

# Le blogage ou l'arme de second rang des *outsiders* du champ journalistique

Le cas des dessinateurs de presse

MARIE NEIHOUSER

PhD, Post-doctorante

Groupe de recherche en communication politique

Université Laval

Canada

marie-cecile.neihouser.1@ulaval.ca



Si les recherches sur les effets d'internet sur le travail journalistique sont nombreuses, on ne compte en revanche que très peu d'études sur l'effet d'internet sur les dessinateurs de presse. En effet, nombre d'études interrogent l'impact d'internet sur le journalisme (Dagiral et Parasie, 2010 ; Pélissier, 2003), que ce soit en termes de sociologie des journalistes (Neveu, 2009) et d'analyse de leurs conditions de travail (Pilmis, 2014), de production et de contenu (Boczkowski, 2010), ou encore en termes d'économie des médias (Rebillard et Smyrnaïos, 2010 ; Ouakrat, Beuscart et Mellet, 2010). D'autres travaux s'intéressent aussi à l'évolution de la position des journalistes dans la nouvelle économie de la presse (Pilmis, 2013) ou encore au renouvellement de leurs méthodes de travail (Cabrolié, 2010).

En revanche, on ne trouve que peu de travaux sur l'impact d'internet sur les dessinateurs de presse (à l'exception de Doizy, 2010 ; Rouquette, 2009). Le statut même de dessinateur de presse est relativement peu lisible : a-t-on affaire à des journalistes (puisque certains d'entre eux possèdent la carte de presse) ? À des artistes plasticiens (ils sont dans certains cas considérés comme tels dans les nomenclatures INSEE<sup>1</sup>) ? Ce manque de lisibilité ajouté à un certain déclassement des dessinateurs par rapport aux jour-

**Pour citer cet article, to quote this article, para citar este artigo :**

Marie Neihouser, « Le blogage ou l'arme de second rang des outsiders du champ journalistique » , *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 7, n°1 - 2018, 15 juin - June 15 - 15 de junho.

URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

nalistes rédacteurs pourrait expliquer le peu d'intérêt que le sujet suscite. Surtout à une époque où l'image dans les médias est essentiellement portée par la photographie et la vidéo. En réalité, cet état de fait s'explique surtout parce que dans leur grande majorité, les travaux sur le dessin de presse et internet sont le fait soit d'historiens, soit de chercheurs en linguistique et sciences de l'information. Pour ces chercheurs, les perspectives de recherche les plus prometteuses liant dessin de presse et internet consistent alors, selon le linguiste Marc Bonhomme, en « *l'étude des sites spécialisés dans l'image satirique* » et donc dans l'étude de contenu d'une part, et « *en l'analyse de la grande interactivité insufflée à la communication caricaturale par les blogs et les forums commentant les dessins de l'actualité politique* », c'est-à-dire en l'étude du renouvellement de la relation auteur-lecteur (Bonhomme, 2010) (et non spécifiquement des changements dans les pratiques professionnelles des journalistes), d'autre part.

Jusqu'à là, la littérature sur le dessin de presse s'est donc majoritairement orientée autour de deux axes : une approche essentiellement d'ordre historique et une approche plus en lien avec celle des sciences de l'information et de la communication.

Cette seconde approche délaisse le journaliste et son travail quotidien pour s'interroger sur les « *constituants plastiques et thématiques* » du dessin de presse (Houbedine-Gravaud et Pozas, 2006), son contenu, et l'interprétation que l'on peut en faire. C'est ainsi que Nicole Everaert-Desmedt tente d'interpréter un dessin de Plantu (Everaert-Desmedt, 1994), que Nelly Feuerhahn s'intéresse à l'humour dans le dessin de presse (Feuerhahn, 1992), Franck Malin à son style (Malin, 1995), ou encore que Didier Lefort étudie le dessin de presse de l'extrême-droite (Lefort, 1991). Carmela Lettieri, pour sa part, s'empare d'une caricature évoquant le financement occulte du parti communiste italien (PCI) par le KGB et du conflit qui s'en est suivi entre le premier ministre M. D'Alema et G. Forattini, le dessinateur de presse, pour tenter d'expliquer en quoi cet épisode est révélateur des changements de la société italienne et pour mettre en valeur un nouvel aspect – essentiel à ses yeux –, du métier politique, à savoir l'auto-ironie dont doivent pouvoir faire preuve les personnalités politiques (Lettieri, 2001). On le constate, ces questionnements restent très éloignés de toute considération sociologique des dessinateurs de presse ou encore avec leurs pratiques professionnelles.

En ce qui concerne les travaux s'inscrivant dans l'approche historique, on constate que la majorité d'entre eux consiste en l'étude de productions propres à une époque. L'objectif est alors de retra-

cer, à travers l'analyse des dessins de presse ou des caricatures, les relations entretenues par le dirigeant (Roi, président de la République, gouvernement), la presse, et le peuple à un moment donné. Dans son ouvrage *Les rois de papier. La caricature de Henri III à Louis XVI* (Duprat, 2002), Annie Duprat propose par exemple un retour sur la production pamphlétaire et les estampes aux 16<sup>e</sup> et 18<sup>e</sup> siècles. À travers les figures des rois Henri III et Louis XVI, l'auteur revient sur la violence s'exprimant à l'égard du souverain de l'époque dans la presse, que ce soit par le verbe ou par l'image. Dans la même optique, dans *La République* (Tillier, 1997), Bernard Tillier s'intéresse à la manière dont les caricaturistes de la fin du 19<sup>e</sup> et du début du 20<sup>e</sup> ont recours au vocable du corps, notamment, pour personnifier et dénoncer certains problèmes de société.

Plus rares sont les travaux qui utilisent l'approche historique pour contribuer à une sociologie des médias. Étudiant une période plus récente, Colin Seymour-Ure s'intéresse dans son article « *Le dessin satirique dans la presse britannique contemporaine* » (Seymour-Ure, 1996) à deux tendances susceptibles d'affecter durablement le dessin de presse selon lui : les mutations qui s'opèrent au sein des médias et les effets de la télévision d'une part, les mutations de la culture politique d'autre part. L'auteur affirme que « *les dessinateurs s'épanouissent aux époques d'irrespect* ». Néanmoins, Christian Delporte est peut-être celui qui, dans sa thèse de doctorat intitulée *Dessinateurs de presse et dessin politique en France des années 1920 à la Libération* (Delporte, 1991) cherche le plus à ancrer l'histoire des dessinateurs de presse dans celle des journalistes et du journalisme. Il montre comment la période de l'entre-deux guerres constitue une période charnière pour le dessin de presse, dans la mesure où les dessinateurs se voient obligés d'adapter leur travail à la « *grande presse* ». Dès lors, toute une profession s'en trouve bouleversée : d'artistes, les dessinateurs deviennent de réels journalistes.

Nous nous intéressons pour notre part à une nouvelle révolution dans le monde du dessin de presse : l'arrivée d'internet dans les pratiques professionnelles. Force est en effet de constater que l'espace du dessin de presse fournit un vaste terrain d'enquête au sociologue intéressé par le travail journalistique, surtout à un moment où il subit deux épreuves concomitantes : la crise de la presse (*Revue Projet*, 2006) d'un côté, et la montée en puissance d'internet dans le travail des journalistes (Jeanne-Perrier, Smyrniāos et Diaz, 2015) de l'autre. Nous proposons en conséquence dans cet article d'étudier l'usage que les dessinateurs de presse font de leurs blogs alors que leur profession semble de plus en plus fragilisée. Cela nous amène à poser la question suivante :

le blog permet-il aux dessinateurs – et notamment à ceux qui sont dominés dans le champ journalistique – d'améliorer sensiblement leurs trajectoires et positions professionnelles ? Nous montrons que le blog devient pour les dessinateurs à la fois un nouvel instrument de promotion de leur travail et un outil leur permettant de s'intégrer dans leur communauté professionnelle. Le blogage reste cependant une arme de second rang pour cette population, qui ne lui permet pas de renverser les hiérarchies établies dans l'espace journalistique.

