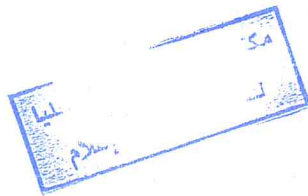
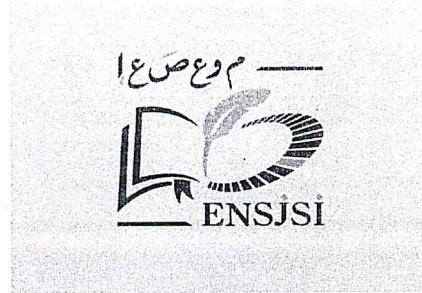


Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
L'Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des Sciences de l'information



Polycopié de cours sur :

La communication et l'information à l'ère du numérique : le cas de la presse en ligne

Destiné aux étudiants du Master

Département des sciences de l'information



Préparé par : Dr.ARDJOUN Samir

Année universitaire 2018/2019

مكتبة المدرسة الوطنية العليا
للصحافة وعلوم الإعلام
P/ENS/SST/07
رقم الورقة
15/07/19 تاريخ الدخول

Plan et contenu du cours

المدرسة الوطنية العليا للصحافة
وعلوم الإعلام
مكتبة المدرسة

Introduction	1
Chapitre 1 : La numérisation de la communication et les conditions d'émergence d'une presse en ligne	
1.1 L'explosion de la communication et l'évolution des pratiques vers le numérique.....	3
1.2. Internet, un outil de numérisation des procédés de communication	4
1.3. L'imaginaire communicationnel d'Internet.....	6
1.4. L'option technologique.....	8
1.5. La valorisation d'Internet et la redéfinition des stratégies communicationnelles et médiatiques.....	10
1.6. Conceptualisation de la presse en ligne.....	12
1.7. Les grandes transformations médiatiques depuis les années 1970.....	14
1.8. Premiers usages de presse en ligne.....	16
1.8.1. La mobilité du papier vers le web.....	17
1.8.2. Les enjeux de la mise en ligne.....	19
1.9. L'histoire de l'émergence d'une presse en ligne.....	21
1.9.1. Les premiers sites d'information.....	21
1.9.2. L'extension de la presse en ligne.....	23
1.9.3. L'apport du multimédia.....	25
1.10. La redéfinition du métier de journaliste.....	27
1.11. Les premières intrications du modèle en ligne.....	32
1.11.2. Un modèle économique vulnérable.....	33
Chapitre 2 : La nouvelle génération de presse en ligne	
2.1. Les mécanismes d'une transposition.....	36
2.2. Les attentats 2001-2005 et l'instauration d'une nouvelle presse en ligne.....	37
A- Les attentats du 11 septembre 2001 à New York.....	38
B- Les attentats du 11 mars 2004 à Madrid.....	39
C- Les attentats du 7 juillet 2005 à Londres.....	39

2.3. Les particularités de la presse en ligne.....	40
2.3.1. Les alternatives du numérique	41
A- La gratuité de l'information.....	41
B- Le multimédia.....	42
C- L'hypertexte.....	42
D- La relation journaliste/lecteur.....	43
E- L'instantanéité de l'information.....	44
2.3.2. Les carences de la presse en ligne.....	44
A- L'inconfort de la lecture.....	44
B- Le piège d'une désinformation.....	45
D- Un média morcelé.....	46
 Chapitre 3. Les incidences des TIC sur les organisations médiatiques	
3.1. La transformation du journalisme et l'abolition de ses frontières.....	48
3.2.1. Une transformation fatale ?.....	50
3.2.2. De nouvelles tendances pour le journalisme ?.....	51
3.3. Vers un nouvel espace public fragmenté ?.....	54
3.4. La pyramide organisationnelle métamorphosée.....	56
3.5. L'expérience d'une démocratie directe et participative ?.....	58
3.6. Une éventuelle légitimité du journalisme en ligne ?.....	60
3.6.1. La reconnaissance identitaire, éthique et déontologique de la presse en ligne.....	64
3.7. L'évolution des pratiques et l'avenir de la presse en ligne.....	67
A- Une nouvelle reconfiguration.....	67
B- L'horizon de la presse en ligne.....	69
Conclusion.....	71
Bibliographie.....	73

Introduction

L'exploitation massive et orientée du cyber frontière a généré l'appellation de « *l'information et la communication numérique* ». Ce concept très en vogue, désigne une nouvelle ère socioéconomique, postindustrielle, qui a transformé les relations et les pratiques sociales du fait de la diffusion généralisée des technologies de l'information et de la communication.

Ce nouveau concept numérique entamé et boosté avec arrivée de l'outil internet, s'inscrit déjà comme le principal support professionnel puisqu'il permet, à lui tout seul, la production, la diffusion et la réception des différents contenus communicationnelles et informationnelles. Désormais, le rythme des activités suit automatiquement la cadence du développement des techniques d'information et de communication, qui deviennent au fil de temps inévitable. En outre, dans ce cours, nous tenterons de mettre la lumière sur la numérisation des procédés de l'information et de la communication marquée par une évolution infaillible dans l'utilisation et l'application des moyens technologiques.

La question du rapport et de l'usage des techniques d'information et de communication est donc largement posée dans les sciences de l'information et de la communication, cela va nous permettre d'approfondir notre cours sur cette transformation qu'ont subie l'information et la communication suite à l'apparition de cette vague de digitalisation. L'essor de ces nouvelles techniques induit différents enjeux et ajustements qui sont liés à leurs caractéristiques d'usages. En effet, nous estimons que toute introduction d'un élément technique et tout changement de processus dans un organisme engendre des moments de doute et de critiques.

A travers ce cours, nous allons formuler plusieurs interrogations relatives à ce nouveau domaine des SIC. Cette nouvelle base de développement technique pourrait éventuellement aider à la modernisation des entreprises médiatiques et de communication ? Tout acte social est déterminé par la technique ? et le besoin d'une société à l'usage de ces techniques engage la détermination de ces derniers ?

Le développement actuel des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) est considérable, en particulier celui d'Internet. Ce dernier a envahi tous les secteurs d'activités, notamment celui de l'information, de la communication et des médias.

Devant la rapidité du progrès technique, et pour faire face aux nouveaux défis, les entreprises de communication font appel aux TIC pour réaliser leurs objectifs, mais aussi pour améliorer leur rendement et, obtenir par la suite de meilleurs aboutissements.

Orientée vers un axe très dynamique de recherche en sciences de l'information et de la communication, ce cours: « L'information et la communication à l'ère de numérique » sera principalement dirigée à décortiquer les nouvelles dispositions numériques des entreprises médiatiques. Nous pensons que l'adoption et par la suite l'expérimentation des différents outils et dispositifs sociotechniques de l'information et de la communication (DISTIC) par la corporation journalistique à engendrer de nouvelles projections, formulations et réverbérations.

Chapitre 1 : La numérisation de la communication et les conditions d'émergence d'une presse en ligne

1.1. L'explosion de la communication et l'évolution des pratiques vers le numérique

Depuis l'introduction des TIC dans les différentes entreprises communicationnelles et médiatiques, considérablement de pratiques novatrices émergent et font surface au quotidien. Nous assistons à une revalorisation du système informationnel, la communication traditionnelle a aussitôt été contaminée par une évolution verticale et horizontale touchant toute la chaîne de production. Cette position a banalisé encore plus la communication, elle a permis un renouvellement constitutif des systèmes classiques. La production, la diffusion, le recueil des données, le traitement, la consommation et l'archivage ont subi d'énormes mutations paradigmatiques et de nouvelles relations socioprofessionnelles.

Le métier de l'information et de la communication est propice à ce genre de manipulation numérique, il reste très favorable à accueillir cette masse de données et de technologie. Philippe Breton et Serge Proulx¹ considèrent que la diffusion à grande échelle des informations et l'explosion de la communication remontent à l'irruption des premiers outils électroniques. Ils affirment que l'optimisation et le déterminisme de l'activité numérique créent une nouvelle idéologie multidimensionnelle. La production de l'information se distingue par sa capacité de réunir plusieurs domaines ; il s'agit d'une hybridation et d'une diversification des méthodes de production. Bernard Miège en conclut : « *Etrange destin que celui de la notion de société d'information* »². Cependant, Josiane Jouet perçoit en ce déploiement des TIC ; comme un moyen de résoudre tous les problèmes ; elle considère ces outils comme des voies de sortie de crise³ dès l'informatisation des entreprises dans les années 1970.

Pour réussir un tel bouleversement, les entreprises de communication confirment leur présence avec un déterminisme technologique sans précédent. La nouvelle organisation du

¹ BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'explosion de la communication : la naissance d'une nouvelle idéologie*, Paris, Edition La Découverte, 1991 , p. 210.

² MIEGE Bernard, *La pensée communicationnelle*, 2eme édition augmentée, Grenoble, Edition PUG, Coll. La communication en plus, 2005, p. 93.

³ JOUET Josiane, *L'écran apprivoisé : télématique et informatique à domicile*, Paris, Edition CENT, 1987, p. 139.

contenu informationnel, son graphisme amélioré et son confort d'utilisation révolutionnent la pratique. L'intégration des formats nouveaux et l'évolution instantanée de l'activité exigent une restructuration radicale et une amélioration réelle en matière de production, de diffusion et de stockage. En interne, une nouvelle étape de redynamisation est engagée. Les exigences de ce super-média pressent les responsables à mettre en place des dispositifs supplémentaires afin d'améliorer les conditions d'exercice.

