

Dérouler le fil des liens hypertextes :

Les controverses au service de l'imaginaire journalistique

Résumé :

Le lien hypertexte est une « technologie de l'esprit » encore peu stabilisée dans les pratiques du journalisme en ligne. Cet article retrace, dans une perspective sociohistorique, les discours métajournalistiques au sujet des liens hypertextes produits par les milieux anglo-saxons experts du journalisme en ligne. En explorant l'imaginaire technique et ses discours d'accompagnement, en déroulant le fil des controverses, il met en évidence que le lien est loin d'être un objet technique univoque : il interroge les processus de production journalistique, la place du journaliste et la construction de son autorité, la position des médias dans des systèmes concurrentiels, et les représentations du public. L'imaginaire journalistique, alimenté par les controverses, travaille l'autonomie journalistique qui, traversée par les mondes environnants, puise dans ceux-ci et se les réapproprie.

Mots-clés : Journalisme en ligne, lien hypertexte, imaginaire, discours d'accompagnement, controverse

« Technologie intellectuelle » (Clément, 2007), le lien hypertexte est un des éléments qui caractérisent l'information en ligne et la distinguent de ses équivalents hors ligne. Pourquoi ajouter des liens hypertextes à des contenus journalistiques ? Comment les intégrer ? Quels effets peuvent-ils avoir, quelles fonctions remplissent-ils ? L'émergence de nouvelles formes « technologiquement spécifiques » suscitent inévitablement chez les journalistes des réflexions qui ne se limitent pas aux aspects techniques ou pratiques, mais interrogent la nature de leur travail (Powers, 2012, p. 25). De telles questions traversent les discours métajournalistiques (ceux que les journalistes portent sur leur propre pratique) qui accompagnent, depuis le début des années 1990, l'apparition et la banalisation du journalisme en ligne.

Cet article saisit comment les milieux du journalisme en ligne anglo-saxon s'approprient l'innovation technique qu'est le lien hypertexte, en retraçant, dans une perspective sociohistorique, les enjeux et les tensions qui traversent les discours métajournalistiques à ce sujet.

L'imaginaire journalistique

Patrice Flichy (1995) propose un cadre pour l'étude des innovations techniques qui passe notamment par l'examen des discours d'accompagnement de celles-ci. Les discours d'accompagnement participent, selon Flichy, à la construction d'un imaginaire social des techniques. Cet imaginaire ne constitue pas simplement un programme à réaliser (dont on pourra mesurer le degré de réalisation effective dans les usages) ou un « filtre à travers lequel l'objet est appréhendé et utilisé » (Breton, 2002, p. 4), mais surtout une ressource que les acteurs peuvent mobiliser pour construire un cadre de référence (Flichy, 1995, p. 169). Ou, pour le formuler autrement :

« S'intéresser au discours, ce n'est pas, comme trop souvent on le fait en matière morale, l'opposer à l'usage. Au contraire, c'est tenter de comprendre comment la représentation construit la pratique (et vice-versa), comment celle-ci existe non seulement dans des institutions et des actions, mais aussi par l'idée que l'on se fait des choses, et que l'on fait exister par les mots échangés » (Ruellan, 2011, p. 14).

Le lien hypertexte s'envisage dès lors comme une innovation technique pour le journalisme, qu'on saisira ici via l'étude des discours d'accompagnement. « Tous ces discours participent à l'élaboration d'un imaginaire social. Celui-ci est l'une des composantes fondamentales du cadre d'usage d'une nouvelle technique. » (Flichy, 1995, p. 186).

Puisque la construction de l'imaginaire social se caractérise notamment par l'existence d'affrontements et de controverses (Flichy, 1995, p. 224), ce projet se rapproche également de celui défendu par la « cartographie des controverses » (Venturini, 2010, 2012), volet appliqué de l'« actor-network theory » de Bruno Latour (2007). Cette perspective s'intéresse aux controverses comprises dans le sens de ce qui n'est pas encore « stabilisé, fermé, ou à l'intérieur d'une boîte noire » (Venturini 2010, p. 260). C'est bien le cas du lien hypertexte dans le contexte du journalisme : depuis le début des années 2000, les recherches empiriques montrent que les pratiques des sites d'information en matière d'hypertexte sont fluctuantes, et souvent bien éloignées d'un idéal consensuel d'interactivité et d'ouverture sur les flux d'information (Barnhurst, 2012 ; Coddington, 2012 ; Dimitrova *et al.*, 2003 ; Kenney *et al.*, 2000 ; Larsson, 2012 ; Sjøvaag *et al.*, 2012 ; Tremayne, 2005). Les cadres d'usages du lien journalistique sont toujours ouverts, fruits d'élaborations successives, sujets à controverses — celles-ci pouvant avoir lieu au niveau du discours, mais aussi des réalisations techniques (Flichy, 1995, p. 224).

