lire les articles qu'elle traite.

Anonymes qui travaillent dans l'ombre sans jamais signer leurs articles virtuels, les acteurs du journalisme *online* sont condamnés à une « double offense » : frustrés de ne pouvoir s'adonner à une écriture stylisée et créative, ils sont en outre forcés de mettre en ligne les articles de la prestigieuse rédaction papier, de valoriser les productions des autres. Professionnellement, ils n'existent que comme « auxiliaires de la machine » qui les emploie. Nous nous retrouvons donc face à un parent pauvre du journalisme, méprisé par ses pairs et accusé de vouloir « cannibaliser » son prédécesseur papier. De plus, d'après la définition de Julien Duval (*Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France*, Paris, Éd. Le Seuil, 2004, pp. 330-331) du capital journalistique, force est de constater que les journalistes web en sont peu revêtus. « Peu nombreux, invisibles et inconnus du public, ces derniers disposent de très peu de pouvoir [...] et effectuent un travail sinon ingrat, du moins peu valorisant » (p. 139) ; un constat qui fait dire à Yannick Estienne que le journalisme web est « dominé ». Il est tout en bas dans la hiérarchie professionnelle.

Et pour alourdir encore le constat, l'auteur remarque que le métier, en proie à la multiplication des blogs, se voit banaliser. L'indifférenciation ne cesse de croître entre les journalismes professionnels et non-professionnels. Dans ce cas, le journaliste n'est plus que l'ombre de sa grandeur passée, celle de l'époque où il était l'un des seuls privilégiés à avoir accès aux sources, à pouvoir donner de la voix : « Les journalistes craignent par conséquent de perdre leur identité, leur légitimité et leur magistère » (p. 187). Malgré cette crise de légitimité du journalisme web, Yannick Estienne rappelle, dans son histoire récente de la presse en ligne, qu'elle n'est encore que le nouveau-né de l'information. Perçue à ses débuts comme « un jeu sans véritable enjeu », elle a beaucoup évolué. Son Minitel de prédécesseur fait déjà figure d'ancêtre. Au début des années 80, l'introduction de la presse électronique a estompé les frontières entre les différents métiers journalistiques, de la rédaction à la fabrication. Avec l'introduction de la PAO (programmation assistée par ordinateur), le journaliste voit ses compétences se diversifier, et sa charge de travail croître. Et quand l'internet débarque, malgré les réticences, il faut adapter ses pratiques. La révolution web est entamée. Son idylle sera de courte durée. Dès 2001, une crise vient brutalement briser les ambitions des sites de presse et des *start-up*, trois ans à peine après le début de leur envolée. Entre-temps, l'information en ligne est pourtant devenue incontournable. Autant que les études qui en traitent.

Comme l'indique Érik Neveu, professeur à l'Institut d'études politiques de Rennes, dans sa préface de l'ouvrage, de nombreux constats de Yannick Estienne rencontrent ceux des chercheurs de l'université Laval à Québec : la prolifération des *soft news* et des *infos-service*, la difficulté croissante à différencier journalisme, information recyclée et communication, le succès d'un journalisme citoyen et le remodelage du journalisme pour le faire entrer dans le moule des logiques commerciales. Ce dernier point fait l'objet du sixième chapitre de l'ouvrage de Yannick Estienne qui considère le journalisme web comme soumis aux logiques de marketing. Il démontre notamment que les techniques de mesure d'audience n'ont jamais été aussi fines que sur le web. Elles répondent donc parfaitement aux logiques de marketing puisque elles pourraient orienter les choix éditoriaux. Le risque est dès lors éthique : le meilleur article est-il forcément celui qui récolte un maximum de

clics ? On constate en tout cas la recrudescence des *soft news*, des infos pratiques et des modules vidéo, photo et audio.