1.2. Internet, un outil de numérisation des procédés de communication

Internet est l'abréviation d'Inter-Connected-Network, il est considéré comme le plus important réseau d'information, de communication et de télécommunication dans le monde contemporain. Il est qualifié de nos jours « *De réseau des réseaux* », il s'implique largement d'une manière ou d'une autre dans l'évolution de notre vie quotidienne. C'est une technologie qui est née à la base pour des finalités et des objectifs purement militaires. Après un volume de progression fulgurant, il est considéré aujourd'hui comme une promesse orientée vers un monde plus équitable. Eric Maigret souligne à ce propos qu' : « *Internet, mieux que toutes les nouvelles technologies de l'information et de la communication, a incarné au cours de la fin du vingtième siècle la nouvelle espérance* »⁴.

D'un point de vue technique, Internet est une technologie basée sur le Codex, un dispositif technologique qui permet aux utilisateurs d'accéder et de transmettre des informations numérisées en utilisant des habilités techniques adéquates. Selon Arnaud Dufour, le véritable processeur d'Internet tient en la découverte de la communication par paquets, il affirme que : « *L'histoire d'Internet commence aux Etats-Unis dans les années soixante avec la mise en place de réseaux grande distance à commutation par paquets* »⁵.

Dans un contexte de guerre froide, l'envoi de Spoutniks dans l'espace par l'Union Soviétique en 1957, incite le Ministère de la défense Américain d'accélérer le rythme des recherches sur la télécommunication. L'ARPA (Advanced Research Project Agency) est créée avec l'objectif de développer les réseaux de télécommunication et de mettre en place un système de décentralisation des données pour faire face à une éventuelle attaque nucléaire de la part de l'Union Soviétique. Par la suite, nous assistons à la création d'ARPANET en

⁴ MAIGRET Eric, *Sociologie de la communication et des médias*, 2eme édition, Paris, Edition Armand Colin, 2007, coll. U sociologie, p. 225.

⁵ DUFOUR Arnaud, *Internet*, Paris: Edition presse universitaire de France, 1995, p. 25.

collaboration avec l'UCLA (University Of Calofornia), à Los Angeles. Après un processus de développement endogène, on assiste à la naissance d'un réseau interuniversitaire en 1969.

Dans son ouvrage intitulé « *Internet pour les journalistes* », Serge Courrier⁶ explique, que pendant l'évolution des usages d'ARPANET, les milliers d'architectes du réseau ne chôment pas. Il montre que, pour essayer de mettre un peu d'ordre dans les initiatives disparates menées aux quatre coins des Etats-Unis, un groupe de travail met au point une sorte de langue commune, un ensemble de règles qui régit l'envoi et la réception de messages. En janvier 1970, le Network Control Protocol (NCP) voit ainsi le jour sous la houlette du futur père d'Internet : Vinton Cerf.

Deux ans plus tard, en 1971, le nombre d'ordinateurs connectés sur ARPANET s'élève à vingt trois. En 1972, le système du courrier électronique fait son apparition. En 1973, ce projet prend une dimension mondiale, notamment après la création d'une liaison entre l'University College of London en Angleterre et le Royal Establishment en Norvège. A partir de 1974, le système TCP/IP est introduit pour mieux gérer ce réseau ; il est confié l'année d'après à la DARPA (Defence Advanced Research Project Agency). En 1977, les communautés scientifiques de plusieurs pays entament une collaboration pour la première fois à distance.

En 1979, nous assistons à la première initiative de création d'un groupe de nouvelles (News Group) pour les dirigeants politiques et les scientifiques, une inspiration qui met en relation plusieurs pôles de décision et d'importants centres de recherche au niveau mondial. En 1981, plusieurs tentatives de décentralisation dans les réseaux de recherche voient le jour. Les programmeurs utilisent désormais les micro-ordinateurs comme serveurs et développent les BBSs (Bulletin Board Systems) autour d'une zone géographique étroite. Cette technique attire de plus en plus d'utilisateurs, elle permet de construire un large réseau d'ordinateurs interconnectés par une ligne téléphonique. Ce réseau fait apparaître Usenet, un réseau international de forums électroniques.

L'année 1984 est décisive pour ARPANET, qui se voit divisée en deux sections destinées à distinguer les activités militaires (MILNET) et les activités civiles (ARPANET). En 1986, les premiers réseaux Internet voient le jour par l'infrastructure NSFNET. En 1989, 60.000 universitaires branchaient leurs ordinateurs au réseau. La DARPA met fin aux

⁶ COURRIER Serge, *Internet pour les journalistes*, Paris, Victoires Editions, coll. Métiers de journalistes, 2004, p. 32.

activités d'ARPANET en 1990, et à NSFNET en 1991. En 1992, on assiste à la naissance de WWW (World Wide Web) par le CERN (Centre Européen de Recherche Nucléaire en Suisse), qui permet désormais une meilleure collaboration sur le réseau ; il offre la possibilité de consulter les données en textes, images et sons dans un temps record. Selon les chiffres diffusés par cette instance, environs, 1.000.000 d'ordinateurs étaient connectés sur le réseau à cette époque.

Depuis, nous assistons à un déploiement massif de cet outil technologique. Marie-Joseph Bertini⁷ le « qualifie d'opportunité parfaitement signifiante » pour la civilisation humaine ; il constitue aussi pour elle un formidable outil pour la transmission du savoir. En somme, nous vivons donc aujourd'hui dans une mutation profonde engendrée par Internet, une authenticité qui prolonge certaines tendances vers plus de finesse et d'exactitude. La révolution que nous vivons résulte de ces interférences et de ces mutations techniques, sociales, économiques, culturelles et politiques. Nous tenterons dans les parties suivantes de poursuivre notre développement sur les incidences organisationnelles enregistrées dans les entreprises de presse après l'arrivée d'Internet.

1.3. L'imaginaire communicationnel d'Internet

L'essor d'Internet a suscité de nombreuses craintes et de multiples interrogations sur l'avenir des médias traditionnels. Avec l'émergence d'Internet, c'est donc un affrontement d'existence qui s'annonce entre les médias classiques et les nouveaux médias basés sur la technologie d'Internet.

Mais avant de nous prononcer sur l'évolution de cette nouvelle société d'information, nous expérimentons tout d'abord les différentes appartenances de ce nouveau média. Au cours du dernier siècle, les médias ont pris une place importante dans nos sociétés au point de devenir le régulateur des nations. Avec l'explosion d'Internet, plusieurs théoriciens ont tenté de qualifier cet outil. N.J. Jeanneney⁸ assure que les caractéristiques informationnelles d'Internet le propulsent comme un média à part entière. De son côté Eric Maigret⁹, assure que ce moyen est bel et bien un média qui engendre des discours et une idéologie du progrès. Cependant, Dominique Wolton dans ses différents ouvrages met en doute les fantasmes de cette technologie de devenir un jour un véritable média. Au regard de l'ensemble des médias,

⁷ BERTINI Marie-Josèph, Cours de licence 3 Information et communication, *Théorie globale de la communication*, UNSA, 2005.

⁸ JEANNENEY J. N., *Une histoire des média : des origines à nos jours*, Paris, Editions du Seuil, 1996, p. 340.

⁹ MAIGRET Eric, *opus cité*, p. 253.

nous apercevons plusieurs caractéristiques qui font l'originalité d'Internet. C'est un outil qui mobilise plusieurs ressources à la fois. Fort de ses potentialités, cette technologie propose aux usagers de nombreux services classés par catégories. On y trouve des services de communication, d'information, commerciaux et des offres gratuites.

En faisant converger les trois systèmes de signes auparavant distincts, l'écrit, le son et l'image, la numérisation offre un nouveau élan au développement des TIC. Nous assistons à la naissance d'une nouvelle organisation dans les entreprises ; des firmes appartenant à des domaines proches fusionnent grâce à ce réseau, afin de consolider leur position sur les marchés. L'engouement technologique, basé sur la numérisation, offre plus de puissance, de flexibilité et d'exactitude dans la production, alors que la communication traditionnelle reste immergée dans un environnement très centralisé aux moyens très limités.

La réalité des outils classiques se caractérise par une séparation entre ses différentes composantes. Ce mouvement de numérisation entraîne une convergence et une création de plusieurs pôles et de mégas complexes dédiés à la communication. Ces entreprises cherchent à intégrer les services d'Internet et à faire profiter des synergies offertes par cette technologie. En adhérant à cette transposition, les différentes institutions de communication et d'information objectent de devenir des intermédiaires à part entier au public, en lui offrant un produit étudié et instantané.

Cette marchandisation de l'information à grande échelle est l'une des particularités de la société d'information, une situation qui déclenche l'afflux des grands capitaux vers l'environnement de la communication. Nous assistons à une abolition des frontières entre les mondes réel et virtuel. Ce mouvement de convergence débute dès 1990, l'apparition des réseaux Internet offrent aux « *Majors* » d'Hollywood le contrôle total de l'information en Amérique. Par la suite, plusieurs unions sont créées à travers la planète (AOL-Time Warner, Disney- ABC, Viacom-CBS, Sony-Columbia, Vivendi-Universal).

La mondialisation de l'information et de la communication semble envahir la mission des entreprises traditionnelles ; elle offre la possibilité d'accéder à l'information à moindre coût, plus adaptée et en temps réel. Ces nouvelles données deviennent des règles admissibles de nos sociétés modernes, elles produisent une déconstruction puis une reconstruction de l'opération informationnelle. Partant du rôle important que jouent ces nouveaux médias dans notre sphère de vie, nous pouvons affirmer que les avancées technologiques et la numérisation des sociétés permettent la création de nouvelles plateformes médiatiques. Les nouveaux

réseaux du multimédia accompagnent le développement exponentiel du marché afin de générer la mondialisation du flux informationnel.