En tant que technologie encore peu stabilisée, le lien peut être éclairé en examinant de près les discours tenus par les premiers intéressés, c'est-à-dire les participants ou les acteurs immergés dans un phénomène (Venturini, 2010, p. 259) : ici, le milieu des experts en journalisme en ligne. Dans une démarche similaire à celle d'Hampton (2012) qui encourage à prendre au sérieux les histoires du journalisme écrites par les journalistes comme contributions à l'historiographie (Hampton, 2012, p. 336), il s'agit de prendre au sérieux les discours produits par les milieux du journalisme en ligne sur la pratique du journalisme, à la fois comme sources d'informations factuelles, mais aussi comme un moyen de saisir les « tentatives continues des journalistes de définir leur propre profession sur la toile de fond du contexte matériel du journalisme toujours changeant » (Hampton, 2012, p. 327).

L'exercice de cartographie exige, comme première étape, de retracer le fil des discours, de cartographier les toiles de références croisées et de passer des « déclarations » aux « littératures » (Venturini 2010, p. 265) en multipliant les points de vue. Il s'agit donc de montrer comment les discours sont « tissés ensemble dans des littératures articulées » (Venturini, 2010, p. 265). Si la cartographie des controverses incite à coller au plus près aux positions des acteurs — un précepte incarné ici dans un attachement à décrire le contexte sociohistorique — on peut aussi repérer dans la diversité des perspectives des régularités caractéristiques des discours d'accompagnement des nouvelles technologies. Breton (2002) détecte les récurrences suivantes dans les énoncés typiques des discours d'accompagnement : ceux-ci sont tour à tour (1) informatifs sur le fonctionnement des objets techniques, (2) sur leurs usages pratiques (ce qu'on peut en faire), (3) sur leurs enjeux humains (sociaux, culturels, politiques), mais aussi (4) des énoncés promotionnels commerciaux, parfois (5) des énoncés critiques et hostiles aux technologies, (6) des énoncés enthousiastes qui argumentent de la nécessité ou l'inéluctabilité des développements technologiques, ou enfin (7) des énoncés littéraires, fictionnels (Breton, 2002).

Les discours métajournalistiques qui questionnent la pratique de l'information au prisme des évolutions technologiques ne sont ni centralisés ni institutionnalisés dans des lieux où le « journalisme en ligne » s'exprimerait d'une seule voix. Même en considérant uniquement les sources accessibles en ligne, ces discours sont éclatés entre les publications professionnelles, les rubriques autoréflexives de certains médias, et un essaim de blogs, essais, et pages diverses. Les acteurs eux-mêmes contribuent à cette dispersion par la multiplicité des rôles qu'ils endossent : ils sont souvent journalistes et s'expriment à ce titre, mais possèdent également les casquettes de blogueur, chercheur, enseignant, essayiste, entrepreneur — un ensemble d'expertises qui participe à leur intérêt pour le journalisme en ligne et fonde la diversité de leurs autorités.

Méthode de collecte

La dispersion fondamentale des discours au sujet des liens et du journalisme exige un processus de collecte de données forcément itératif, réflexif et expérimental. J'ai opté ici pour une démarche de « saute-moutons » (Le Cam, 2005, p. 455) au cours de laquelle, sur base de quelques points d'entrée identifiés comme pertinents, des documents de nature hétérogène sont collectés et inclus dans le corpus au fur et à mesure de la navigation et de leur découverte — pour constituer au final un ensemble de documents reflétant le « domaine » (au sens de (Jacomy & Ghitalla, 2007)) c'est-à-dire un ensemble de ressources qui parlent d'une même chose. Cette méthode repose donc sur la théorie des agrégats (Jacomy & Ghitalla, 2007) : des documents qui traitent d'un même sujet ont une forte probabilité d'être connectés par des liens. Les liens entre documents et pages ont un « effet secondaire informationnel » (Adamic & Adar, 2003, p. 211) car ils constituent les traces d'une politique d'association (Rogers, 2007) de la part des auteurs des contenus. Les connexions entre pages ne se font pas entièrement au hasard, elles sont le fruit d'intentions.

Les points d'entrée choisis pour constituer le corpus sont quatre publications professionnelles spécialisées dans l'actualité du journalisme en ligne, à l'instar des corpus explorés par (Powers, 2012) ou (Le Cam, 2010). Il s'agit des sites suivants : *Online Journalism Review*¹, *Columbia Journalism Review*², *Nieman Journalism Lab*³ et *Poynter*⁴. Ces publications sont le lieu d'expression d'une parole experte hybride : elles entretiennent des liens avec les milieux académiques et de recherche, mais se positionnent avant tout comme des publications professionnelles, destinées aux journalistes.