Afin de mener notre étude, nous avons isolé les dessinateurs de presse parmi un panel de 3 509 blogueurs politiques constitué dans le cadre de notre travail doctoral et réputé exhaustif au 6 mai 2 012 (Neihouser, 2016). Pour être retenu dans le panel, un site internet devait remplir différents critères (Neihouser, 2016) :

- avoir été actualisé depuis moins de 6 mois au 6 mai 2 012
- être présenté comme un blog individuel
- être écrit en français et traiter de la politique française dans la majorité des billets

3 509 blogs ont ainsi été répertoriés. Parmi eux, nous avons isolé ceux tenus par les dessinateurs de presse et les caricaturistes professionnels. 83 sites répondant à ces critères ont été répertoriés manuellement. Nous avons ensuite cherché à situer ces blogs et leurs auteurs dans l'espace des blogs politiques et dans l'espace de la presse. Nous avons ainsi qualifié, toujours manuellement, après observation directe des blogs, chacun des membres du panel. Nous avons alors relevé les caractéristiques sociodémographiques de chaque blogueur : son sexe, son âge, son niveau d'étude, son CV, ses éventuelles publications d'albums ou de dessins dans les médias *offline* et *online*, etc. Nous avons de même collecté un ensemble de données attachées à chaque blog et à l'activité numérique de chaque blogueur (audience, date de création, présence sur les réseaux sociaux, intégration aux réseaux de blogs de dessinateurs, etc.).

Ces premières données, si elles ont l'avantage de ne pas avoir été suscitées par le chercheur (Bourdieu, 1984), présentent l'inconvénient de ne pas être complètes. En effet, seuls les éléments que le blogueur a bien voulu faire figurer en ligne ont pu être recueillis. C'est pourquoi nous avons dans un second temps envoyé un questionnaire électronique à l'ensemble des blogueurs dessinateurs. Les réponses au questionnaire nous ont permis de compléter nos données « observées » par des données « déclarées » par les blogueurs dessinateurs. Nous avons obtenu 13 réponses, soit 15.7 % du panel total de dessinateurs.

Ce faible nombre de réponses nous empêche de traiter les données recueillies *via* questionnaire de manière statistique. Pourtant, nous avons tenu à présenter quelques-unes de ces données dans cet article : en effet, elles nous permettent d'enrichir notre analyse et de lancer des pistes de réflexion *via* une approche plus qualitative. De plus, on peut grâce à elles procéder à des comparaisons entre l'ensemble du panel et les répondants. Ces derniers sont d'ailleurs globalement représentatifs (en termes d'âge, de sexe, de lieu de résidence, de situation maritale, de revenu, etc.) de l'ensemble des dessinateurs du panel<sup>2</sup>. Seule différence notable, les répondants sont plus nombreux à avoir suivi des études supérieures équivalentes à Bac+5 (38.5 % contre 16.2 % parmi l'ensemble des dessinateurs). Le même travail d'enquête a par ailleurs été effectué pour l'ensemble des blogueurs politiques. On est ainsi en mesure de comparer la population des dessinateurs à celle de l'ensemble des blogueurs politiques. En dernier lieu, afin de pouvoir confronter l'ensemble de ces données à l'expérience plus subjective d'un de nos enquêtés, nous avons mené un entretien avec un dessinateur plutôt dominé dans son champ professionnel<sup>3</sup>. Il est dès lors plus facile d'analyser le blogage des dessinateurs et ses caractéristiques.

Après être revenus plus en détails sur la sociologie des dessinateurs de presse et avoir caractérisé leur blogage, nous verrons donc comment cette population de journalistes se saisit des blogs pour en faire de nouveaux instruments de promotion de leur travail, pour construire une véritable communauté professionnelle, avant de montrer que, malgré tout, les blogs sont loin de pouvoir répondre à toutes les difficultés rencontrées par la profession.

---

#### SOCIOLOGIE DES DESSINATEURS DE PRESSE

---

Les dessinateurs de presse blogueurs sont très majoritairement des hommes (92.7 %). Ce résultat n'est pas étonnant pour une profession traditionnellement perçue comme très masculine<sup>4</sup>. L'âge moyen de notre panel est de 50 ans. Tous possèdent au moins un Bac général, la grande majorité ayant un diplôme au minimum équivalent à un niveau Bac+3 (80.8 %). Plus de 60 % des dessinateurs vivent par ailleurs dans une ville de plus de 100 000 habitants et quasiment un quart vivent à Paris. En revanche, ils sont peu nombreux à vivre dans des villages de moins de 2 000 habitants (10.5 %). D'un point de vue politique et socio-culturel, ils sont en majorité de gauche : 80.7 % d'entre eux tiennent sur leur blog des propos clairement de gauche (sur des thématiques politiques, économiques, sociales, sociétales, etc.), voire d'extrême-gauche ou en faveur de l'écologie. Parmi les répondants au questionnaire, la

plupart (12/13) déclarent sans surprise s'intéresser « assez » ou « beaucoup » à la politique. Si aucun n'est militant d'un parti politique, beaucoup de dessinateurs de presse blogueurs ont une relation active à la politique. Ainsi, 5/13 ont déjà été syndiqués, 7/13 ont déjà manifesté, et 6/13 ont déjà fait grève. De plus, 10/13 déclarent que leur entourage se situe plutôt à gauche ou très à gauche. De ce point de vue, ils présentent donc un profil relativement similaire à celui de l'ensemble des journalistes<sup>5</sup>.

Mais ce qui nous intéresse particulièrement ici, c'est leur position non seulement au sein de la société, mais surtout dans leur champ professionnel, le champ journalistique. Le revenu mensuel peut être un indicateur de la situation économique et sociale d'un individu. Nos résultats démontrent que le revenu « médian » des dessinateurs s'inscrit dans une fourchette comprise entre 1 900 et 2 500 euros mensuels, ce qui les positionne donc dans la classe moyenne/moyenne-supérieure. Néanmoins, on constate de forts écarts entre les différents dessinateurs (tableau I) :

**Tableau I :** Revenus mensuels des blogueurs dessinateurs de presse (n=13)

Revenus mensuels	Nombre de dessinateurs répondants
Moins de 750 euros	5
750-1 100 euros	0
1 100-1 300 euros	0
1 300-1 500 euros	4
1 500-1 900 euros	2
1 900-2 500 euros	1
2 500-3 100 euros	0
3 100-3 700 euros	0
Plus de 3 700	1
Total	13

Les dessinateurs ayant répondu au questionnaire sont ainsi 5/13 à gagner moins de 750 euros mensuels. À l'inverse, un seul dessinateur affirme gagner plus de 3 700 euros mensuels. La majorité (7/13) gagne entre 1 300 et 2 500 euros par mois.

Ce qui attire l'attention ici, c'est l'hétérogénéité des revenus et, on le présume, des conditions de vie qui en découlent. Alors que cette population apparaissait relativement homogène en matière de niveau d'étude, d'orientation et d'intérêt pour la politique, – laissant par-là entrevoir une population au capital culturel relativement élevé –, on constate

qu'il n'en est pas de même lorsqu'on s'intéresse à son niveau économique. D'autre part, on observe que les dessinateurs ne sont pas des salariés (de journaux par exemple), mais que la plupart d'entre eux sont des travailleurs indépendants<sup>6</sup>, ce qui peut en partie expliquer cette hétérogénéité de revenus. Leurs relations aux titres pour lesquels ils travaillent sont donc relativement lâches, et la situation économique de certains d'entre eux d'autant plus précaire. 7 dessinateurs sur les 13 répondants affirment ainsi avoir connu au moins une période de chômage au cours de leur existence.