1.4. L'option technologique

Dominique Wolton, forme plusieurs interrogations sur cette relation, il se demande : « *Y aura-t-il un projet politique et culturel qui s'imposera à la technique, ou est-ce la technique qui s'imposera à la société ?* ». Il observe que : « *Les systèmes échangent des informations. Les hommes et les sociétés communiquent, c'est beaucoup plus compliqué* »¹⁰. De son côté, Alex Muchielli rétorque que : « *Dans un domaine où domine la technique, la conception d'un produit multimédia informatif (site Internet ou Intranet, cédérom, carte de visite électronique...) n'apparaît pas d'emblée comme un problème de communication. Beaucoup y voient essentiellement une succession de problèmes techniques* »¹¹.

L'avènement d'Internet a eu un impact considérable sur les pratiques socioprofessionnelles de nombreux domaines ; l'environnement informationnel n'a pas été épargné par cette altercation mondiale. La gigantesque implication des nouvelles techniques et l'association en masse des données technologiques engendrent, au fil des années, une situation d'acculturation technico-technologique et provoquent une nouvelle théorisation du système informationnel en place. Cette nouvelle représentation met en cause le dispositif traditionnel et critique les différents positionnements professionnels existants. La mise en cause de quelques principes traditionnels propose une nouvelle ouverture engouffrée dans l'ère des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Ce nouveau système de production et de diffusion d'information jouit d'une place indispensable dans notre société moderne. Il convient ici de distinguer plusieurs principes qui définissent cette activité, le système est :

« Un ensemble d'éléments matériels ou immatériels (hommes, machines, règles...) en interaction, organisés en fonction d'un objectif à atteindre et transformant un ensemble d'éléments reçus en entrée et un ensemble d'éléments de sortie. L'objectif est la raison d'être

¹⁰ WOLTON Dominique, *Internet et après ? : Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris, Edition Flammarion, coll. Champs Essai, 2000, p. 54.

¹¹ MUCCHIELLI Alex, « De la problématique de communication d'un produit multimédia informatif à la formulation des grandes lignes de concept », *Réseaux n°116*, Paris, Edition La Découverte 2002, p. 105.

de tout système. En effet, l'ensemble des éléments qui interagissent dans le système sont organisés pour atteindre un objectif bien déterminé »¹².

Entre les deux termes, technique et technologie, il existe un rapport de cause à effet. Le dictionnaire Critique de la Communication englobe les deux expressions : ces combinaisons « *Permettent de nouvelles formes de médiations très diversifiées. Par exemple, le téléphone cellulaire, la télécopie, la télématique, la monnaie électronique, la télé conférence assistée par ordinateur* »¹³. Souvent il existe une confusion de classification terminologique des deux mots. D'ailleurs, la langue anglaise les synchronise sous un seul mot « *Technology* », cette conception résout les problèmes d'utilisation et établit un rapport de représentation technico-technologique. Il faut signaler qu'en sciences de l'information et de la communication, les évolutions technologiques, qui se poursuivent depuis la fin du siècle passé, apportent un changement radical sur les philosophies de raisonnement et sur l'organisation générale de ces activités.

Azzedine Bouderbane, expert en culture des technologies d'apprentissage, affirme que l'introduction des nouvelles technologies d'information et de communication dans nos activités quotidiennes génère une prolifération des ressources et une mutation des usages, des tâches et des comportements :

« De nos jours, il ne suffit plus de savoir lire, il faut aussi savoir utiliser de nouveaux moyens de communication afin de pouvoir accéder plus facilement à l'information recherchée. Dans cette société du savoir, l'avenir reposera sur nos capacités à utiliser et à exploiter nos connaissances. Le développement rapide des technologies entraîne l'apparition d'un large éventail de produits et de services nouveaux et utiles qui permettent l'accès à l'information à travers des moyens efficient qui, souvent, semblent très compliqués par rapport aux utilisateurs »¹⁴.

L'ensemble des outils technologiques influencent l'activité de la communication, les médias traditionnels sont en plein bouleversement et la maîtrise des techniques de l'information devient incontournable. L'intensification des produits techniques et la prolifération des nouvelles technologies, jour après jour, font émerger de nouveaux

¹² TAOURI D., BELAID M. C., *Introduction aux systèmes d'information*, Bouira (Algérie) : Edition Pages Bleues, 2008, p. 10-11.

¹³ MUSSO Pierre, SFEZ Lucien (dir.), « Offre et demande de biens de communication », *Dictionnaire critique de la communication*, Paris, Edition PUF, 1993, p. 297.

¹⁴ BOUBERBANE Azzedine, SMAKDJI Samia, « Culture technologique et apprentissage à l'université », *RIST*, Volume 18, n° 02, Alger, 2010, p. 66-67.

paradigmes et dispositifs qui demeurent des outils dissuasifs dans ce nouvel environnement communicationnel. Au cours des différentes parties de ce cours, nous aborderons fréquemment la question des nouvelles techniques utilisées dans cette pratique.

Notre cours consistera à étudier les usages des TIC dans les pratiques quotidiennes en communication et au sein des médias de la presse écrite. Ce renouvellement nous donne l'opportunité de repenser la reconfiguration générale de l'objet étudié ; le débat général sur la cannibalisation des nouveaux médias sur les médias traditionnels est vif et offre aux chercheurs un milieu adéquat d'expertises. Les nouvelles techniques de l'information et de la communication proposent un dispositif complexe qui suscite une réflexion très méthodique ; elles sont porteuses de plusieurs transformations.

Après cette approche théorique, nous allons tenter de comprendre dans les parties suivantes, la nouvelle forme de communication qui régit les entreprises médiatiques. Il ressort que, désormais, qu'en plus du flux informationnel qu'elle transmet, la technique devient une base de communication capitale pour l'individu et les organisations.

1.5. La valorisation d'Internet et la redéfinition des stratégies communicationnelles et médiatiques

A la lecture de l'historique des grands bouleversements qui ont accompagnés les modalités de fonctionnement de l'univers médiatique, il apparaît que la manifestation d'Internet domine largement le basculement de l'environnement informationnel. Cette renaissance médiatique représente de nouveaux vecteurs communicationnels et offre des solutions performantes aux organisations de l'information. L'insertion d'Internet dans les tâches quotidiennes des médias favorise une nouvelle organisation ; les responsables des médias en Europe et en Amérique ont très vite adopté et adhéré à cette nouvelle stratégie dès 1992 et créent une centaine de sites dédiés à l'information en temps réel. Ces premières tentatives proposaient un contenu très simple basé sur le texte, quelques photographies et graphiques.

Dans cette perspective, il est intéressant de rappeler que l'attraction technologique devient une priorité aux organes médiatiques et de communication, une dynamique fusionnelle qui fait évoluer les infrastructures et modernise l'ensemble des équipements. Pierre Polome qualifie ce moyen technologique de paradoxe indispensable.

« Internet bouscule l'ordre fragile des médias... A défaut de vivre déjà cette vision futuriste, il est incontestable que l'idée même d'information est profondément remise en question par l'évolution numérique...en quinze ans, Internet a évolué de façon extrêmement rapide, passant d'un simple espace de consultation à un réseau de réseau où dominant l'interactivité et la participation »¹⁵.

La valorisation d'Internet remet en question les différentes caractéristiques des entreprises ; les responsables font appel à l'insertion des TIC afin d'améliorer l'image de marque de leurs entreprises. Nombreux sont les colloques et les séminaires qui ont abordé cette juxtaposition, le recours à ces outils est apparu comme une nécessité imposée par les exigences de la mondialisation des mass-médias. L'accélération du rythme d'inventions technologique à travers la planète, et le déploiement particulier de cette activité pousse les pouvoirs publics à miser sur le secteur de l'information. Les grands régimes planétaires sont les premiers à financer, d'une manière directe, le processus d'introduction d'Internet dans leurs institutions, certainement motivé par les multiples enjeux que représente cette technologie. Néanmoins, la suite des événements montre que les caractéristiques sociotechniques des nouvelles technologies rendent l'opération de veille sur l'activité journalistique et communicationnelle quasiment impossible.

L'expérience de l'introduction des TIC dans ces entreprises est marquée par une représentation générale d'amplification et de déploiement technique. C'est un véritable engouement pour les entreprises ; la technique d'Internet est considérée du coup comme un moteur de ces sociétés.

Sur ce sujet, les changements enregistrés dans l'organisation des institutions de l'information et de la communication, de manière globale, et dans le secteur de la presse écrite de façon spécifique, constituent une matière d'expérimentation et d'analyse propices pour nos prochains chapitres. Les objectifs affichés de notre cours et les spécificités du sujet traité nous offrent un univers de recherche très varié. Plusieurs approches seront étudiées, nous cherchons à identifier les véritables changements causés par l'introduction des technologies d'information et de communication dans la gestion quotidienne des entreprises de communication et les médias.

¹⁵ POLOME Pierre, *Les médias sur Internet*, Toulouse, Edition Milan, coll. Les essentiels Milan, 2009 , p 4.

1.6. Conceptualisation de presse en ligne

« Parler de presse en ligne ne va pas de soi et nécessite d'entreprendre la définition de celle-ci. La notion de presse en ligne fait d'abord référence à un contenu d'information produit dans le cadre d'un projet éditorial. L'information véhiculée par des supports numériques est une notion beaucoup plus large, allant de la simple donnée au propos le plus élaboré. L'information de presse se situe explicitement dans le cadre des médias et de leur rôle traditionnel dans une société : exercer un rôle de médiateur entre les événements, les phénomènes, les problèmes qui parcourent une société et chacun des membres de celle-ci »¹⁶.