Le choix de ces points d'entrée n'est pas anodin. Il s'agit de publications américaines, proches d'universités, de fondations ou de centres de recherche, qui appartiennent dès lors à ce qu'on pourrait qualifier d'« élite intellectuelle » de la profession. Elles constituent les endroits les plus prolixes, où les discours sont les plus nombreux, les plus centralisés et les plus accessibles. La méthode de collecte en saute-mouton, si elle est certainement influencée par ce choix initial, vise toutefois à explorer les connexions et à multiplier les points de vue — en accord avec les principes de la cartographie des controverses, qui reconnaissent qu'« aucune observation ne peut échapper à ses origines » (Venturini 2010, p. 260) et que seule la multiplication des points d'observation permet d'assurer l'honnêteté de la démarche.

Les points d'entrée ont d'abord été explorés de manière ponctuelle (entre le 19 et le 21 décembre 2011) grâce à des requêtes sur les mots-clés suivants : *link*, *hyperlink*, *linking*, *hypertext*. Un passage en revue manuel des résultats (en lisant les titres et les chapeaux) a

¹ La *Online Journalism Review* est initialement publiée par la USC Annenberg School for Communication and Journalism (rattachée à la University of Southern California), <http://www.ojr.org>.

² La *Columbia Journalism Review* naît en tant que publication papier bimensuelle en 1961, sous l'égide de l'école de journalisme de l'université de Columbia. Son site web, *CJR.org*, existe depuis 1996, <http://www.cjr.org/>

³ Le *Nieman Journalism Lab* est une émanation de la fondation Nieman pour le Journalism. Associée à l'université de Harvard, celle-ci existe depuis 1938 et a pour objectif l'enseignement du journalisme et la formation continue des journalistes. Le site *Nieman Journalism Lab* est créé en 2008 et alimenté par une rédaction de journalistes, <http://www.niemanlab.org/>

⁴ La fondation *Poynter* est une fondation sans but lucratif dédiée à l'enseignement et la formation continue du journalisme, créée en 1975 en Floride. Le site *Poynter.org* est créé à la fin des années 1990, <http://www.poynter.org>

permis de conserver les articles pertinents, c'est-à-dire ceux qui traitent principalement de la problématique des liens dans le journalisme en ligne. Cette première récolte m'a permis d'enregistrer entre 10 et 20 articles pertinents par points d'entrée⁵.

J'ai ensuite suivi les liens mentionnés dans ces articles. Quand un lien menait vers un autre contenu appartenant au domaine, ce contenu a été ajouté au corpus, et les liens qu'il contient à leur tour suivis. Le corpus est ensuite continuellement alimenté et mis à jour par une veille (toujours en cours) des ressources identifiées, par leurs flux RSS. À ce jour, 216 documents produits entre 1997 et 2012 constituent le corpus⁶. Il n'échappe pas à un certain effet de masse qui bénéficie aux publications choisies comme points d'entrée puisqu'un peu moins de 40 % des documents du corpus proviennent de ces sites — qui sont aussi, par leur raison d'être, les plus prolixes sur le sujet. Le corpus est majoritairement américain avec quelques incursions dans des publications britanniques, mais présente aussi une certaine diversité : les documents proviennent de 68 sites distincts et sont signés par 116 auteurs différents.

Les textes récoltés ont été annotés manuellement pour préciser leurs contextes d'apparition (la situation sociohistorique de ceux qui parlent) dans une approche qualifiée par Paillé & Muchielli (2008, p. 99) d'« analyse qualitative par contextualisation ».

Dérouler le fil des liens hypertextes

Il n'est pas possible ici de rendre compte en détail, en les situant dans leurs contextes respectifs, de toutes les conversations qui traversent le corpus. Les résultats présentés ci-dessous s'attachent donc à décrire quelques points nodaux, c'est-à-dire des moments d'effervescence où les controverses se cristallisent autour d'enjeux particulièrement denses. Il ne s'agit donc pas d'un compte-rendu exhaustif, mais d'une mise en évidence des

⁵ OJR : 16, CJR : 10, Poynter : 15, Nieman Lab : 20

⁶ La liste de tous les documents du corpus est disponible : [ajouter l'URL]

controverses les plus saillantes, en cherchant à proposer une variété de thèmes et de contextes d'apparition.

Du contrôle à la libération des liens

À la fin des années 1990 et au début des années 2000, les rédactions en ligne se structurent, se professionnalisent (Charon, 2012, p. 32). Cette évolution s'accompagne de tentatives de plus en plus explicites, de la part des institutions médiatiques, de contrôler les liens hypertextes qui, jusque-là, vivaient au gré des expérimentations et des bricolages. Mark Glaser, journaliste pour la *Online Journalism Review*, résume en ces termes la situation du début des années 2000 :

« les sites d'information avaient une conception très propriétaire de leurs contenus. L'accent était mis sur la collecte des vues, et n'importe quel lien qui enverrait les lecteurs en dehors du site était mal vu. Un lien vers un site concurrent était presque une trahison » [Glaser 2003b]⁷.