Ce premier positionnement socio-économique peut être complété, au-delà du revenu et du statut professionnel, par des indications quant au niveau de reconnaissance dont bénéficie chaque dessinateur dans son champ professionnel. Nous considérons ici que la position hiérarchique du média le plus reconnu dans lequel chaque dessinateur a publié est un indicateur relativement fiable de ce niveau de reconnaissance<sup>7</sup>. En effet, plus un dessinateur est reconnu dans son milieu professionnel, plus il a de chances qu'un média important fasse appel à ses services. Le tableau II ci-dessous indique ainsi la position hiérarchique du média le plus reconnu dans lequel chaque dessinateur a publié. Afin d'obtenir cette information, nous avons tapé le nom (ou le pseudo) de chaque dessinateur dans la barre de recherche du moteur Google. Nous avons alors observé dans les 5 premières pages, les réponses obtenues<sup>8</sup> pour chacun d'entre eux et enregistré le nom de tous les médias dans lesquels ils avaient déjà publié. Si aucun média n'était trouvé, le blogueur rentrait dans la catégorie « pas de lien » du tableau. En cas de réponse inverse, nous avons opté pour une distinction<sup>9</sup> somme toute assez large entre publication dans un « grand média »<sup>10</sup> et publication dans un média « autre »<sup>11</sup>.

**Tableau II :** Type de média dans lequel ils ont publié (en %)

Type de média	% de blogueurs dessinateurs (n=83)
Grand média	14.5
Autre média	37.4
Pas de lien	48.2
Total	100

On constate ainsi que seuls 14.5 % des dessinateurs du panel ont déjà publié dans un « grand média ». Cet état de fait témoigne de la situation difficile de cette population (que ce soit pour des raisons économiques, éditoriales, etc.) dans le champ journalistique. Plus encore, pour la moitié des dessinateurs, on ne trouve en ligne aucun lien pointant vers un média (quel qu'il soit) dans lequel ils auraient publié, soit parce que les publications sont trop à la

marge, soit parce que les médias pour lesquels ils travaillent sont trop petits.

En définitive, on observe donc que malgré un capital culturel relativement élevé, la population des dessinateurs de presse jouit de conditions économiques très hétérogènes. Leurs travaux ne sont par ailleurs que peu présentés dans les plus grands médias, reléguant l'ensemble de la profession dans une position plutôt dominée du champ journalistique.

### CARACTÉRISATION DU BLOGAGE DES DESSINATEURS

Avant d'analyser son impact sur leur position dans le champ journalistique, nous tentons dans cette partie de saisir plus finement le blogage des dessinateurs. Nous nous intéressons à deux éléments principaux : les conditions dans lesquelles ont été créés les blogs des dessinateurs et leur niveau d'audience.

Les dessinateurs créent leur blog pour des raisons strictement professionnelles. Pour ne prendre qu'un exemple, sur les 13 répondants, on trouve ainsi cinq dessinateurs qui affirment avoir ouvert leur carnet en ligne lors de leur entrée dans la vie professionnelle, deux qui déclarent que c'était pour s'adapter aux transformations de leur métier, etc. Les présentations qu'ils proposent d'eux-mêmes sur leurs blogs sont d'ailleurs explicites. La plupart des dessinateurs profitent en effet de cet exercice pour brosser leur CV en quelques lignes :

#### Encadré 1 : Lasserpe

Lasserpe, est né en 1966 à Mont-de-Marsan. Après avoir écumé une bonne dizaine de fanzines, il publie ses premiers dessins dans *Barre à mine*, *Le Monde libertaire*, *Nature et Progrès*, *Politis*, *L'Humanité*, *La Dépêche du Midi*, *L'Enseignant*, etc. Féroce, engagé et parfois cynique, il manie un dessin minimaliste particulièrement efficace pour mettre au jour les travers de notre société. Il anime des débats et des colloques et travaille régulièrement pour une agence de communication parisienne. Lasserpe collabore actuellement à *S!lence*, *Psikopat*, *Fluide Glacial*, *Les Clés de l'Actualité*, *Marianne*, etc.<sup>12</sup>

#### Encadré 2 : Dessin Boursier

Caricature, presse et humour  
Ce blog est avant tout une fenêtre ouverte sur mes créations infographiques anciennes et nouvelles du dessin d'humour, de presse et de la caricature ainsi que mes différentes prestations proposées sur ces thèmes. Ces dessins ne sont pas libres de droits.<sup>13</sup>

#### Encadré 3 : À propos de l'auteur

Je suis illustrateur pour la presse, la pub, et également auteur de BD.

Je suis aussi gauchiste, contrarié, gauchiste car contrarié, contrarié car gauchiste. Ce blog regroupe les dessins nés de cette contrariété, que l'actualité politique ne manque pas d'alimenter<sup>14</sup>.

En matière de temporalité, on s'aperçoit que l'entrée en blogage des dessinateurs s'effectue globalement en même temps que celle de l'ensemble des blogueurs politiques (cf. tableau III). Seule différence notable entre les deux populations, les blogueurs politiques dans leur ensemble sont proportionnellement plus nombreux à avoir ouvert leur blog entre 2011 et 2012. Ceci s'explique par le contexte de campagne pour l'élection présidentielle qui est beaucoup plus prégnant dans cette population que pour les dessinateurs blogueurs dont on a dit que la motivation principale pour ouvrir un blog était professionnelle.

**Tableau III :** Comparaison des dates de création de blogs entre dessinateurs blogueurs et blogueurs politiques en général (en %)

Date de création	Dessinateurs blogueurs (n=77)	Ensemble du panel (n=3 509)
Jusque 2007 inclus	29.9	30.2
Entre 2008 et 2010 inclus	53.3	37.9
2011 ou 2012 <sup>15</sup>	16.9	31.9

Environ 30 % des dessinateurs sont ainsi entrés en blogage avant ou durant 2007, 53.3 % entre 2008 et 2010, et un peu plus de 15 % en 2011 et 2012.

Au-delà de la durée de blogage, l'audience des blogs constitue un indicateur important lorsqu'on cherche à évaluer l'impact de ces blogs sur la trajectoire de leurs auteurs. On constate que la différence est relativement forte entre, d'un côté, l'audience des blogs de dessinateurs (toujours supérieure à 1 000 visiteurs uniques par mois) et, de l'autre, l'audience des blogueurs politiques en général, dont la moitié reçoit moins de 1 000 visiteurs uniques par mois (tableau IV).

**Tableau IV :** Nombre de visiteurs uniques par mois

Nb de visiteurs uniques par mois	% de dessinateurs répondants	% ensemble des répondants
Moins de 1 000	0	47
1 000/5 000	83.3	32.5
5 000/10 000	0	9.3
Plus de 10 000	16.7	11.3
Total	100	100

Le constat est évident : l'audience des blogs de dessinateurs est relativement faible. Seuls 16.7 % de leurs blogs reçoivent plus de 10 000 visiteurs par mois, soit plus de 330 visiteurs par jour en moyenne. Permettent-ils quand même aux dessinateurs d'améliorer leurs conditions quotidiennes de travail ?