L'expression « *en ligne* » est devenue banale pour désigner un ensemble de technologies qui se sont développées depuis deux décennies, un agencement qui ne cesse de s'amplifier pour envahir tous les secteurs privés et professionnels. La presse écrite n'a pas échappé à ce bouleversement, notre décryptage montre cette harmonisation technique ascendante qui génère une révolution numérique. Sur le plan lexical, le mot « *en ligne* » renvoie à l'ensemble des procédés technique et numérique que l'individu utilise afin de produire une activité ou d'aboutir à des résultats. Néanmoins, la technologie signifie plutôt la capacité à conceptualiser ou expliquer et à définir certains procédés et activités. C'est, en d'autres termes, le savoir sur la technique et sur la pratique.

La technique est aussi « *L'ensemble des moyens, des procédés mis en œuvre dans la pratique d'un métier, d'un art, d'une activité quelconque* »¹⁷. Dans cette définition, la technique apparaît comme un ensemble de procédés qui vont être utilisés dans la pratique de tel ou de tel métier. Internet, dans son développement quotidien, bouleverse les pratiques sociales. L'univers de la presse et, surtout, de la diffusion des informations n'a pas échappé à cette redéfinition, il est considéré comme l'un des domaines les plus touchés par l'avènement d'Internet.

Cela signifie, dans le cas de la pratique journalistique, que la technique constitue l'ensemble des moyens utilisés pour pratiquer le journalisme. Désormais, nous entendrons par le mot technique « *en ligne* » dans le domaine de la presse, tous les moyens numériques utilisés par un individu ou par un groupe afin d'atteindre des objectifs bien déterminés. Dans sa constitution atypique, Internet, en tant que média, offre de nouveaux enjeux au secteur de la presse. D'une part, il sert d'interface pour la collecte, le traitement, l'analyse, la réalisation

¹⁶ CHARON Jean-Marie, LE FLOCH Patrick, *opus cité*, p. 5.

¹⁷ ROBERT Paul, « Le petit robert », *dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, Paris, Edition Atlas, 2001, p. 2219.

et la diffusion des informations sur un seul support. D'autre part, Internet représente un danger pour la presse traditionnelle en lui imposant une rivalité terrible sur la forme et le contenu. C'est-à-dire que sur le réseau d'Internet, à côté de la presse en ligne, circule une multitude d'informations qui ne relève pas du journalisme.

La presse en ligne reflète donc cette modification, et une nouvelle approche dans la diffusion des informations. En parlant de cette diffusion, il est très possible aujourd'hui d'atteindre un public éparpillé à tous les coins de la planète. A travers l'interactivité que permet Internet, il est envisageable de communiquer avec ce nouveau public redéfini. Il n'est plus question d'estimer que les lecteurs d'un journal sont ceux qui ont accès uniquement à sa version imprimée. La représentativité du public affiche une nouvelle identité, elle sera délocalisée de la zone de diffusion géographique du journal, il devient possible de recevoir les informations en consultant les sites de journaux en ligne à travers la planète.

« Le média en ligne est avant tout un site Internet ouvert et vivant, qui fonctionne dans une dynamique transversale ; il est relié à d'autres sites et à tous les utilisateurs. La tendance est à la dématérialisation : de support physique (papier, par exemple), on est passé au site Internet et bientôt à une forme diffuse, notamment via les réseaux communautaires. On peut cependant lui appliquer des critères journalistiques classiques pour tester sa crédibilité : mention des sources, sérieux, intégralité de l'information. Les médias en ligne se regroupent en familles distinctes, mais toutes marquées par la continuité du flux et de la participation. Avec plus ou moins de réussite et de qualité »¹⁸.

La presse en ligne offre un contenu intentionnel d'analyse issu d'un traitement journalistique. En effet, nous distinguons, par cette appréciation, la recherche, la collecte, l'analyse et la présentation des preuves, ensuite la diffusion des données sur le site web du titre journalistique. « *On entend par service de presse en ligne tout service de communication au public en ligne édité à titre professionnel par une personne physique ou morale qui a la maîtrise éditoriale de son contenu, consistant en la production et la mise à disposition du public d'un contenu original* »¹⁹.

Parler de la presse en ligne est synonyme d'une démocratie participative dans les sociétés contemporaines ; ce nouveau média est comme la représentation des kiosques services sur la toile, où nous pouvons retrouver la majorité des titres en version numérique

¹⁸ POLOME Pierre, *Opus cité*, p. 13.

¹⁹ Amendement 201 de l'article 11 de la Loi sur la Protection de la création sur Internet, votée le 2 avril 2009, République française.

attractive. De plus, les entreprises de presse développent continuellement leurs techniques d'information sur le web, un dispositif qui nous amène à s'interroger sur les changements entraînés au sein des différentes structures de la société. De ce fait, nous tenterons de mettre la lumière sur cette révolution professionnelle dans les parties suivantes, nous estimons qu'elle est porteuse d'un changement organisationnel, social, culturel, et économique.

1.7. Les grandes transformations médiatiques depuis les années 1970

L'analyse d'un tel sujet portant sur la presse en ligne nécessite, avant tout, une reconstitution complète des circonstances de sa création, de ses transformations, et de sa structuration actuelle. Notre recherche prend place dans une ère marquée par une multiplication de discours prônant un changement radical dans toutes les sphères de nos sociétés. Internet constitue un des maillons forts de cette idéologie, il annonce la montée en puissance de l'information numérique, en amplifiant davantage tous les procédés techniques et pratiques habituelles du métier journalistique.

« L'informatisation de la fabrication des journaux (dès la fin des années 1960 en Amérique du Nord), puis du traitement des textes eux-mêmes, incite très tôt quelques titres de la presse écrite à proposer leur documentation, voire une sélection de nouvelles, sur les supports téléinformatiques et télématiques. Le développement de réseaux télématiques grand public en Europe et singulièrement en France est l'occasion de préfigurer une forme rudimentaire de presse en ligne »²⁰.

Les deux auteurs reconnaissent que la diffusion d'Internet constitue le véritable développement d'un nouveau média d'information qui justifie alors pleinement l'appellation de presse en ligne. L'accroissement des débits contribue à ce que radios et télévisions rejoignent les titres de presse écrite dans un premier essor qui connaît un coup d'arrêt avec l'éclatement de la « bulle Internet ». Ils estiment que, dès lors, nombre de sites doivent revoir leurs ambitions, ralentir leur développement, ce qui n'empêche pas que la seconde moitié de la décennie 2000 connaisse un nouvel enrichissement de l'offre de contenus liés aux fonctionnalités du « Web 2.0 », alors même qu'une génération de sites dits *Pure-Players* fait son apparition dans le domaine de l'information politique et générale, le plus souvent à l'initiative de journalistes.

²⁰ CHARON Jean-Marie, LE FLOCH Patrick, *opus cité*, p. 9.

C'est en 1971 que la Poste britannique a commencé à travailler sur un service d'information électronique nommé Prestel. Il est lancé huit ans plus tard. Prestel fournit des informations et des renseignements électroniques, de même que des services comme la banque à domicile ou la réservation de billets d'avion, tous reliés à des terminaux spéciaux. L'invention du Minitel en France, en 1972, donne un nouveau souffle au projet des journaux électroniques. En 1984, le journal *Libération* en fait une petite démonstration en la matière en utilisant le Minitel pour donner le palmarès des Jeux Olympiques de Los Angeles, et ce après l'heure d'impression de son édition du lendemain.

« La première expérience de journal électronique véritable est celle du quotidien local américain San Jose Mercury News qui a lancé en 1993 une version électronique, le Mercury Cen. Depuis lors, le mouvement est allé très vite. Si en 1994, on comptait toujours sur les doigts de la main le nombre de journaux passés à la diffusion en ligne, le magazine suisse Webdo en dénombrait plus de 6.000 au 15 juin 1999. Dans le monde francophone précisément, dans un premier temps, la presse française a regardé avec intérêt le développement des réseaux en ligne et les expériences menées par les journaux anglo-saxons. Puis, dès le début de 1995, plusieurs titres ont sauté le pas, de *Libération* au *Soir de Bruxelles*, des *Dernières Nouvelles d'Alsace* à l'*Hebdo suisse*»²¹.

D'après ce témoignage, nous en déduisons que la constitution de la presse en ligne précède le développement des réseaux d'information grand public. L'Europe et notamment la France ont été un horizon éblouissant pour le développement de cette presse à partir des années 80, par la suite, l'arrivée de l'outil Internet bouleversera totalement les données dans les années 90. L'offensive de la presse écrite sur Internet, qui est néanmoins incontestable aujourd'hui, est certainement la suite logique d'un processus entamé depuis plusieurs décennies. Les premières expériences dans l'information électronique remontent aux Etats-Unis d'Amérique dans les années 70.

Comme dans chaque nouvelle expérience, la presse a traversé plusieurs périodes de constitution pour parvenir à la place qu'elle occupe actuellement. Le premier journal de notoriété à proscrire l'idée de la mise à disposition d'informations numérisées à partir des réseaux disponibles est le géant américain le *New York Times* qui, de 1968 à 1972, conduit études et développement pour la mise à disposition de sa documentation sous forme de

²¹ GUERIN Serge, *La cyberpresse : la presse et l'écrit off line, on line*, Paris, Edition Hermès, 1996, p. 156.

« *Banques de données d'information grand public* »²². Cependant, faute de résultats concrets et de rentabilité, il a été forcé de céder cette technologie au groupe Mead, spécialisé dans les banques de données professionnelles. Entre-temps, d'autres titres se sont engagés sur la même voie, à l'instar du *Boston Globe* ou du *Christian Science Monitor*.

Ces premiers services en ligne peuvent être reçus sur des terminaux consacrés aux micro-ordinateurs. Toujours selon Guerin, en 1982, la filiale du groupe exploite le *Dow Jones News/ Retrieval*, elle emploie 150 personnes et compte 55.000 abonnés. Quatre ans plus tard, ce chiffre a atteint les 200.000 habitués. L'histoire de la presse en ligne a commencé par ce mouvement d'association entre les deux supports un peu partout dans le monde. Au Japon, plusieurs expériences ont eu lieu, mais la plus intéressante est celle du groupe *Nikkei*, éditeur de *Nihon Keizai Shimbun*, qui a réussi à développer sa stratégie de fonder un modèle de presse en ligne, avec très avancé pour cette époque.