Dès le début des années 2000, on trouve pourtant des discours qui prônent la fin de cette conception propriétaire et contrôlée. Le ton est à la célébration de la liberté des flux hypertextes, dans une série d'énoncés enthousiastes qui, pour reprendre la typologie de Breton (2002), valorisent l'usage des techniques en argumentant leur nécessité ou de leur inévitabilité. Deux longs articles de Mark Glaser dans les colonnes de la *Online Journalism Review* [Glaser 2003b, 2004] affirment ainsi que les sites d'information entrent enfin dans l'ère des liens libres. Glaser pointe quelques exemples d'initiatives menées par des sites d'information renommés pour annoncer le début d'une tendance, celle de la prolifération des liens externes. On voit se dérouler l'entrelacs de discours et de réalisation techniques (comme

⁷ Les références aux textes du corpus sont présentées entre crochets et renvoient à la liste disponible : [ajouter l'url]. Toutes ces citations sont traduites de l'anglais.

le suggère Flichy (1995)) qui participent à la construction de l'imaginaire technique. Ainsi, Glaser appuie son argumentaire sur l'existence, dans le site du *Wall Street Journal*, de deux rubriques spécialisées — le *Daily Fix* et le *Daily Scan*, spécialisés l'un dans l'actualité sportive et l'autre dans la santé — qui proposent régulièrement des articles contenant des liens externes (alors que le *Wall Street Journal* a déjà opté pour un modèle fermé, plaçant ses contenus derrière un mur payant). De même, Glaser remarque que des lettres d'information envoyées par le *New York Times* contiennent des liens vers des sources extérieures [Glaser 2003b] ou encore que la *BBC* a lancé un outil spécifique pour alimenter ses articles en liens [Glaser 2004]. Lancé en novembre 2004 par la *BBC*, cet outil nommé *Newstracker* permet d'ajouter de manière automatisée des liens vers des contenus similaires, parmi ceux produits par des sources choisies. La mise en place de *Newstracker* fait suite à un rapport du gouvernement britannique évaluant le site *bbc.co.uk* (le *Graf Report*, publié en juillet 2004), qui stipule notamment que « *BBC Online* doit continuer à agir comme un guide sur internet, pour ceux qui en ont besoin. Le site doit inclure plus de liens cohérents et transparents, vers toutes les sources pertinentes, commerciales ou publiques, et pas seulement des liens vers les pages de la *BBC* » [Graf 2004]. Le projet *Newstracker* a visiblement été lancé avant que les conclusions du rapport Graf soient connues, mais l'outil semble répondre aux préoccupations qui y sont soulevées [Belam 2004] — et les discussions montrent l'entrecroisement de recommandations gouvernementales, de problématiques journalistiques et de mise en place d'outils.

Ces initiatives restent certes cantonnées à des contenus spécialisés ou des parties bien définies des sites d'information (ou en dehors de celui-ci en ce qui concerne les lettres d'information), mais, espère Glaser, il s'agit là de l'amorce d'un mouvement qui ne peut que s'amplifier : « Maintenant que l'information en ligne existe depuis 10 ans, peut-être est-il temps de mettre de côté les conceptions propriétaires des liens externes » [Glaser 2003b].

Toutefois, cette prédiction tarde à se réaliser et on continue, jusqu'en 2012, à voir régulièrement surgir des discours qui dénoncent l'absence ou l'insuffisance de liens externes dans les sites d'information [Grueskin 2009, Salmon 2010, Ingram 2010b, Stray 2010c, 2010d, Dunn 2011, Searls 2011, Ellis & Benton 2012].

La tentation révolutionnaire du journalisme de liens

Un autre noeud se forme en 2008, quand le milieu du journalisme en ligne s'enthousiasme autour du projet du « journalisme de liens ». En gestation depuis plusieurs années, celui-ci prend de la vitesse avec la naissance de la start-up *Publish2* en 2007. Fondée par deux entrepreneurs, dont le plus visible est Scott Karp (précédemment directeur de la stratégie numérique du groupe américain *Atlantic Media*, qui publie notamment *The Atlantic*), *Publish2* envisage de placer les liens au centre de la production journalistique en ligne. L'expression « journalisme de liens » est lancée par Scott Karp en février 2008 sur son blog [Karp 2008c]. Il définit les contours de la notion de cette manière : le journalisme de liens consiste en « des liens vers d'autres couvertures de l'actualité sur le web, pour améliorer, compléter ou sourcer, ou ajouter du contexte à la couverture faite par le journaliste » [Karp 2008c]. Mais Scott Karp plaide pour bien plus que le simple ajout de liens, il affirme que « les liens peuvent ÊTRE la couverture de l'actualité ». À l'origine, le projet *Publish2* est calqué sur le modèle des sites de *social bookmarking* comme Digg ou Delicious [Coddington 2011a] et se présente comme « un réseau social pour les liens » : les utilisateurs peuvent sauvegarder, classer et partager des liens vers des pages qu'ils jugent intéressantes. Mais *Publish2*, contrairement aux autres projets de *social bookmarking*, est réservé aux journalistes. Les flux de liens ainsi créés reposent sur l'expertise des journalistes, ce qui garantirait, selon les promoteurs du projet, la qualité des contenus collectés [Arrington 2008]. L'outil est censé s'intégrer de manière fluide au travail des journalistes, il s'agit « d'exploiter

ce que tout le monde est déjà en train de lire et trouver » [Scott Karp, cité par Oliver 2008b]. Parmi ses utilisateurs, *Publish2* a compté le *New York Times*, le *Washington Post*, ou encore le *Dallas Morning News* [McLellan 2011].