Pour Galien, dessinateur blogueur<sup>16</sup>, tenir un blog permet avant tout au dessinateur d'adopter une discipline de production relativement difficile à tenir autrement :

*« Le truc c'est que le blog m'entraîne à publier régulièrement. Ça m'oblige à travailler. Le dessin, c'est un métier où la fainéantise et la paresse sont un gros handicap (...) Je navigue sur Netvibes [ndlr : agrégateur de blogs], je fais la tournée des popotes, je vois les blogs des copains. Je surveille une trentaine de blogs. Sur chacun de ces blogs-là, je les suis vraiment. C'est-à-dire que quand ils mettent quelque chose, on va dire neuf fois sur dix je laisse un message, à chaque nouvelle parution de ces blogs-là. Ça me permet d'entretenir un réseau, d'échanger et puis de garder un contact humain ».*

Mais leur blog permet aussi aux dessinateurs d'aller à la rencontre du public.

---

**LE BLOG COMME NOUVEL INSTRUMENT  
DE PROMOTION DE LEUR TRAVAIL**

---

À la manière des pigistes lorsqu'il s'agit de faire valoir leurs compétences en matière de placement de sujet (Pilmis, 2007), les dessinateurs se retrouvent à l'affût du moindre espace d'exposition de leur travail. Dans ce contexte, le blog devient un outil primordial. Il constitue en effet une vitrine qui peut être investie à moindres coûts, notamment économiques. Le témoignage ci-dessous démontre bien la difficulté dans laquelle se retrouvent les dessinateurs

de presse lorsqu'ils recherchent une vitrine pour leurs travaux, alors qu'ils ne sont pas encore bien intégrés aux réseaux propres à leur profession ni reconnus dans les médias :

*« Quand on est musicien on peut essayer de démarcher. Avant d'avoir le mythe de Paris, on peut très bien avoir des scènes dans les bistrotts, sur les esplanades, enfin, il y a plusieurs possibilités. Mais en dessin, il n'y en a aucune. Donc le seul moyen c'est d'aller voir sur les blogs pour avoir un espace de visibilité. C'est pour ça que j'ai ouvert mon blog.<sup>17</sup> »*

Les dessinateurs utilisent en effet leurs blogs comme de véritables « books numériques » : ils sont 38.8 % à y afficher un CV et 43.3 % à y présenter des ouvrages dont ils sont les auteurs.

La proportion de republications figurant sur leur blog constitue un autre indicateur de leur volonté d'user du blog comme d'une vitrine professionnelle. Par republication, nous entendons publication sur le blog d'un contenu initialement produit pour être diffusé ailleurs (dans un autre média, pour un client, etc.) En présentant sur leur blog ce type de contenu, les blogueurs leur offrent une plus large diffusion et, surtout, les font figurer sur un support présentant l'ensemble de leur production. En d'autres termes, ils cherchent à remplir un objectif principal : augmenter la visibilité de leur travail, au-delà même de la satisfaction de leur client initial (tableau V).

**Tableau V :** Comparaison des types de billets présents sur les blogs de dessinateurs et sur l'ensemble des blogs politiques en fonction de leur proportion (en %)

Type de billets	% de dessinateurs	% de blogueurs journalistes
Présence de republication	39.8	24.3
Uniquement des billets inédits	41	71.1
NR	19.3	4.6
Total	100	100

39.8 % au minimum des billets publiés par les dessinateurs de presse sont des republications. On peut de plus ajouter que, pour 19.3 % de leurs productions, il ne nous a pas été possible de déterminer le type de publication – publication initiale ou republication –, dont il s'agissait, ce qui laisse supposer que ce pourcentage pourrait en réalité être supérieur. Même lorsqu'on compare leur taux de republication à celui des autres journalistes (qui, *a priori*,

utilisent aussi leur blog pour publiciser leurs écrits), on constate que celui des dessinateurs est toujours plus fort (39.8 % contre 24.3 %).

En plus de permettre de multiplier les lieux d'exposition et de diffusion de leur travail, le blog présente l'avantage pour les dessinateurs de diminuer les coûts de démarchage.

« Quand je démarchais beaucoup, j'envoyais les gens systématiquement sur mon blog. Parce qu'envoyer un dossier c'est bien mais le blog fait qu'ils peuvent surfer là où ils veulent. Un bouquin papier, ça coûte cher à envoyer, ça coûte cher à imprimer et de toute façon il est rarement lu. Donc je n'en fais plus, je ne fais plus que par Internet maintenant<sup>18</sup>. »

A priori, la méthode est plutôt efficace. En effet, quand on demande aux dessinateurs le type de sollicitations dont ils ont été l'objet en tant que blogueurs, on constate qu'ils sont beaucoup plus nombreux que les blogueurs politiques dans leur ensemble à avoir été contactés par d'autres blogueurs (92.3 % contre 58.1 %) et par des journalistes (76.9 % contre 52.1 %) (tableau VI).

**Tableau VI :** Comparaison des types de sollicitations en tant que blogueur entre dessinateurs blogueurs et ensemble des blogueurs politiques

Type de sollicitation	% de dessinateurs répondants	% ensemble des répondants
Par un autre blogueur	92.3	58.1
Par un journaliste	76.9	52.1
Par un politique	30.8	34.3

Il nous est impossible de connaître la nature des échanges qu'ils ont eu tant avec les journalistes qu'avec les blogueurs. Cependant, le fait que des journalistes aient fait l'effort de les contacter laisse présumer que la teneur de leurs échanges est *a priori* professionnelle.

Des échanges inter-dessinateurs animent par ailleurs cet espace.

### D'une communauté virtuelle à une communauté professionnelle

L'espace des blogs de dessinateurs constitue un espace très interconnecté. C'est un espace d'échanges, mais aussi un lieu d'entraide entre

pairs. 88 % des blogueurs dessinateurs sont cités par un autre blog (contre 71.8 % de l'ensemble des blogueurs politiques). De plus, 12 dessinateurs blogueurs sur 13 (contre 75.5 % de l'ensemble des blogueurs politiques) déclarent échanger sur leur blog avec d'autres blogueurs (tableau VII).

**Tableau VII :** Échange avec d'autres blogueurs

Échanges avec d'autres blogueurs	% de dessinateurs répondants (n=13)	% ensemble des répondants (n=745)
Oui	92.3	75.5
Non	7.7	24.5
Total	100	100

Ces chiffres sont d'ailleurs confirmés par l'étude du décompte des liens dans les *blogrolls* de chaque dessinateur. Cette opération permet de quantifier l'intégration des blogs de dessinateur à l'espace général des blogs. En effet, plus un blog a de liens, plus on peut supposer qu'il est intégré à son espace. Or, on constate que le nombre moyen de liens dans une *blogroll* de dessinateur s'élève à 19.3. Si l'on ne compte que les blogs qui affichent une *blogroll*, on atteint même 30.2 liens par blog de dessinateur en moyenne. On constate par ailleurs l'existence de *blogs-hubs*, c'est-à-dire de blogs dont les auteurs-dessinateurs recensent, en plus d'une grande variété de blogs, presque l'intégralité des blogs de dessinateurs du panel. Ainsi, on compte notamment trois blogs qui recensent respectivement 86, 129 et 185 liens. Ces *blogs-hubs* constituent de véritables « piliers » pour la communauté. Nombre de blogueurs y font référence. Ils permettent à la communauté en ligne de se structurer et de créer des connaissances et repères communs au sein du groupe. Ainsi, parmi les 19.3 liens que présentent en moyenne les blogs de dessinateurs, 15.1 en moyenne pointent vers d'autres sites spécialisés dans le dessin (78.2% des liens au total<sup>19</sup>). Dès lors, il semble bien que les blogueurs-dessinateurs de presse forment une « communauté professionnelle » intégrée en ligne, qui prolonge en partie celle de leur milieu professionnel hors ligne d'origine. Cela leur permet de se tenir au courant du travail de leurs confrères. Dans certains cas, cela impulse même certaines collaborations professionnelles.