En Europe, les opérateurs téléphoniques ont été les premiers à s'intéresser à cette transformation. Tout d'abord, ils ont commencé à chercher des partenariats avec les entreprises de presse pour proposer aux abonnés le traitement de l'actualité générale. Un deuxième groupe se spécialise dans l'information rétribuée directement par l'utilisateur, ce support offre un potentiel plus riche pour le traitement du contenu, mais dont le financement est risqué. Cette rétrospective affiche le besoin enthousiaste pour l'information, l'individu avait besoin de retrouver ses perspectives au milieu de cette évolution visible, accessible et alternative.

1.8. Premiers usages de presse en ligne

L'expression de la presse en ligne utilisée dans notre recherche regroupe toutes les techniques qui sont mises à la disposition des différents acteurs de ce secteur. Dans cette partie, nous avons décidé de nous limiter aux médias qui se lancent professionnellement dans le domaine de la presse électronique. L'histoire de l'institution de ce nouveau média a été réalisée en France à l'époque du Minitel, ce dispositif est estimé comme étant la première épreuve de la presse électronique actuelle. Et comme nous le verrons dans les parties suivantes, l'insertion de l'informatique et des nouveaux procédés scientifiques au sein de la presse traditionnelle a eu des effets rationnels sur l'évolution des pratiques et des

²² CHARON Jean-Marie, *La presse en France de 1945 à nos jours*, Paris, Edition du Seuil, 1991, p. 143.

comportements sans véritablement la bouleverser. Malgré cette distanciation identitaire, il serait une erreur de distinguer ou de dissocier la presse classique de ce nouveau média.

Yannick Estienne est l'un des premiers à défendre cette complémentarité entre les deux expériences :

« Nous ne perdons donc pas de vue le fait que l'apparition et le développement de cette presse s'inscrit dans le cours de l'évolution des médias et ne marque pas une rupture décisive, comme certains le prétendent. Dans une certaine mesure, la presse en ligne conclut un cycle commencé, à la fin des années 1970, par la numérisation de la production et des contenus. Située au confluent des principales innovations technologiques, organisationnelles, économiques et éditoriales, elle constitue de fait un bon terrain d'observation des transformations que les médias ont connues ces dernières années »²³.

Après une phase d'incertitude qui a duré une dizaine d'années, les médias classiques se sont lancés dans l'exploitation du réseau Internet. Mais entre ces deux périodes, il y a eu toute une étape de transposition du contenu papier vers le numérique, l'objectif était de proposer au lecteur une version attirante et séduisante avec le son et l'image ajoutés au support écrit. Les investissements et les fréquentations n'ont guère cessé d'augmenter durant trois décennies, et ce à partir des années 1980. Cette émergence de la presse en ligne bouleverse le monde du journalisme, plusieurs rédactions spécifiques ont vu le jour tout comme de nouvelles fonctions.

1.8.1. La mobilité du papier vers le web

L'opération de mise en ligne des journaux s'est faite, généralement, d'une manière progressive dans les rédactions de la presse écrite. Comme signaler précédemment, cette presse électronique a une origine américaine et son histoire remonte à 1992, année de la mise en ligne du *Chicago Tribune*. En 1993, le quotidien *San José Mercury News* crée une version en ligne. Les sites offrent alors de nombreuses informations supplémentaires qu'on ne retrouve pas dans l'édition imprimée : textes complets des conférences et différents communiqués non publiés dans le journal, mais aussi le fil déroulant de dépêches d'agences.

A partir de 1995, la plupart des quotidiens d'information se lancent dans l'aventure en ligne, en intégrant, dans les premiers temps, des services de distribution électronique.

²³ ESTIENNE Yannick, *opus cité*, p. 57.

Plusieurs autres options ont été ajoutées à ce nouveau média, notamment aux Etats-Unis d'Amérique, où plusieurs stratégies de développement seront adoptées. En effet, les quotidiens américains ont accepté de mettre en ligne un véritable journal dont le contenu est totalement distinct de l'édition papier.

En France, avec sa rédaction propre, le journal permanent du *Nouvel Observateur* utilise toutes les potentialités du web pour élaborer une version en ligne à part entière. Idées suivies en 2005 par son concurrent direct, *L'Express*. Cette alternative fait son chemin, et va même plus loin avec la méthode empruntée des quotidiens américains à savoir fusionner les deux rédactions : celle du papier et celle du web. En 2005, Serge July, alors patron de *Libération*, déclarait qu'il lui semblait que cette solution était la plus valable entre toutes²⁴. Entre hésitation, volte-face, engagement, on voit bien que les dirigeants de groupes de presse ont du mal à se lancer sur la toile. La principale explication est celle de la rentabilisation des investissements alloués aux sites Internet. En effet, si la rentabilité des journaux papier se fait à la fois grâce à la vente des contenus rédactionnels, et à celle d'espaces publicitaires, sur le Net ces deux sources semblent insuffisantes et trop instables.

D'après notre exploitation du parcours historique de la presse en ligne et ses relations avec la version papier, nous pouvons dire que le constat n'est pas si noir et que les deux principales sources de revenus des quotidiens papiers peuvent être utilisées pour la presse en ligne. En conséquence, depuis 2003-2004, les lecteurs semblent de moins en moins réfléchir à payer une partie des contenus proposés sur les sites d'information. « *Internet est de plus en plus payant et la presse est de plus en plus gratuite* »²⁵, déclare Olivier Pastré, chroniqueur sur France Culture. La recette publicitaire des journaux augmente partout dans le monde, les investissements publicitaires sur le web ont progressé de 74% sur les dix premiers mois de l'année 2005²⁶. Nous pouvons donc, constater qu'Internet ne joue pas un mauvais tour à la presse et, qu'au contraire, il accompagne ce bouleversement en lui procurant de nouveaux automatismes de développement.

Pour conclure cette partie consacrée à la transition du papier vers l'électronique et à la responsabilité d'Internet dans la crise de la presse écrite, nous pouvons reprendre la réponse

²⁴ MARQUIS Eric, *La presse malade imaginaire*, Paris, Edition Les carnets de l'info, coll. Les partis pris des carnets de l'info, 2006, p. 18.

²⁵ PASTRE Olivier, La crise de la presse, France Culture radio, « *les chemins de la connaissance* », émissions du 27/11/2006 au 01/12/2006.

²⁶ Etude de TNS « Media Intelligence », Novembre 2005.

de Bruno Patino²⁷ à un journaliste sur la responsabilité et la passation du flambeau entre les deux côtés :

« Imputer la crise de la presse à Internet c'est user du proverbe qui veut que le soulier ait tort quand on trébuche. Un média s'impose moins par ce qu'il est, que par ce qu'il permet : la prise en main par l'audience d'outils destinés à chercher et à trier l'information, la copier et la diffuser, opérations réservées jusqu'ici aux professionnels de la communication. La différence avec la radio et la télévision est qu'Internet permet d'entamer les privilèges du métier d'informer, à commencer par le premier, le monopole de l'expression publique »²⁸.

Le succès de la presse sur Internet menace même l'image du titre journalistique et la valeur de sa marque. Bernard Poulet estime que :

« Trop d'éditeurs justifient leur faible réactivité à la nouvelle technologie par le fait qu'ils disposeraient de marques fortes, vers lesquelles les internautes se dirigeraient naturellement, attirés par le capitale de confiance et la crédibilité desdites marques. Sans même insister sur le fait que les nouvelles générations, très peu acheteuses de journaux, ne s'intéressent guère aux vieilles marques »²⁹.

1.8.2. Les enjeux de la mise en ligne

Internet et les nouveaux réseaux numériques constituent un champ de développement extrêmement prometteur pour les entreprises de presse. Cohérentes et pertinentes, ces catégorisations occupent désormais une place importante dans la constitution des sociétés modernes. « *Pour s'implanter sur ce nouveau marché, beaucoup d'entre elles ont développé des stratégies centrées sur l'affirmation de leurs marques et la déclinaison pluri-média des continus* »³⁰. Le développement *via* Internet constitue donc un enjeu majeur pour les entreprises de presse, les améliorations apportées aux sites web en ont fait des outils d'information à part entière, bien que les premiers pas aient été soupçonnés. Cette mise en réseau impose une adaptation constante, les journaux devaient modifier leurs façons de concevoir l'information et de la travailler.

²⁷ PATINO Bruno, FOGEL Jean-François, *Une presse sans Gutenberg, pourquoi Internet à bouleversé le journalisme*, Paris, Edition points, Coll. Points, 2007, 156.

²⁸ PATINO Bruno, « Le 11 septembre c'est le baptême du web », Article paru dans le journal : *Le Nouvel Observateur*, France, 15/12/2005

²⁹ POULET Bernard, *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Paris, Edition folio, coll. Folio actuel, 2011, p. 53.

³⁰ TESSIER Marc, BAFFERT Maxime, *La presse au défi du numérique, Rapport de mission*, Sénat, République française, février 2007.

« La position de départ de ces stratégies est la forte lueur des marques de la presse, l'attrait des valeurs qu'elles peuvent véhiculer (légitimité, confiance, qualité de l'information, analyse et recul critique...) ainsi que l'attachement des lecteurs à leurs journaux. Il est incontestable que ces atouts attribués à la presse peuvent constituer un levier fort de fidélisation des internautes »³¹.