Les interventions de Karp [Karp 2008a, 2008b, 2008c, 2008d, 2008e, 2008f, 2008g] forment un ensemble de discours hybrides entre énoncés promotionnels commerciaux, énoncés informatifs sur les enjeux culturels de l'objet technique, et énoncés enthousiastes qui argumentent l'inéluctabilité de ces développements. Mais même s'ils concernent un outil, les discours autour de *Publish2* sont finalement assez vagues d'un point de vue technique : on trouve peu d'énoncés pratiques sur le fonctionnement du logiciel ou ses usages, mais plutôt un argumentaire qui porte sur l'impact économique et culturel de son adoption à grande échelle par les journalistes.

En effet, l'ambition de *Publish2* n'est pas seulement de fournir aux journalistes une solution technique pour conserver une trace de leurs lectures et de leur travail de documentation, mais de révolutionner la façon dont l'autorité se construit et circule sur le web. Scott Karp constate que les sites d'information disposent d'indices d'autorité élevés — tels que mesurés par les moteurs de recherche comme Google. La rhétorique de Karp se fait alors explicitement révolutionnaire :

« Si suffisamment de journalistes participaient, ils pourraient drainer suffisamment de trafic pour faire planter les serveurs [de Google]. [...] Nous avons créé *Publish2* pour donner aux journalistes et aux entreprises de presse le même pouvoir en ligne que celui qu'ils ont hors ligne » [Karp 2008d].

Les arguments auxquels les tenants du journalisme de liens font appel en 2008 circulaient déjà avant le lancement de *Publish2*. On trouve par exemple de nombreuses références aux textes et interventions de Jeff Jarvis, professeur à CUNY, essayiste et entrepreneur. Un de ses

billets de blogs, publié en février 2007, connaît un retentissement particulier, notamment grâce à une formule souvent répétée par les enthousiastes du journalisme de liens : « Cover what you do best and link to the rest » [Jarvis 2007].

On assiste donc à un travail de définition de la juridiction (au sens de Abbott (1988) et Anderson, (2008)) du journalisme aux intervenants multiples : sur impulsion d'un entrepreneur, les journalistes sont appelés à se réapproprier un pouvoir jusque-là principalement entre les mains d'infomédiaires (Smyrnaio & Rebillard, 2010) comme Google. Ces appels à la révolution s'enracinent dans les propos de « gourous » des médias (par exemple Jeff Jarvis), et tentent d'enrôler des acteurs institutionnels, c'est-à-dire des entreprises médiatiques — un enrôlement très matériel puisqu'il s'agit de vendre le logiciel *Publish2*.

Mais l'effervescence autour des liens en 2008 ne se limite pas à la promotion du projet *Publish2*. Plusieurs expérimentations menées par des sites d'information alimentent cette tendance, et on voit à nouveau à l'oeuvre les allers-retours entre les discours et les réalisations techniques : selon les points de vue, ces initiatives appliquent les préceptes du journalisme de liens, ou ces derniers découlent d'une accumulation de réalisations techniques semblables.

Ainsi, le *New York Times* lance en 2008 *Times Extra*, une page d'accueil alternative qui ajoute une « couche de liens » sur la page d'accueil du quotidien: « Times Extra agrège les gros titres d'autres médias et de blogs sur le web, et fait correspondre les plus pertinentes de ces sources avec les articles en Une de la page d'accueil du NYTimes.com » [communiqué du *New York Times*, cité par Seward 2008]. Cette option peut être activée par le lecteur qui le souhaite, et présente, pour chaque titre de la page d'accueil, un ensemble de liens externes vers des articles traitant du même sujet. Avec cet outil, le *New York Times* fait le choix de

l'agrégation automatisée [Seward 2008], puisque c'est un algorithme qui choisit et classe les liens vers des contenus similaires — sur base de sources sélectionnées par la rédaction (comme le *Newstracker* de la *BBC*). En septembre 2008, le *Washington Post* lance le *Political Browser*. Il s'agit d'une section du site principalement constituée de liens vers des articles d'actualité politique publiés sur d'autres sites, compilés sous le slogan « What's good on the web ». Certains liens sont accompagnés de brefs commentaires rédigés par les journalistes du *Washington Post*, et un éditorial quotidien, actualisé plusieurs fois par jour, éclaire les lecteurs sur les points forts de l'actualité politique [Karp 2008g].