En effet, le métier de dessinateur est un métier relativement solitaire, surtout lorsqu'on n'est pas intégré à une rédaction. Pour les entrants comme pour les dominés de cet espace, cette solitude, tant psychologique que physique est d'autant plus forte qu'ils ne bénéficient que de peu de relations dans le milieu et que, bien souvent, se déplacer

pour rencontrer des confrères constitue un coût économique que certains ne peuvent pas assumer. Dans ces conditions, le blog peut apparaître comme un moyen de tisser des liens, mêmes virtuels, susceptibles de leur permettre, au minimum, d'échanger avec des confrères quant à leur travail. Il déclare :

*« J'ai rencontré de nouvelles personnes via mon blog, essentiellement virtuellement (...). Le blog, ça m'a amené à rencontrer du monde. (...) C'est surtout des rencontres virtuelles, après le temps fait le tri, mais il n'empêche qu'il y a des gens, ça fait 4 à 5 ans que je les connais virtuellement et pourtant on ne s'est jamais rencontrés. »*

Parfois, ces rencontres peuvent mener à des collaborations durables :

*« Mon scénariste, je l'ai rencontré comme ça. Dans le monde du dessin politique, j'en ai rencontré pas mal comme ça, même un ou deux journalistes, virtuellement quoi. »*

Elles peuvent de plus ouvrir de nouveaux horizons professionnels :

*« Tenez, il y a Angoulême [nda : le festival de la BD d'Angoulême] la semaine prochaine, je ne voulais plus y aller car je m'en suis quand même pris plein la gueule là-bas et du coup, via mon scénariste, j'ai quand même eu un ou deux rendez-vous avec des petits, tous petits éditeurs ».*

Plus prosaïquement, même quand le blog ne permet pas d'initier des collaborations, il a tout de même l'avantage de présenter son propre travail à l'ensemble des confrères, et, inversement, d'être en mesure d'accéder au travail des confrères sans avoir ni à se déplacer, ni à payer. Les dessinateurs blogueurs peuvent ainsi approfondir à moindres frais leur connaissance de leur milieu professionnel, de sa structure, de ses membres, afin de mieux définir leurs propres objectifs. Plus encore, chacun échangeant à propos des travaux de ses pairs, il semble qu'une certaine solidarité professionnelle se mette en place :

*« Il n'y a pas très longtemps, je ne savais pas si je devais aller à Angoulême ou pas parce que c'est un milieu impitoyable la bande dessinée quand on n'est pas publié en album cartonné. Et du coup, comme j'ai émis le doute sur mon blog d'y aller ou pas, j'ai eu énormément de réponses, d'encouragement, de dire de pas y aller ça ne sert à rien, enfin du moins*

*de soutien. Et là on retrouve le côté humain qui est très important sinon j'aurais été tout seul devant ma planche à dessin et je n'aurais pas su quoi faire... Là, je me sens moins seul dans ces cas-là. »*

Ce phénomène est d'autant plus intéressant qu'Alain Accardo montre en 2007 que le milieu des journalistes pigistes (Accardo, 2007), assez proche sociologiquement de celui des dessinateurs de presse les plus dominés, est au contraire un milieu « peu solidaire ». Si le manque de solidarité envers les pigistes de la part des journalistes intégrés pourrait à la limite se comprendre, il explique que ce manque de solidarité existe aussi entre pigistes : « Il est vrai que tout regroupement se heurte à l'obstacle – objectif et difficilement surmontable dans la pratique – de l'extrême dispersion et de la grande mobilité de cette catégorie de journalistes ». Les dessinateurs ont tenté de résoudre ce problème avec les blogs.

Jusqu'à présent, aucun élément ne nous permet cependant de savoir quelle est l'efficacité de ces blogs et quelle est leur influence sur la trajectoire et l'insertion des dessinateurs de presse. En effet, nous avons observé les différents usages que les dessinateurs en faisaient, mais une question reste posée : ces blogs permettent-ils vraiment aux dessinateurs de surmonter les obstacles auxquels ils sont professionnellement exposés ?

---

## UN INSTRUMENT VRAIMENT EFFICACE ?

---

Notre questionnaire se découpe ici en trois temps. Nous chercherons d'abord à connaître le taux d'abandon de leur blog par les dessinateurs, 4 ans après la constitution du panel. Dans un second temps, nous tenterons de voir si la mise à disposition gratuite de leur travail par les blogueurs dessinateurs ne leur est pas tout de même préjudiciable. Enfin, nous chercherons à savoir dans quelle mesure les blogs de dessinateurs permettent de remettre en cause les hiérarchies traditionnelles au sein de la profession.

### Un taux d'abandon élevé

Nous partons du raisonnement suivant : si les dessinateurs sont nombreux à avoir continué de bloguer, on peut penser que c'est parce qu'ils considèrent que leur blog leur est utile dans leur parcours professionnel. En revanche, si beaucoup ont abandonné leur blog, cela signifie peut-être que ce dernier ne leur a pas apporté autant qu'attendu en matière d'intégration et de reconnaissance au sein de leur champ professionnel<sup>20</sup>.

Au 9 mai 2016, 54,2 % des blogs de dessinateurs étaient encore actifs, contre 45,8 % inactifs. Le taux d'inactivité est élevé. Quasiment un blogueur sur deux a arrêté de bloguer dans les quatre ans ayant suivi la constitution du panel. Il semble donc que la tenue d'un blog n'ait pas permis de satisfaire les attentes de quasiment 50 % des blogueurs dessinateurs. Qui sont donc les dessinateurs qui ont abandonné leur blog ? Serait-ce ceux qui n'ont pas réussi à capter l'attention de leurs confrères ? On constate en effet que plus le blog est actif, plus le nombre de liens dans la *blogroll* augmente. Mais rien ne permet de savoir quel est le sens de la relation : est-ce parce que le dessinateur est actif en ligne qu'il se fait des liens ou est-ce au contraire parce qu'il réussit à tisser des liens qu'il continue de bloguer ? Il apparaît d'ailleurs qu'il n'y a pas de lien entre le nombre de commentaires et l'activité du blog. Ainsi, si les blogs inactifs ont moins de liens dans leur *blogroll*, ils bénéficient tout de même d'un certain retour de la part des lecteurs. La question reste donc ouverte. D'autre part, la position dans le champ professionnel ne semble pas jouer non plus : ne pas avoir été cité dans un grand média ou même ne pas avoir contribué à un grand média ne semble pas avoir d'impact majeur sur la probabilité d'abandonner ou au contraire de maintenir une activité de blogage.

### Une gratuité problématique ?

Galien exprime bien la situation dans laquelle se retrouvent certains dessinateurs :

« (...) *Le dessin politique ça a marché si on veut. Je ne gagne pas ma vie avec, c'est très clair, parce que le dessin que je fais est plutôt ancré à gauche, voire anarchiste, si bien que je travaille pour un journal, mais dans ces milieux-là, en fait, il y a tellement peu de publicité, qu'il y a peu d'argent. Le peu d'argent qui est récolté sert uniquement à l'édition du numéro suivant. Si bien que personne n'est payé. Pas un journaliste, pas un dessinateur. Seule la secrétaire qui travaille à 60 heures par semaine pour ça qui est payée au smic. Sinon, les journalistes ne sont pas rémunérés, pourtant il y a des bonnes plumes qui signent là-dedans et même en dessinateurs, il y a des très grands dessinateurs qui font ça pour participer on va dire, je ne sais pas, pour pouvoir s'exprimer. Et faire en sorte qu'il y ait une diversité politique au point de vue journalistique. (...).*<sup>21</sup> »

Face à cette problématique, le blog reste un outil bien modeste en ce qui concerne l'augmen-

tation des revenus des dessinateurs les plus précaires. Seuls moins d'un tiers des dessinateurs (4 sur 13) qui nous ont répondu affirment gagner de l'argent grâce à leur blog. Ils ne précisent pas combien. Mais surtout, on s'aperçoit que ce gain est toujours indirect : en d'autres termes, ils ne sont pas rémunérés pour tenir leurs blogs et ne tirent pas non plus de bénéfices de la publicité payante qu'ils pourraient héberger sur leur blog (bien souvent, ils n'en hébergent pas). Dans ces conditions, ceux qui répondent gagner de l'argent grâce à leur blog ne le font que parce qu'ils considèrent que le blog leur a permis d'élargir leurs contacts (pairs, éditeurs, clients), ce qui leur a permis par la suite soit de vendre plus de contenu, soit de démarrer de nouveaux projets.