L'objectif poursuivi par la majorité des éditeurs consiste donc à transférer la fusion de la presse avec ses lecteurs papier vers le numérique, en leur proposant non seulement des contenus proches de ce qu'ils peuvent trouver dans leur titre mais aussi de nouveaux contenus voire des services et des activités entièrement nouvelles. « Ainsi, la marque permet de véhiculer des contenus tout en apportant une caution et un attrait »³². Cette logique semble prometteuse, elle permet aux entreprises de presse de valoriser sur Internet leurs principaux atouts ; la capacité de générer des contenus intéressants pour les consommateurs et à leur fournir en même temps une information de qualité.

De ce fait, pour s'adapter à ce nouveau média, des changements importants ont été opérés en matière d'édition de l'information. C'est pourquoi le contenu en ligne du journal numérique revêt généralement une spécificité par rapport à sa version papier. L'édition en ligne apporte d'ailleurs sa valeur ajoutée, puisqu'elle permet, par exemple, de lier un article avec un dossier et de bénéficier des atouts du multimédia.

« L'usage d'Internet a modifié les rapports de force dans la sphère des médias en introduisant la possibilité d'une expression directe et populaire par l'intermédiaire des blogs et des sites personnels et associatifs, permettant l'émergence de mouvements d'opinions et leur large échelle. La société civile utilise ainsi de manière préférentielle Internet comme média d'échange pour promouvoir des valeurs collectives et de proximité plus à même de prendre en compte les besoins des citoyens »³³.

En somme, nous pouvons affirmer que les discours autour de cet avènement témoignent d'une activité professionnelle engageante et soutenue. En outre, la majorité des journaux en ligne sont encore gratuits et il est clair que cette gratuité est non négligeable. En

³¹ KINDREBEOGO Monique, L'usage de la presse en ligne chez les jeunes, Nice, Université de Nice, Master 1 Info&Com, direction Cécile De Barry, juin 2007, p. 56. Consulté le : 23/03/2011.

³² La direction du développement des médias (DDM), rattachée au service du Premier ministre du gouvernement français, est un organisme publiant des statistiques sur la presse française. Ses publications sont diffusées par la Documentation française.

³³ ARNAUD Michel, *Liberté, égalité, fraternité dans la société de l'information*, Paris, Edition L'Harmattan, 2007, p. 95.

effet, le lecteur participe activement à la gestion de l'information, et à la personnalisation des contenus reçus selon ses goûts et ses besoins.

1.9. L'histoire de l'émergence d'une presse en ligne

1.9.1. Les premiers sites d'information

Les premiers sites d'information qui voient le jour sur le web sont pour la plupart des versions numériques des quotidiens-papier. Voyant l'importance grandissante du réseau numérique, ce lancement s'est fait sans avoir de réelle idée de ce que pourrait être le site d'un quotidien. Malgré la réticence des rédacteurs les plus anciens ayant l'amour du papier, les potentialités nouvelles que laissent entrevoir la presse en ligne ont fini par convaincre les différents groupes de presse de se lancer dans cette aventure. La presse a traversée plusieurs phases de turbulence peu avant le changement vers le numérique, l'introduction de l'informatique dans les salles de rédaction est perçue comme un acte de désacralisation du journalisme.

« La numérisation de la production a permis de transférer progressivement sur support informatique l'intégralité des articles publiés sur le support papier. Au-delà du changement dans l'organisation du travail et l'équilibre des métiers de la presse, l'informatisation des rédactions fut le préalable à l'émergence d'une véritable presse électronique. La numérisation des contenus a ainsi permis de constituer une mémoire électronique du journal capable de pallier la dimension éphémère de l'information de presse (en particulier celle de la presse quotidienne)»³⁴.

Au départ, ces sites web ressemblent plutôt à des calques des « Unes » des journaux sans de réelles offres aux internautes, excepté la consultation gratuite d'une partie de l'édition papier. Durant les années 1980 et 1990, le monde de la presse écrite affronte de nouvelles transformations, il est traversé en profondeur par d'importants changements techniques et organisationnels. Les perfectionnements techniques du réseau et la compréhension des habitudes d'internautes ont permis d'affiner l'offre afin de répondre aux attentes des lecteurs et aux exigences des professionnels. Face à cette concurrence, la presse écrite est confrontée à une complexe question : est-ce que mettre en ligne gratuitement le contenu des articles papier est un moyen de conquérir des marchés, ou est-ce se concurrencer soi-même ?

³⁴ ESTIENNE Yannick, *opus cité*, p. 60.

Si, comme annoncé précédemment, la réaction première était d'offrir gratuitement un accès aux articles en ligne, le développement des sites d'information et la détérioration de la santé économique de la presse poussent ces titres à revenir quelque peu sur leurs pas. Effectivement, la peur d'une cannibalisation numérique est constante et le sentiment d'impuissance face à cette prise de pouvoir est remarquable. Jean-Marie Charon³⁵ remarque que l'association photocopieuses-ordinateurs a provoqué la disparition de la compétence pointue du métier qui a longtemps piloté la phase de composition : le typographe-linotypiste. Appartenant à ce qu'il était convenu d'appeler « *L'aristocratie ouvrière* », ce dernier est alors remplacé par un opérateur dont les seules qualités sont réduites à la rapidité de frappe. Du côté de l'impression, les rotativistes deviennent, avec l'entrée de l'information dans les rotatives offset, de simples conducteurs de grosses machines.

De plus, l'exploitation des articles de cette information en ligne s'est vu échapper au contrôle total des rédactions suite à l'arrivée de portails et de sites d'informations citoyennes. Le problème est essentiellement économique, puisque dans ce cas de figure, même si l'internaute navigue sur un site d'un journal, le bénéfice en revient au fournisseur d'accès Internet. Cette question pose l'un des problèmes principaux de la presse en ligne à ses débuts.

« Au début des années 1980, la presse électronique fait ses premiers pas dans un contexte de changements techniques et organisationnels majeurs. Les éditeurs traditionnels s'associent rapidement aux premières expériences dans le domaine du vidéo texte. Les services d'informations sur Minitel préfigurent, dans une certaine mesure, ce que sera la presse en ligne. Si une partie des journalistes s'enthousiasme pour ces transformations profondes provoquées par le passage au numérique, on observe que, ce que d'aucuns nomment sans l'analyser, la résistance au changement l'emporte souvent dans les premiers temps. Après l'ordinateur, l'introduction d'Internet dans les rédactions ne s'est pas faite sans remous même si, depuis, l'utilisation des réseaux est totalement intégrée aux pratiques professionnelles »³⁶.

Comme nous l'avons dit précédemment, les journaux anglo-saxons ont été les premiers à investir dans la presse électronique vue l'approche technologique existante entre la découverte d'Internet et l'émergence de ce nouveau média. En France, *la Nouvelle République du Centre Ouest* est le premier quotidien dans l'hexagone à avoir créé des bases de données informatisées en texte intégral. Cette première expérience française est arrivée à maturité vers la fin des années 1970. A partir des années 1980, *l'AFP*, *Le Monde*, *L'Express*

³⁵ CHARON Jean-Marie, *opus cité*, p. 45.

³⁶ ESTIENNE Yannick, *opus cité*, p. 58.

et *La Croix* affichent une nouvelle version après l'introduction de l'électronique dans leurs plans stratégiques. Après cette période d'évaluation, de vérification et d'engagement :

« L'étape suivante du processus d'informatisation des données du journal comprend donc un passage progressif d'un usage strictement interne (réservé aux journalistes et aux documentalistes) à une diffusion vers l'extérieur, à destination du lectorat et des consommateurs d'information de presse. Alors que les métiers de la presse font leur révolution dans un environnement technique et organisationnel mouvant, les éditeurs réfléchissent à la façon de valoriser la production journalistique. Avec l'expérience des premiers services d'information sur le Minitel, la numérisation des contenus représente le facteur décisif de l'essor d'une presse électronique »³⁷.

Les risques liés à cette libre disponibilité ont eu pour conséquence un retrait de plus en plus important des articles en accès gratuit. Ce retournement, lié essentiellement à la condition économique des journaux, pèse en termes d'image sur les quotidiens. Les internautes ont, en quelque sorte, l'impression de devoir monnayer un service qu'on leur avait jusque là offert. Les éditeurs cherchent, depuis quelques années, une alternative qui ne se résumerait pas à limiter les dommages. L'une des solutions trouvées est d'offrir une grande partie des articles du quotidien papier, tout en réduisant le contenu consultable comme l'a fait *Le Monde.fr* et qui peut être à l'origine de son succès, puisqu'il est encore aujourd'hui le site d'information de la presse le plus consulté en France.

1.9.2. L'extension de la presse en ligne

Yannick Estienne³⁸ affirme, que la presse en ligne ne prend réellement son essor qu'au moment de la deuxième vague de création de sites qui débute autour de 1998. Si, à cette date, la plupart des journaux disposent déjà d'une version Internet, les projets éditoriaux en ligne prennent une toute autre dimension. Entreprises et groupes de presse accélèrent leur diversification multimédia en mettant en œuvre les moyens d'une politique ambitieuse. Des stratégies vont rapidement se dessiner. Dans les entreprises de presse, la structuration de l'activité web passe notamment par la constitution de pôles *ad hoc* (Multimédia, Numérique, Internet).

³⁷ MARINO Cristina, *De la presse écrite à la presse électronique : vers un nouveau média*, Paris, Edition ADBS Ed, coll. Sciences de l'information, 1996, p. 78.

³⁸ ESTIENNE Yannick, *opus cité*, p. 75.