La convergence des discussions au sujet du journalisme de liens et de ces initiatives lancées par des médias très visibles, malgré leur durée de vie relativement courte, entraîne certains à célébrer, comme précédemment en 2003 et en 2004, la libération des liens. Mais les annonces ne sont plus cantonnées aux publications spécialisées comme la *Columbia Journalism Review*, elles se propagent dans des médias généralistes, du *New York Times* à l'agence AP. Brian Stelter, journaliste média du *New York Times*, écrit par exemple :

« Un commandement longtemps respecté au sein des rédactions, 'Tu ne mettras pas de liens vers des sites extérieurs', est en train de s'éroder. En adoptant l'éthique du lien dans une mesure jamais égalée, les entreprises médiatiques semblent plus à l'aise à l'idée de mettre des liens vers leurs concurrents » [Stelter 2008].

Une dépêche de l'agence AP cristallise l'air du temps :

« Encourager les lecteurs à quitter les contenus de son propre site aurait été impensable il n'y a pas si longtemps. Mais des entreprises médiatiques traditionnelles (...) ont commencé à briser leur mentalité de 'jardin muré' ces dernières années » [dépêche AP, cité par Shea 2008].

Toutefois, ces annonces ne voient pas venir l'échec des ambitions révolutionnaires du journalisme de liens et des initiatives censées incarner celui-ci : en 2010, *Publish2* change d'orientation et abandonne son projet de journalisme de liens pour se consacrer à des logiciels de syndication et distribution de contenus [Coddington 2011a]. L'expérience *Times Extra* prend fin au bout d'un an, en décembre 2009, « parce que les lecteurs n'étaient pas intéressés par l'utilisation du site de cette manière » [Coddington 2011a]. Le *Political Browser* n'est plus mis à jour à partir du 23 décembre 2009, après 15 mois d'existence — certaines de ses rubriques étant rapatriées dans d'autres blogs ou sections du [washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com).

Expériences de « delinkification »

Dans les épisodes évoqués ci-dessus, les liens sont présentés comme éminemment désirables pour le journalisme en ligne. En mai 2010, l'essayiste Nicholas Carr prend le contre-pied, dans une série d'énoncés critiques (au sens « d'une hostilité ou d'une réticence déclarée vis-à-vis des technologies elles-mêmes » (Breton, 2002)) : et si les liens étaient plutôt à éviter ? Et s'ils constituaient une distraction néfaste, en nuisant à notre capacité de concentration et à une lecture attentive ?

C'est une des thèses que Carr défend dans son livre *Internet rend-il bête ? Réapprendre à lire et à penser dans un monde fragmenté* [Carr 2010c]. Dans la critique de cet ouvrage publiée sur le site *Salon* [Miller 2010], la journaliste Laura Miller prend cette thèse au mot, et expurge son texte de la plupart des liens (pour toutefois les reléguer dans un paragraphe final). L'initiative est saluée par Carr lui-même qui, sur son blog, commente cette expérience de « *delinkification* ». Il y explique la capacité de nuisance des liens en ces termes :

« Même si vous ne cliquez pas sur un lien, vos yeux le remarquent, et votre cortex frontal doit allumer un paquet de neurones pour décider s'il faut cliquer sur ce lien ou non. (...) Des études montrent que les gens qui lisent des hypertextes comprennent et

apprennent moins que ceux qui lisent la même chose sous forme imprimée. Plus il y a de liens dans un texte, plus le coup porté à notre compréhension est grand » [Carr 2010b].

L'essayiste reconnaît néanmoins la valeur documentaire des liens — il les compare aux notes de bas de page —, mais il milite fermement pour les exclure du corps du texte afin de ne pas gêner une lecture fluide.

L'inquiétude liée à l'impact néfaste des liens hypertextes n'est pas neuve, souvent mêlée aux craintes de surcharge informationnelle [voir par exemple Luzer 2008]. Si elle n'est pas radicalement originale, ni spécialement adressée aux sites d'information, l'attaque de Nicholas Carr suscite en tout cas des réactions virulentes de la part des promoteurs de longue date de « l'éthique du lien » : Jay Rosen l'accuse par exemple de vouloir « déconstruire le web » [cité par Carr 2010b]. Mathew Ingram, chroniqueur de l'actualité des technologies et des médias sur le site *GigaOM*, monte également au créneau et affirme que ne pas proposer de liens est un signe « de lâcheté intellectuelle » [Ingram 2010c].