Dans ces perspectives peu encourageantes, on ne peut que s'inquiéter de l'avenir de la spécialité. Et c'est sans doute cette incertitude qui donne lieu aux thèses les plus intéressantes de Yannick Estienne qui s'interroge, dans la dernière partie de son livre au sujet de la nouvelle culture du métier. S'il voit le journalisme participatif comme une ruse pour fidéliser le lecteur, il le compare aussi au management, qui dès les années 70 a favorisé la créativité et la capacité d'initiative des employés pour en augmenter la productivité. De la même manière, le journalisme web exploite aujourd'hui le potentiel productif de ses lecteurs par la « servuction », en les mettant littéralement au travail dans les forums, blogs et autres espaces circonscrits. Alors oui, l'information web est encore largement gratuite, mais l'internaute-consommateur participe à la production de l'information, et à sa diffusion, en s'équipant de matériel informatique et web. Ce nouveau type de client de l'information s'insère dans une ère nouvelle, celle des médias personnalisés, selon la logique de la demande. Si l'on a critiqué la faiblesse d'une certaine culture de masse, on peut se demander ce qu'il adviendra de son appauvrissement aux champs d'intérêts d'un individu. Mais le journalisme web n'est pas le seul à bénéficier de ces constats. Il est comme un miroir des tendances, un « laboratoire » pour le renouvellement des pratiques et représentations journalistiques. Il ne fait qu'accélérer un processus de transformation du journalisme, déjà amorcé par ailleurs.

Amandine Degand

ARC-ORM, université catholique de Louvain
amandine.degand@uclouvain.be

Abdelkrim HIZAOU, *Addalil attadribi hawla houqouq al insan lil il'amiyyine. [Guide pratique sur les droits de l'homme pour les professionnels des médias].*

Tunis, Institut arabe des droits de l'homme, 2006, 141 p.

La bibliographie arabe s'est enrichie d'une publication destinée à promouvoir la culture des droits de l'homme chez les journalistes et les professionnels des médias : il s'agit d'un ouvrage intitulé *Guide pratique sur les droits de*

l'homme pour les professionnels des médias, édité par l'Institut arabe des droits de l'homme (IADH) et rédigé par Abdelkrim Hizaoui, Professeur à l'Institut de presse et des sciences de l'information de Tunis. Publié en langue arabe, le livre part du postulat que la prise de conscience de l'intérêt de ces droits n'est pas chose innée, elle s'acquiert au prix d'un travail de longue haleine, impliquant aussi bien les médias que l'école et les institutions religieuses. Pour l'auteur, il serait également contre nature de laisser les médias devenir un obstacle à leur plein exercice, de la même façon qu'il serait anormal que les journalistes s'érigent en témoins à charge contre les victimes, ou en détracteurs des défenseurs de la liberté d'expression et des droits de l'homme.

L'ouvrage se compose de quatre parties parfaitement enchaînées. L'auteur part des « normes internationales en matière de libertés de l'information », traite la question des « journalistes et les droits de l'homme » pour aborder ensuite la problématique du « traitement médiatique des questions liées aux droits de l'homme », avant de finir avec les « sources d'information en matière des droits de l'homme ». Le premier chapitre aborde les normes internationales élaborées par l'Organisation des Nations Unies (ONU). Mêlant à la fois recueil, analyse et mise en perspective des textes fondamentaux, Abdelkrim Hizaoui remonte à la Résolution 59/1 de la première assemblée générale des Nations Unies, en décembre 1946, qui a institué le droit à la liberté d'expression et d'opinion en stipulant que « La liberté d'expression est un droit fondamental et la pierre angulaire de toutes les libertés ». Il s'intéresse ensuite à la liberté de l'information évoquée dans la Déclaration universelle des droits de l'homme du 10 décembre 1948, dont découle, à ses yeux, les fondements de ce nouveau droit humain, le droit à l'information.

Sont ensuite exposées les normes internationales définies par les textes élaborés par l'ONU. Hormis la convention sur le droit international de rectification, désormais totalement désuète, les Nations Unies n'ont pu faire aboutir aucune convention dédiée spécifiquement à la liberté de l'information. L'auteur se réfère ensuite au Pacte international relatif aux droits civils et politiques adopté le 16 décembre 1966, qui élève les droits proclamés dans la Déclaration de 1948 à la dignité des règles juridiques à caractère contraignant. Cependant, il relève