L'auteur ajoute qu'à cette époque, l'investissement afflue en direction des services web ainsi que des filiales multimédia qui se créent en cascade. Les entreprises et groupes de presse optent pour différentes stratégies qui s'échelonnent entre l'internalisation de l'activité web et l'externalisation complète ou partielle de ces activités. La création de filiales multimédia, sociétés dont le capital est le plus souvent partagé entre des investisseurs extérieurs à l'entreprise ou du groupe de presse, représente une voie intermédiaire. La stratégie de mise en filiale de cette presse en ligne donne un levier de financement, tout en permettant aux éditeurs de garder le contrôle sur la stratégie économique et la politique éditoriale. Par conséquent, la majorité des quotidiens se dotent de filiales spécialisées dans la production et l'édition multimédia.

La presse d'information générale à travers la planète place dans cette alternative en ligne beaucoup d'espoir. Avec la baisse constante du lectorat et la hausse des coûts de production et de diffusion, Internet a été alors le seul, échappatoire pour ces problèmes qui mettaient en péril la presse écrite. Entre 1998 et 2001, la plupart des quotidiens émettent des éditions web, une conjoncture optimale qui lance la concurrence entre les médias virtuels et leurs homologues réels. Des rédactions sont créées avec de nouveaux emplois et des locaux neufs. Prenant les choses au sérieux, les directions font passer le site Internet du statut d'expérience à celui d'enjeu, économique et stratégique.

L'accélération et le développement des investissements sont rapides et spectaculaires, au point qu'il est possible de parler d'emballage, expliquent Jean Marie Charon et Patrick Le Floch³⁹. En 1999, le *Wall Street Journal* dispose d'une rédaction web de 60 personnes. Au *USA Today*, il y avait 50 journalistes et 40 au *New York Times*. Selon la même source, en Europe, les grands groupes de presse adoptent la même stratégie. Le groupe *Pearson* emploie 100 personnes, ce qui peut paraître peu au regard des 750 salariés de *CNN Interactive*. En France, *M6 web* compte une centaine de collaborateurs ; le même dispositif sera observé à la rédaction web de *TF1*. Les quotidiens écrits français semblent plus prudents en employant 60 personnes au *Monde interactif* ou aux *Echos*, et 30 à *Libération*.

Selon toujours ces deux auteurs, les investissements ont atteint des niveaux très élevés : par exemple, le groupe *Pearson* a investi, en 1999, près de 185 millions d'euros, alors que son site *FT.com* n'a réalisé qu'un chiffre d'affaires de 9 millions d'euros pour des dépenses de 55

³⁹ CHARON Jean-Marie, LE FLOCH Patrick, *opus cité*, p. 14 et 15.

millions d'euros. Dans la même optique, la presse en ligne américaine a engagé des investissements majeurs pour des résultats peu satisfaisants. En l'occurrence, le *New York Times* a réalisé un chiffre d'affaires de 25 millions de dollars en 1999, pour 50 millions de dollars d'investissements. L'autre géant américain de la presse, le *Washington Post*, n'a pas échappé à cette règle : pour 85 millions de dollars d'investissements, le journal a réalisé un chiffre d'affaires de 20 millions de dollars. Côté volume, avec Internet, le lecteur n'a plus à faire à une seule source d'information mais a instantanément accès à plusieurs médias : il peut ainsi comparer le contenu d'un journal à celui d'une radio, d'une télévision ou d'une agence de presse avant de se faire sa propre opinion.

Les sources se multiplient et s'entrecroisent et le mode de lecture de l'information lui-même change. Angelo Agostini, s'interroge sur les nouvelles techniques journalistiques qu'implique le mode de consommation des informations électroniques :

« Finie aussi la linéarité de la lecture : nul ne peut garantir à un journaliste écrivant en hypertexte que le lecteur suivra son article de l'attaque à la chute, sans obliquer vers un autre document. Or ces deux données ont fondé les règles d'écriture qui conditionnent la recherche et l'élaboration des informations. Les fameux cinq W, la loi du message essentiel, la technique anglo-saxonne de la pyramide inversée, les techniques de synthèse de l'entretien ou d'intégration des déclarations dans un texte font partie du bagage des journalistes depuis plus d'un siècle. Valables pour les journaux, ces règles le sont restées dans l'audiovisuel »⁴⁰.

L'évolution rapide des formats et des supports numériques ont toujours accompagné la presse en ligne. Dès lors, plusieurs possibilités ont vu le jour pour supporter les conséquences de cette période d'envol. Les grandes entreprises de presse en ont profité pour créer des filiales et des sociétés spécifiques au multimédia. Le bilan des premières expériences de mise en ligne de journaux a été décevant, vu que les initiateurs se contentaient de transférer sur les réseaux électroniques uniquement une partie du journal imprimé sans de véritable revitalisation de ce nouvel espace.

1.9.3. L'apport du multimédia

Vers la fin du 20^{ème} siècle, l'heure est au développement du multimédia qui réussit à intégrer tous nos usages quotidiens, en associant l'image, le son et la vidéo. Les grandes

⁴⁰ AGOSTINI Angelo, « Le journalisme au défi d'Internet », article Paru dans le journal : *Le Monde diplomatique*, France, Numéro d'Octobre 1997.

entreprises de presse ont tenté d'acquiescer un espace sur ce terrain expérimental. Cependant, les contraintes techniques, liées notamment à l'incapacité du réseau Internet à supporter ce flux important d'informations, ont entravé cette stratégie d'expansion. Les liens hypertextes gagnent du terrain pour devenir, en un temps record, de véritables piliers de la presse en ligne. Autour de l'année 2000, les quotidiens mettent à la disposition des internautes l'intégralité du contenu du journal gratuitement.

L'affaire Clinton-Lewinsky, dévoilée par l'intermédiaire d'Internet, provoque une crise de « folie » communicationnelle incontrôlée, explique Ignacio Ramonet, au point, poursuit-il, que l'on écrira un jour que cette affaire a été à Internet ce que l'assassinat de John Kennedy fut à la télévision : l'événement fondateur d'un nouveau média d'information⁴¹. L'aventure du cyber journalisme ne fait certainement que commencer. On peut d'ores et déjà retenir quelques atouts qu'apporte le multimédia au journalisme. Désormais, le journaliste est confronté à un espace rédactionnel illimité. Il peut ainsi satisfaire divers niveaux d'intérêt. Le journaliste-enseignant Cyriaque Pare affirme que :

« Le lectorat pressé ou flâneur se contentera de l'information ramassée en surface, alors que le chercheur en quête d'une information précise creusera en profondeur, à travers les documents et archives mis à sa disposition. C'est tout cela qui constitue le bénéfice de l'hypertexte, à savoir la possibilité de créer une véritable toile informationnelle, faisant appel à différents types d'approches, de sources et de médias, tous liés entre eux par un réseau de références »⁴².

Ce réseau de liens hypertextes fournit aux lecteurs une information à plusieurs niveaux parcourue selon les besoins. Avec les liens hypertextes, le lecteur trouve l'alternative d'opter pour une lecture linéaire classique ou d'effectuer un parcours individualisé selon ses besoins ; il peut donc ne pas lire un article du début à la fin, et se déporter vers un autre document. Le journaliste, habitué à rédiger selon la règle des « cinq W », doit désormais tenir compte de ces nouvelles données.

A défaut d'une écriture journalistique spécifique sur les réseaux, une présentation plus légère de l'information est préconisée. Les quelques journaux qui sont restés en marge de cette

⁴¹ RAMONET Ignacio, *La Tyrannie de la communication*, Paris, Edition Gallimard, coll. Folio actuel, 1999, p.32.

⁴² PARE Cyriaque, *L'utilisation d'Internet dans la presse écrite francophone africaine*, Thèse de doctorat en Science de l'information et de la communication, Bordeaux : Université Michel de Montaigne-Bordeaux 3, 1999. (Consultée le : 03/06/2010), p. 45.

vague semblent avoir beaucoup de difficultés à s'adapter à la nouvelle évidence du lectorat. L'âge moyen des utilisateurs des sites d'information en ligne passe de 37 à 42 ans entre 2000 et 2005, explique Bernard Poulet, dans son livre intitulé « *La fin des journaux* ». Il ajoute même que, sur Internet, le lectorat des journaux vieillit, cet âge est certes inférieur à celui des lecteurs papier qui est de 55 ans, mais les chiffres indiquent, néanmoins, l'échec de la stratégie des journaux de conquérir un public jeune âgé de 25 à 34 ans.

Le développement de la technologie accélère et démultiplie la cadence des bouleversements, une nouvelle orientation qui affecte partiellement la situation de la presse en ligne. En effet, un petit film diffusé sur Internet intitulé « *Epic 2014* »⁴³ a remporté un grand succès. Il imagine l'évolution des médias dans les prochaines années et se termine le jour où le *New York Times* annonce qu'il arrête son édition en ligne et ne conserve plus qu'une édition papier. Malgré de nombreux échecs orchestrés par la presse en ligne au cours de cette période propice, plusieurs expériences sociotechniques se sont révélées pour constituer, de nos jours, la base fondamentale de cet organe. A ce niveau, l'arrivée des nouvelles techniques dans la presse favorise le développement des réseaux et consolide la structuration du métier.

1.10. La redéfinition du métier de journaliste

Eric Scherer estime que : « *Les veilles méthodes de production de l'information ont vécu. Le journalisme à l'ancienne est mort. Vive le nouveau journalisme. Les médias d'informations ont perdu leur magistère et sont confrontés à de nouveaux acteurs* »⁴⁴. L'informatisation des rédactions au sein des entreprises de presse s'est déroulée d'une manière graduelle, sans une véritable bousculade avec les dispositions en place. L'arrivée des NTIC est perçue alors comme un second souffle pour la presse. Cette activité métamorphosée associée à une nouvelle sociabilité influence le fonctionnement des entreprises de presse, plusieurs transformations sont signalées dans les usages. Au fil des années, nous assistons à une informatisation conjointe de tous les compartiments du travail journalistique. La numérisation progressive des services de documentation, la digitalisation des archives et la valorisation du web comme premier outil de l'activité journalistiques vont déclencher une redéfinition majeure du métier de l'information.