La controverse fournit à certains journalistes blogueurs l'occasion de réfléchir aux standards de l'écriture sur le web, d'explorer les cadres d'usage [Anderson (Kent) 2010, Berkun 2010, Kirkpatrick 2010a, Rosenberg 2011a, 2011b, T.S. 2010] et les généalogies des liens [Rosenberg 2010]. Plusieurs commentateurs partagent alors leurs réflexions sur les liens comme possibilités pour les auteurs de laisser dans leurs textes des marques de leur éthos : ils permettent par exemple d'exposer les processus d'écriture en toute transparence [Anderson (Kent) 2010], témoignent de l'humilité de l'auteur capable de pointer vers des contenus intéressants écrits par d'autres [Kirkpatrick 2010], leur densité fournit au lecteur un indice de la crédibilité des propos tenus [Berkun 2010].

Dans ce mouvement — qui dénonce d'abord une hypothétique distraction dans le chef des lecteurs pour aboutir enfin à une réflexion sur les différentes fonctions que remplissent les liens pour leurs auteurs — un glissement s'opère. Les discours s'emparent des cadres d'usage du public comme prétexte. Ils s'intéressent finalement peu aux représentations des usages des liens par le public pour plutôt discuter des cadres d'usage des journalistes eux-mêmes.

Pragmatisme et amnésie

En 2012, après de nombreuses autres conversations, les milieux du journalisme en ligne anglo-saxons abordent la question des liens avec pragmatisme, reconnaissant que les enjeux contenus dans les liens sont trop nombreux pour que ceux-ci puissent être réduits à une consigne simple et univoque. L'existence même des liens n'est pas contestée, les commentateurs appellent a minima à un équilibre entre les liens « intéressés » (c'est-à-dire les liens autopromotionnels ou ceux qui visent uniquement à améliorer le référencement d'un site sur les moteurs de recherche [cf Carr 2012b]) et les liens désintéressés [Martin 2012].

Ce pragmatisme est toutefois teinté d'une certaine amnésie envers l'histoire récente : dès qu'un cas exemplaire se présente, les mêmes acteurs avancent les mêmes types d'arguments [Carr 2012a & 2012b, Ingram 2012e & 2012f, Jarvis 2012a & 2012b]. Nicholas Carr, Jeff Jarvis et Mathew Ingram continuent à se citer et à lier leurs billets les plus récents — créant de nouvelles boucles de conversations. Les discours célébrant la libération des liens réapparaissent régulièrement, mais glissent par exemple vers les applications mobiles (smartphones, tablettes) des sites d'information [Benton 2012]. En septembre 2012, à l'occasion du lancement par le groupe Atlantic Media de *Quartz* (un site consacré à l'actualité économique) on assiste même à la résurgence d'une controverse typique du début des années 2000 : la crainte que les liens externes ne perdent le lecteur en l'envoyant en dehors du site [Sheffield 2012], opposée à la nécessité de citer ses sources et le service rendu

au lecteur en lui proposant une information complète et ouverte [Beaujon 2012, Benton 2012, Coddington 2012d, Goldenberg 2012].

Conclusions

Dévoiler les boucles, les allers-retours et même les contradictions qui traversent les discours sur les liens dans le journalisme montre bien qu'« entre l'objet technique et son usage s'intercal[e] souvent tout un univers de signification » (Breton, 2002, p. 4). Dans les multiples couches de signification qui s'accumulent au fil des conversations⁸, qui sont oubliées ou qui resurgissent, on peut aussi voir que le lien hypertexte ne constitue pas un enjeu isolé, ni même un enjeu en soi. Les liens sont un prétexte pour initier les discussions, ils constituent des cas concrets qui alimentent les imaginaires techniques. Mais les conversations abordent, implicitement ou explicitement, des questionnements bien plus généraux du journalisme contemporain : il s'agit de montrer ses sources, d'affirmer sa place dans les flux d'information, de s'intégrer dans l'économie médiatique en ligne, d'anticiper les effets sur le public. À travers ces « objets concrets » que sont les liens, ce sont des « objets formels » (Charron, 2012), qui ne sont pas spécifiques aux liens et les dépassent largement, que le milieu du journalisme en ligne dissèque.

Revenir sur quelques points nodaux des conversations au sujet des liens dans le journalisme donne à voir des controverses traversées par plusieurs lignes de force. Le journalisme est confronté aux cadres de fonctionnement du lien (dont on pourra, ailleurs, explorer les

⁸ Le compte-rendu ci-dessus ne constitue qu'une étape dans un programme de recherche en cours, qui comprend notamment :

- une analyse thématique du corpus, qui vise notamment à cartographier et systématiser la diversité des arguments dans lesquels la question des liens apparaît ;
- une exploration de la circulation des discours évoqués ici dans d'autres espaces, notamment l'espace francophone ;
- plus crucialement encore, un travail d'observation dans plusieurs rédactions ainsi qu'une analyse du contenu des liens proposés par les sites d'information, pour explorer les façons dont ces discours, ou certains d'entre eux, s'actualisent (ou non) dans la pratique des journalistes.

origines dans d'autres mondes sociaux), à des cadres d'usage de cet objet qui lui sont parfois proches (ceux des blogueurs, ceux du public), ou parfois éloignés, mais avec des intérêts convergents (comme les préoccupations de référencement par les moteurs de recherche).