La mise à disposition gratuite d'un travail, surtout lorsqu'il s'agit d'un travail fait dans un cadre professionnel, peut par ailleurs entraîner une dévalorisation de ce travail et de son auteur (Poels et Hollet-Haudebert, 2013) alors même que ce dernier cherche au contraire à se/le valoriser en le diffusant le plus largement possible. En effet, certains travaux montrent que la gratuité est généralement associée, dans l'opinion des gens, à une moindre qualité (Gorn, Tse et Weinberg, 1990) de l'offre ou du service rendu. Le dessinateur contraint de diffuser gratuitement ses travaux peut lui-même se sentir d'autant plus rabaissé : comment entretenir une estime de sa position et de son travail quand on choisit (même si c'est au vu du contexte professionnel dans lequel on évolue) de mettre ce travail gratuitement à disposition du public ? Certains dessinateurs blogueurs s'efforcent de demander la non-reproduction des dessins qu'ils publient, mais cette demande relève bien souvent plus de la symbolique qu'autre chose. Au final, exposer gratuitement leurs dessins en ligne peut donc s'avérer être une option à double tranchant pour les dessinateurs.

### Des hiérarchies traditionnelles difficilement remises en cause

Deux séries de résultats sont particulièrement évocatrices lorsqu'on cherche à savoir si la tenue d'un blog peut permettre aux dessinateurs les moins dotés de progresser dans leur intégration et leur visibilité au sein de leur profession.

Intéressons-nous d'abord au nombre de liens dans la *blogroll* des dessinateurs en fonction du média le plus haut placé hiérarchiquement les ayant cités (tableau VIII).

**Tableau VIII :** Nombre de liens dans la *blogroll* en fonction du média le plus haut placé les ayant cités

Position média	0 lien	1 à 20 liens	Plus de 20 liens	Total
Grand	29.6	34.5	62.5	41.3
Autre	29.6	31	29.2	30
Pas de citation	40.7	34.5	8.3	28.8
Total	100	100	100	100

On constate que les blogs recevant plus de 20 liens dans leur *blogroll* sont, pour 62,5 % d'entre eux, tenus par des dessinateurs cités par des grands médias. Cette proportion tombe à seulement 8.3 % pour les dessinateurs qui ne sont cités dans aucun média. À l'inverse, on constate que si 29.3 % de ceux qui n'ont aucun lien dans leur *blogroll* sont par ailleurs cités dans un grand média, ce taux s'élève à 40.7 % pour ceux qui ne sont cités nulle part. Ainsi, on remarque combien l'intégration à la blogosphère et la reconnaissance dans les médias traditionnels semblent corrélées.

Ce premier constat est renforcé lorsqu'on observe le nombre de commentaires moyen par billet en fonction du média le plus haut placé hiérarchiquement qui les a cités (tableau IX).

**Tableau IX :** Nombre de commentaires moyen par billet en fonction du média positionné le plus haut placé qui les a cités

Position média	- d'1 com	1 à 5 com	5 à 10 com	10 à 100 com	Total
Grand	39	25	0	75	37.9
Autre	29.3	58.3	100	25	36.2
Pas de citation	31.7	16.7	0	0	25.9
Total	100	100	100	100	100

75 % des blogs recevant entre 10 et 100 commentaires par billets sont tenus par des dessinateurs ayant déjà été cités dans un grand média. Aucun dessinateur sans citation ne parvient à obtenir autant de commentaires par billet. En d'autres termes, ce tableau nous permet d'avancer l'idée selon laquelle seule une visibilité minimale dans les médias dits traditionnels permet d'obtenir une certaine visibilité en ligne. Un dessinateur peut certes avoir été cité dans un grand média et ne recevoir que très peu de commentaires, mais il ne peut en aucun cas recevoir de nombreux commentaires s'il ne bénéficie pas d'une présence minimale dans les médias.

Plus encore, seul le dessinateur affirmant gagner plus de 3 700 euros par mois reçoit plus de 10 000 visiteurs mensuels. Ainsi, ce serait bien le niveau d'intégration au champ journalistique, et plus encore la reconnaissance dont le dessinateur jouit dans ce champ, qui serait le meilleur moyen de prévoir la potentialité pour lui d'obtenir une certaine visibilité sur son blog. En d'autres termes, le blog, malgré tous les usages qu'en font les dessinateurs, ne leur permettrait pas en réalité de franchir les barrières professionnelles qui se dressent devant eux. Il peut certes constituer, dans certains cas, un outil d'échange, de publicisation de leurs travaux ou même de motivation professionnelle, mais ne permet en aucun cas d'anéantir les différences de position initiales dans le champ journalistique. Le numérique ne gomme pas les différences sociales existantes.

## CONCLUSION

En définitive, cet article nous a permis d'étudier de plus près un groupe qui ne retient pas souvent l'attention des chercheurs : celui des dessinateurs de presse. Après les avoir positionnés dans le champ journalistique, nous avons vu quels usages ces dessinateurs faisaient de leur blog. On a ainsi pu constater que le blog avait une double fonction. Il leur permet d'une part d'aller à la rencontre de leur public, en leur permettant de présenter leur travail en ligne, et, d'autre part, de s'adresser à leurs pairs, dans la mesure où il leur permet d'intégrer la communauté de dessinateurs en ligne. Néanmoins, si dans un contexte difficile pour les dessinateurs de presse, cet outil peut apparaître dans un premier temps salutaire, on s'aperçoit vite qu'il ne leur permet pas de surmonter les obstacles les plus importants auxquels ils sont confrontés : en effet, le blog constitue au mieux une arme de « second rang » pour les dessinateurs. Il ne leur permet pas d'échapper à leur position initiale dans le champ journalistique.

Ce résultat est d'autant plus intéressant, qu'il est conforté par des résultats plus généraux obtenus lors de notre travail doctoral. Nous avons en effet démontré dans notre thèse que le blogage politique dans son ensemble ne permettait que très rarement d'ouvrir la prise de parole politique à des individus extérieurs aux champs politique et médiatique traditionnels. En d'autres termes, ce blogage ne permettait donc pas de renverser les hiérarchies établies dans ces champs. Au contraire, il semble en certains points les renforcer (Neihsouer, 2016).

Date de soumission de l'article : 15 avril 2016.  
Date d'acceptation : 31 octobre 2016.

