

# Réponses de la presse papier face à l'explosion d'Internet

Résumé de la conférence de Jean-Marie Charon<sup>1</sup> donnée le 5 octobre 2006 à l'auditoire de la Maison de la Communication de Lausanne.

Grand observateur de la presse depuis trente ans, Jean-Marie Charon n'oppose pas la presse quotidienne à l'Internet ou aux gratuits. Le problème du déclin de la première touche bien plus à l'évolution générale des médias qu'à l'apparition de ces deux nouveaux concurrents.

Remarque préliminaire : ce ne sont pas les acteurs d'une ancienne génération de médias qui "font" la nouvelle. Les tenants de l'écrit n'ont pas "fait" la radio, pas plus que les gens de radio n'ont eu une place réelle dans le monde de la télévision. Dès lors, on peut douter que l'écrit invente le média en ligne.

Par ailleurs, en matière de technologie de la communication, il est impossible de prédire l'utilisation finale d'une invention. La radio a été conçue pour permettre à deux individus de communiquer, le téléphone pour retransmettre des oeuvres musicales, et personne n'aurait pensé que le téléphone portable servirait autant à écrire.

Le paysage médiatique actuel est marqué par la rapidité du traitement de l'information, le renouvellement permanent des médias (chaînes câblées, magazines, blogs naissant tous les jours), et le lien de tout succès avec le marketing et le ciblage du public. Or, la presse écrite quotidienne semble incapable d'assumer ces nouveaux dogmes appliqués par les TV, les radios, les hebdomadaires et le Web. Elle reste généraliste, portée par un idéal d'exhaustivité, se renouvelle peu, et se refuse à une démarche réellement commerciale.

Alors que Web et "gratuits" connaissent un essor nouveau, que reste-t-il à la presse quotidienne? Le sociologue ne croit plus à la capacité du Web de sauver la presse. Il ne peut être qu'un complément, valorisant, mais rien de plus. Les quotidiens qui survivront sauront réinventer le modèle même du quotidien. A savoir, redéfinir leur raison d'être, leurs cibles et leurs contenus, afin de retrouver un public, non virtuel celui-là.

XDS

---

<sup>1</sup> Sociologue au Centre d'études des mouvements sociaux de l'École des hautes études en sciences sociales de Paris. Il a notamment publié « La presse en France de 1945 à nos jours » (Seuil 1991), « Les médias en France » (La Découverte 2003), « La presse quotidienne » (La Découverte, 2005). Il a également contribué à des ouvrages collectifs, dont « Les journalistes ont-ils encore du pouvoir? » (CNRS Editions 2003) et « Armes de communication massive : information de guerre en Irak, 1991 2003 » (CNRS Editions 2004).