En se saisissant du lien comme prétexte, les discours interrogent les processus de production journalistique, la position des médias dans systèmes concurrentiels, les représentations du public, la place du journaliste et la construction de son autorité — influencé par les mondes environnants (informatique, entrepreneurs, infomédiaires, autorités publiques...) et en travaillant à se réappropriier ceux-ci.

C'est en puisant dans cet imaginaire technique que le journalisme tente de définir ses cadres d'usage du lien hypertexte — au gré de controverses qui visent aussi à maintenir son autonomie, perpétuellement redéfinie par rapport à ces autres mondes sociaux proches, concurrents, à la frontière d'autres juridictions.

Références

Abbott, A. D. (1988). *The system of professions: an essay on the division of expert labor*. Chicago : University of Chicago Press.

Adamic, L. A., & Adar, E. (2003). Friends and neighbors on the Web. *Social Networks*, 25(3), 211–230.

Anderson, C. W. (2008). Journalism: expertise, authority and power in democratic life. Dans D. Hesmondhalgh & J. Toynbee (Éd.), *The Media and Social Theory*. (pp. 248-264). New York: Routledge.

Anderson, C.W. (2012). Towards a sociology of computational and algorithmic journalism.

New Media & Society. doi: 2012 1461444812465137

Barnhurst, K. (2012). The form of online news in the mainstream U.S. press 2001-2010.

Journalism Studies, 13(5), 791–800.

Breton, P., (2002). Que faut-il entendre par discours d'accompagnement des nouvelles technologies ? *Dossiers de l'audiovisuel*, 103, 4–7.

Coddington, M. (2012). Building Frames Link by Link: The Linking Practices of Blogs and News Sites. *International Journal of Communication*, 6, 2007–2026.

Dimitrova, D. V., Connolly-Ahern, C., Williams, A. P., Kaid, L. L., & Reid, A. (2003).

Hyperlinking as Gatekeeping: online newspaper coverage of the execution of an American terrorist. *Journalism Studies*, 4(3), 401–414. doi:10.1080/14616700306488

Flichy, P. (1995). *L'innovation technique: récents développements en sciences sociales: vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris: La Découverte.

Jacomy, M., & Ghitalla, F. (2007). Méthodologies d'analyse de corpus en sciences humaines à l'aide du Navicrawler (Rapport final). Dans D. Diminescu, (Éd.), *Fondation de la Maison des Sciences de l'Homme - Programme TIC-Migrations*. Disponible à :

<http://webatlas.fr/wp/share/navicrawler/Guide%20m%E9thodo%20NC%202007.pdf>

Kenney, K., Gorelik, A., & Mwangi, S. (2000). Interactive features of online newspapers.

First Monday, 5(1-3). Disponible à :

<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/720/>

Larsson, A. O. (2012). Staying in or Going Out? *Journalism Practice*.

doi:10.1080/17512786.2012.748514

- Latour, B. (2007). *Changer de société : refaire de la sociologie*. Paris: La Découverte.
- Le Cam, F. (2010). Histoires et filiations du terme “weblog” (1992-2003). Perspectives pour penser l’histoire de certaines pratiques sociales sur le web. *Les Enjeux de l’information et de la communication*. Disponible à : http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010/LeCam/index.html
- Powers, M. (2012). In Forms That Are Familiar and Yet-to-Be Invented. *Journal of Communication Inquiry*, 36(1), 24–43. doi:10.1177/0196859911426009
- Rebillard, F., & Smyrnaio, N. (2010). Les infomédiaires, au cœur de la filière de l’information en ligne. *Réseaux*, 160(2), 163. doi:10.3917/res.160.0163
- Rogers, R. (2007). Faire la cartographie de l’espace public sur le web à l’aide d’Issuecrawler. Dans C. Brossaud & B. Reber (Éd.), *Humanités numériques. Traité IC2. Cognition et traitement de l’information*. (pp. 117–128) . Paris: Hermès science publications.
- Ruellan, D. (2011). *Nous, journalistes : Déontologie et identité*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Sjøvaag, H., Moe, H., & Stavelin, E. (2012). Public Service News on the Web. *Journalism Studies*, 13(1), 90–106. doi:10.1080/1461670X.2011.578940
- Tremayne, M. (2005). News Websites as Gated Cybercommunities. *Convergence*, 11(3), 28–39. doi:10.1177/135485650501100303
- Venturini, T. (2010). Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *Public Understanding of Science*, 19(3), 258–273. doi:10.1177/0963662509102694

Venturini, T. (2012). Building on faults: How to represent controversies with digital methods.
Public Understanding of Science, 21(7), 796–812. doi:10.1177/0963662510387558