## NOTES

- <sup>1</sup>. Sur ce point, cf. la nomenclature INSEE en ligne : [http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/pcses/n4\\_354a.htm](http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/pcses/n4_354a.htm) (lien relevé le 28.09.2016).
- <sup>2</sup>. Bien qu'on observe une légère surreprésentation des femmes (15.4 % contre 7.3 %) et des moins de 50 ans (77 % contre 65.9 %) parmi les répondants au questionnaire.
- <sup>3</sup>. Entretien avec Galien réalisé par téléphone le 23.01.2015.
- <sup>4</sup>. Cependant, il est à noter que nous avons tenté de trouver des chiffres à propos de la population des dessinateurs de presse en France : notre recherche est restée vaine.
- <sup>5</sup>. Voir par exemple : Harris Interactive, *Les journalistes présents sur Twitter et la campagne présidentielle de 2012*, 2012, disponible sur [http://www.harrisinteractive.fr/news/2012/CP\\_HIFR\\_Medias\\_14062012.pdf](http://www.harrisinteractive.fr/news/2012/CP_HIFR_Medias_14062012.pdf). D'après ce document, 74 % des journalistes auraient voté François Hollande au second tour de l'élection présidentielle de 2012.
- <sup>6</sup>. Sur 13, c'est le cas de 10 dessinateurs. Parmi les trois autres, un se déclare chômeur, un autre étudiant, et le dernier retraité.
- <sup>7</sup>. Même si cet indicateur peut paraître incomplet et simplificateur, il permet tout de même de situer grossièrement les dessinateurs par rapport au champ médiatique/journalistique.
- <sup>8</sup>. Le choix du moteur de recherche Google s'explique par le fait qu'il est le moteur de recherche le plus utilisé. Il permet donc de trouver les informations de la manière dont les individus sont eux-mêmes les plus à même de les trouver. Quant au choix de la 5e page, il s'explique par le fait qu'il permet d'être certains d'avoir les informations les plus importantes sur un sujet tout en sachant qu'au-delà de cette 5e page, les résultats sont bien souvent moins pertinents.
- <sup>9</sup>. À noter que certains ont publié à la fois dans un grand média et dans un média alternatif : ils ont alors été comptabilisés dans la catégorie « grand média ».
- <sup>10</sup>. Définition d'un grand média : En ce qui concerne la télévision, un grand média correspond à toute chaîne enregistrant plus de 1% d'audience auxquelles sont ajoutées les chaînes d'information en continu, c'est-à-dire : *TF1, France2, France3* (hors région), *France4, France5, Arte, C+, M6, D8, BFMTV, LCI, I-télé, NT1, W9, NRJ12, D17, Public Sénat, TMC, Gulli*. En ce qui concerne la presse écrite, le critère retenu pour définir un grand média est la diffusion à plus de 100 000 exemplaires (d'après la liste <http://www.ojd.com/chiffres/section/PPGP?submitted=1&section=PPGP&famille=&thema=&search=&go=Lancer+la+recherche>). En ce qui concerne la presse online, le critère retenu est l'enregistrement de plus de 2 000 000 de visites en France (d'après la liste <http://www.ojd-internet.com/chiffres-internet>).
- <sup>11</sup>. Tout média n'entrant pas dans la catégorie « grands médias ».
- <sup>12</sup>. Lasserpe, <http://lasserpe.blogs.sudouest.fr/>, (consulté le 11.10.2014). Le PageRank du blog est égal à 4.
- <sup>13</sup>. Boursier, « Dessin Boursier, presse et humour ! », <http://www.dessinboursier.com/>, (consulté le 11.10.2014). Au 8 mai 2014, le nombre de pages vues depuis la création du blog est de 37 par jour. Le PageRank du blog est égal à 2.
- <sup>14</sup>. Sécheresse Loïc, « À propos de l'auteur », <http://gauchiste.blogs.liberation.fr/contrarie/>, (consulté le 11.10.2014). Le PageRank du blog est égal à 5.
- <sup>15</sup>. Nos chiffres ne vont pas au-delà de 2012 pour la date de création des blogs car nous voulions être en mesure d'observer des blogs présentant une durée de vie relativement longue afin de voir comment ils évoluaient et si, au fil du temps, ils étaient délaissés par leur auteur.
- <sup>16</sup>. Entretien avec Cédric Galerneau, alias Galien, effectué par téléphone le 23.01.13. Ce dessinateur, né en 1977 et habitant Caen, est devenu dessinateur de presse après avoir fait des études d'ingénieur. Adresse de son blog : <http://galien.canalblog.com/>.
- <sup>17</sup>. Entretien avec Cédric Galerneau, alias Galien, effectué par téléphone le 23.01.13.
- <sup>18</sup>. Entretien avec Cédric Galerneau, alias Galien, effectué par téléphone le 23.01.13.
- <sup>19</sup>. Sur les 20 % restants, 10 % sont des liens qui ont un rapport plus large à leur activité professionnelle (peinture, sculpture, littérature, journaux dans lesquels ils ont publiés, etc.) ; et 10 % sont des liens sans relation avec leur activité professionnelle.
- <sup>20</sup>. Malheureusement nos données ne nous permettent pas de savoir si les dessinateurs ayant abandonné leur blog ont aussi abandonné leur activité de dessinateur, ou s'ils délaissent seulement le blog.
- <sup>21</sup>. Entretien avec Cédric Galerneau, alias Galien, effectué par téléphone le 23.01.13.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

---

- Accardo, A., 2007, « Une intelligentsia précaire », *Journalistes précaires, journalistes au quotidien*, Marseille, Agone, coll. Éléments.
- Boczkowski, P. J., 2010, « Ethnographie d'une rédaction en ligne Argentine. Les logiques contraires de la production de l'information chaude et froide », *Réseaux*, n° 160-161, pp. 43-78.
- Bonhomme, M., 2010, « La caricature politique », *Mots. Les langages du politique*, n° 94.
- Bourdieu, P., 1984, *Questions de sociologie*, Paris, Les Éditions de Minuit.
- Cabrolié, S., 2010, « Les journalistes du *parisien.fr* et le dispositif technique de production de l'information », *Réseaux*, n° 160-161, pp. 79-100.
- Dagiral, E., Parasio, S., 2010, « Presse en ligne : où en est la recherche ? », *Réseaux*, n° 160-161, pp. 13-42.
- Delporte, C., 1991, *Dessinateurs de presse et dessin politique en France des années 1920 à la Libération*, Thèse de doctorat d'histoire, Université de Lille-III.
- Doizy, G., 2010, *Dessin de presse et internet. Dessinateurs et internautes face à la mondialisation numérique*, [http://www.eiris.eu/images/Dessin\\_de\\_Presse\[1\].pdf](http://www.eiris.eu/images/Dessin_de_Presse[1].pdf).
- Duprat, A., 2002, *Les rois de papier. La caricature d'Henri III à Louis XVI*, Paris, Belin.
- Everaert-Desmedt, N., 1994, « La médiation impossible. Interprétation d'un dessin de Plantu », *Degrés*, n° 79-80, pp. d-d16.
- Feuerhahn, N., 1992, « L'humour des confettis. Le dessin de presse et la représentation ludique de l'information », *Humoresques*, n° 3, pp. 63-77.
- Gorn, G. J., Tse, D. K., Weinberg, C. B., 1990, « The Impact of Free and Exaggerated Prices on Perceived Quality of Services », *Marketing Letters*, vol. 2, n°2, pp. 99-110.
- Houdebine-Gravaud, A.-M., Pozas M., 2006, « De l'humour dans les dessins de presse », *Questions de communication*, n° 10, pp. 43-64.
- Jeanne-Perrier, V., Smyrnaio, N., Díaz Noci, J., 2015, « Journalisme et réseaux socionumériques », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, vol. 4, n° 1.
- Lefort, D., 1991, *Les bandes dessinées et dessins de presse de l'extrême droite*, Marseille, Bédésup.
- Lettieri, C., 2001, « Le dessin de presse au tribunal. Les enseignements de la querelle d'Almena / Forattini », *Hermès*, n° 29, pp. 155-164.
- Malin, F., 1995, « Le dessin de presse a-t-il un style ? », *Le style*, Toulouse, G. Maurand éd., pp. 271-288.
- Neihouser, M., 2016, *Un nouvel espace médiatique ? Sociologie de la blogosphère politique française*, LGDJ – Fondation Varenne, Paris.
- Neveu, E., 2009, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, coll. Repères.
- Ouakrat, A., Beuscart, J.-S., Mellet K., 2010, « Les régies publicitaires de la presse en ligne », *Réseaux*, vol. 160-161, n° 2, pp. 133-161.
- Pélissier, N., 2003, « Un cyberjournalisme qui se cherche », *Hermès*, n° 35, pp. 99-107.
- Pilmis, O., 2007, « Faire valoir ses compétences : les pigistes et le placement de sujet », *Formation emploi*, n° 99, pp. 75-86.
- Pilmis, O., 2013, *L'intermittence au travail. Une sociologie des marchés de la pige et de l'art dramatique*, Paris, Économica, coll. Études sociologiques.
- Pilmis, O., 2014, « Produire en urgence. La gestion de l'imprévisible dans le monde du journalisme », *Revue française de sociologie*, vol. 55, n° 1, pp. 101-126.
- Poels, A., Hollet-Haudebert, S., 2013, « Valeur(s) et pratiques associées à la consommation de journaux gratuits. Une approche exploratoire », *Revue française de gestion*, vol. 230, pp. 119-135.
- Rebillard, F. Smyrnaio, N., 2010, « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne. Les cas de Google, Wikio et Paperblog », *Réseaux*, n° 160-161, pp. 163-194.
- Revue Projet*, 2006, vol. 290, n° 1.
- Rouquette, S., 2009, « Les blogs BD, entre blog et bande dessinée », *Hermès*, n° 54, pp. 119-124.
- Seymour-Ure, C., 1996, « Le dessin satirique dans la presse britannique contemporaine », *Mots. Les langages du politique*, n° 48, pp. 55-73.
- Tillier, B., 1997, *La République. La caricature politique en France (1870-1914)*, Paris, CNRS

**Le blogage ou l'arme de second rang des outsiders du champ journalistique**  
Le cas des dessinateurs de presse

**Blogging, or the Second-Rate Weapon of Journalistic Outsiders**  
The Case of Press illustrators

**O blogging ou a arma secundária dos outsiders**  
O caso dos ilustradores de jornal

**Fr.** Si les recherches sur les effets d'Internet sur le travail journalistique sont nombreuses, on ne compte en revanche que très peu d'études sur l'effet d'Internet sur les dessinateurs de presse. Or, force est de constater que l'espace du dessin de presse fournit un vaste terrain d'enquête au sociologue intéressé par le travail journalistique, surtout à un moment où il subit deux épreuves concomitantes : la crise de la presse d'un côté, et la montée en puissance d'Internet dans le travail des journalistes de l'autre. C'est pourquoi cet article s'attache à analyser les effets de l'arrivée d'Internet dans les pratiques professionnelles des dessinateurs. Les dessinateurs de presse constituent dans l'ensemble une catégorie relativement précaire parmi les journalistes : la crise de la presse, la concurrence de la photographie ou encore l'isolement causé par leurs conditions de travail hors des rédactions compliquent grandement l'exercice de leur métier. C'est pourquoi certains d'entre eux se sont saisis d'Internet, et de l'écriture des blogs en particulier, afin de tenter de surmonter quelques-unes de leurs difficultés professionnelles. À travers cette étude, nous cherchons donc à voir en quoi les blogs contribuent ou non à renouveler les pratiques de la profession. Plus précisément, notre interrogation est la suivante : le blog permet-il aux dessinateurs – et notamment à ceux qui sont dominés dans le champ journalistique – d'améliorer sensiblement leurs trajectoires et positions professionnelles ? À partir des réponses des dessinateurs à un questionnaire en ligne, d'entretiens avec eux, mais aussi de l'analyse de leurs blogs, nous montrons que le blog devient pour cette population à la fois un nouvel instrument de promotion de leur travail et un outil leur permettant de s'intégrer dans leur communauté professionnelle. Le blogage reste cependant une arme de second rang pour les dessinateurs, qui ne leur permet pas de renverser les hiérarchies établies dans l'espace journalistique.

**Mots-clés :** blogs, dessinateurs de presse, pratiques professionnelles, communauté virtuelle, sociologie des médias

**En.** While research on the effects of the Internet on journalistic work is extensive, few studies have been carried out examining its effects on press illustrators. It is clear, however, that the press illustrations sector provides abundant material for sociologists interested in journalistic work, especially at a time when it faces two concomitant challenges: the press crisis on the one hand, and the rise of the influence of the Internet on journalistic practices on the other. For this reason, this paper will focus on analyzing the effects of the arrival of the Internet on the professional practices of illustrators. Press illustrators are on the whole a relatively precarious category among the journalists: the press crisis, competition from photography and the isolation inherent in their working conditions outside editorial offices greatly complicate the exercise of their profession. This is why some have latched onto the Internet, and blog writing in particular, in an attempt to overcome some of their professional challenges. This study attempts to determine whether or not blogs contribute to the renewal of the practices of the profession. We ask more specifically: do blogs allow illustrators—especially those in more vulnerable positions in the field of journalism—to significantly improve their career paths and professional standing? From interviews with illustrators and their responses to an online questionnaire,

together with an analysis of their blogs, we demonstrate that blogging becomes for them both a new promotional vehicle for their work, and a tool that allows them to integrate into their professional community. Blogging, however, remains a second-rate weapon for illustrators, as it does not allow them to overturn hierarchies established in the journalistic sector.

**Keywords:** blogs, press illustrators, professional practices, virtual community, sociology of media

**Pt.** Embora as pesquisas sobre os efeitos da internet no trabalho jornalístico sejam numerosas, existem poucos estudos sobre seus efeitos na prática dos ilustradores de jornal. Ora, é importante constatar que a prática de ilustração abre um vasto campo de pesquisa aos sociólogos interessados pelo trabalho jornalístico, sobretudo na medida em que ela é submetida concomitantemente a dois desafios: por um lado, a crise da imprensa; por outro, o crescente impacto da internet no trabalho dos jornalistas. É por isso que este artigo se atém à análise dos efeitos da emergência da internet junto às práticas profissionais dos ilustradores. De forma geral, os ilustradores são uma categoria relativamente precária dentre os jornalistas: a crise da imprensa, a concorrência com a fotografia ou ainda o isolamento provocado pela realização de um trabalho fora das redações atrapalham bastante o exercício de seu *métier*. Por conta disso, alguns ilustradores passaram a se utilizar da internet, sobretudo dos blogs, para tentar superar algumas de suas dificuldades profissionais. Neste estudo, buscamos ver de que forma os blogs contribuem ou não para renovar as práticas dessa profissão. Mais precisamente nos questionamos sobre o seguinte: o blog permite que os ilustradores – principalmente aqueles que ocupam uma posição dominada no campo jornalístico – melhorem sensivelmente suas trajetórias e posições profissionais? A partir das respostas dos ilustradores a um questionário on-line, de entrevistas com alguns deles, mas também da análise de seus blogs, buscamos mostrar que o blog se tornou, para essa população, um instrumento de promoção do seu trabalho, mas também uma ferramenta que possibilitou sua integração à comunidade profissional. O *blogging*, contudo, continua sendo uma arma secundária para os ilustradores, incapaz de alterar as hierarquias estabelecidas no interior do espaço jornalístico.

**Palavras-chave:** blogs, ilustradores de jornal, práticas profissionais, comunidade virtual, sociologia da mídia