⁴³ Epic 2014, vidéo, disponible sur Internet, <http://www.youtube.com/watch?v=eUHBPuHS-7s>, Dernière consultation : le 09/01/2014.

⁴⁴ SCHERER Eric, *A-t-on encore besoin de journalistes ? Manifeste pour un journalisme augmenté*. Paris, Edition PUF, P. 156.

La nouvelle cartographie médiatique s'éloigne des principes traditionnels basés sur la feuille et le stylo ; les journalistes travaillent désormais dans un environnement de technologie généralisée. Nous assistons alors à la naissance des « Infocrates » selon le terme d'Alain Bron. L'écrivain analyse le système de fonctionnement du métier de la presse en ligne, il confirme que : « *Les pouvoirs ne sont pas nécessairement détenus par les acteurs de la chaîne de valeur ajoutée. Les infocrates assurent la stabilité du système et détiennent parfois un pouvoir ahurissant sur le temps des autres, sur le contenu de l'information et de son accès* »⁴⁵. Ce type de relation renforce davantage la place primordiale des journalistes dans l'espace public.

L'évolution du journalisme vers une catégorisation spécialisée touche l'ensemble des processus du métier et de ses méthodes de fonctionnement. Internet semble devenir le modérateur du système d'information, les salles de rédactions sont renouvelées et retrouvent leur place de pilote. Dans un contexte dominé par Internet, les médias, d'une manière générale, observent une indifférenciation dans la pratique du journalisme⁴⁶.

L'ensemble des recherches réalisées sur les modalités d'insertion technologique dans le domaine de la presse met en évidence la logique complémentaire qui caractérise l'opération. Le recours aux nouvelles technologies modifie nos habitudes en matière d'information, mais sans les annuler. Le nouveau processus de fonctionnement s'adapte aux nouvelles données, il est marqué par la réincarnation des médias traditionnels sous de nouvelles formes médiatiques plus consommables. Le décryptage des enjeux de la presse en ligne et la décomposition des allures de cette profession nous conduisent au constat global d'une fascination grandissante pour ce mode d'information. Le web apparaît comme un système hypermédia permettant, à la fois, la production et la diffusion des informations. Dans ce milieu effervescent, la profession de journaliste procure de nouveaux positionnements et s'installe comme le maillon fort de ce nouvel ordre symbolique.

1.11. Les premières intrications du modèle en ligne

Thomas Jefferson, troisième président américain, déclarait : « *Si je devais choisir, avoir un gouvernement sans journaux ou des journaux et pas de gouvernement, je n'hésiterais pas une seconde à choisir la seconde option* ». Nous pouvons lui opposer cette déclaration de

⁴⁵ BRON Alain, « Qui sont les infocrates ? », *Terminal*, n° 73, Paris, Edition L'Harmattan, 1997, p. 04.

⁴⁶ DAMIAN Béatrice, RINGOT Roselyne, RUELLAN Denis, THIERRY Daniel (dir.), *Inform@tion locale, le paysage médiatique local à l'heure de l'internet*, Paris, Edition l'Harmattan, coll. Communication et Civilisation, 2000, p. 76.

John Kerry : « *Le journalisme est une espèce en voie de disparition* » en Mai 2009, alors, président de la sous-commission sénatoriale des communications. Après une décennie de croissance et d'augmentation de valeurs, une crise frappe le secteur de la presse en ligne, une fatalité qui provoque la chute des recettes.

L'avènement de la crise de la « bulle Internet » de 2001 coïncide avec la période de la chute des valeurs boursières des NTIC, ou ce que l'on a appelé l'« e-krach ». Cette crise boursière met fin aux espoirs de glorification des éditeurs et des grands quotidiens, qui ont investi leur temps et leur argent dans ce créneau. Ainsi, les entreprises, les filiales et les salles de rédaction en ligne des journaux sont violemment touchées.

« En mars 2000, la bulle spéculative qui n'a cessé de gonfler depuis 1995 atteint son apogée. L'indice du marché électronique sur le Nasdaq à New York aurait été multiplié par cinq en cinq ans. Les valorisations boursières du nombre d'entreprises liées à Internet n'ont plus de rapport avec les perspectives d'évolution du chiffre d'affaires et de probabilité. Les résultats d'entreprises comme AOL Time Warner, Vivendi Universal et bien d'autres sont même extrêmement décevants, conduisant à une perte de confiance en cascade et à un véritable krach. De Mars 2000 à l'automne 2002, pratiquement tout le chemin parcouru par les hausses du secteur en cinq ans a été perdu »⁴⁷.

Cette crise occasionne des prises de décisions importantes, de nombreux projets sont ajournés ou même abandonnés. Chute des revenus publicitaires, crise économique, restrictions des crédits, tous les clignotants sont allumés pour faire de cette crise de la presse une crise qui menace sa survie même. Presque toutes les rédactions des grands journaux américains ont lancé ou envisagé des plans de licenciement, pas moins de cinq mille postes ont été supprimés durant cette période par les quotidiens américains. Cependant : « *Le Wall Street Journal (repris par Murdoch) fait exception ; il a joué une carte intéressante, un peu à l'encontre des modèles choisis par d'autres journaux : un contenu plus généraliste, une pagination accrue. Ses ventes ont augmenté, peut-être paradoxalement boostées par la crise qui attise la curiosité des lecteurs pour la finance* »⁴⁸.

Quant aux sites en ligne des grands journaux, une large part de leurs dépenses de rédaction est couverte par l'édition papier. En d'autres termes, les coûts induits par

⁴⁷ CHARON Jean-Marie, LE FLOCH Patrick, *opus cité*, p. 15 et 16.

⁴⁸ UNTERSINGER Martin, « Assiste-t-on à l'agonie de la presse américaine », disponible sur Internet, <http://www.rue89.com/en-pleine-culture/2009/05/23/ Assiste-t-on-a-lagonie-de-la-presse-americaine>, Dernière consultation : 23/06/2011.

l'élaboration du journal ne sont pas affectés au site, et le papier subventionne le site qui apparaît artificiellement comme une source de profits.

« La réponse à cette crise a été le développement, à partir des années 1980, d'un nouveau capitalisme, que l'on peut appeler néo-capitalisme, ou turbo capitalisme, qui consistait à modifier structurellement le type de production en remplaçant la plus-value créée à partir des biens matériels par une plus-value créée à partir de la conception, ou de la qualité d'information transmise dans le bien (exemple : un logiciel vendu par Bill Gates). Le produit vendu pouvait être virtuel, reproductible à l'infini, ou un bien matériel réel contenant des produits sophistiqués. Parallèlement, la structure même des entreprises éclatait en organismes plus petits établissant un réseau contracto-industriel complexe »⁴⁹.

En France, la situation n'a pas échappé à la réalité de cette crise : plusieurs plans sociaux sont mis en place pour surmonter ces problèmes. Le Groupe Lagardère licencie une partie de ses employés travaillant sur ses deux sites d'information en ligne : *Elle.fr* et *Parismatch.fr*. L'autre grand quotidien d'information, *Le Parisien*, a vécu la même situation avec la chute spectaculaire de ses ventes et de la publicité web. Au sein du journal *Libération*, la filiale numérique est la première victime de cette complication, les deux tiers des employés ont été licenciés, et le journal n'a gardé qu'une dizaine de journalistes pour continuer à alimenter son site. A la recherche d'une introuvable rentabilité, les groupes de presse ne retrouvent plus les ressources publicitaires échappées des versions papier, par conséquent, les uns après les autres entament une procédure de réduction massive du personnel.

« C'est un véritable coup d'arrêt et à un retour en arrière que sont alors confrontés les sites d'information. Faisant face à des pertes massives et une crise de confiance dans les perspectives du web, les entreprises mettent en veille leurs structures au prix de nombreux licenciements. Les marchés anglo-saxons et tout particulièrement nord-américains sont les premiers touchés. Dès l'automne 2000, Tribune interactive licencie 34 personnes, pour The Street c'est 110 personnes, et 25 pour Salon. En 2001, les choses s'accroissent encore et sont même plus massives avec 200 licenciements à News Corp, 400 à CNN, 190 à C/Net, 150 à NBCI, 135 à ABC.com, 69 à New York Times Digital, etc. Le site Journalisme Job avance le

⁴⁹ FOSCARVEL Jean-Paul, « De crises en crises, vers le capitalisme de la destruction », disponible sur Internet : <http://www.agoravox.fr/actualites/economie/article/de-crisis-en-crisis-vers-le-53643>. Dernière consultation le : 23/06/2011.

chiffre de 10 000 postes supprimés dans le secteur des médias aux Etats-Unis en rapport avec l'éclatement de la bulle Internet entre octobre 2000 et avril 2001 »⁵⁰.

Pour Laurent Souloulmiac, l'objectif est alors de revenir aux principes fondamentaux de l'économie capitaliste : « *Dépenser moins tout en gagnant plus* »⁵¹. En 2001, l'ensemble de la presse électronique mondiale engage des réformes en profondeur pour réguler le dynamisme de l'information sur le web. Durant cette époque de crise, les entreprises médiatiques ont eu besoin de réunir leurs contenus pour se lancer dans des alliances antitrust. Cependant, les géants médiatiques ont estimé que la meilleure façon de sortir de la crise est tout simplement de mettre au point un nouveau standard de métadonnées identifiant l'information originale. Une nouvelle solution est proposée pour surpasser cette période de creux ; les éditeurs ont désormais choisi de réduire les coûts du secteur, en structurant leurs sites par des dépêches d'agence et d'une sélection d'articles de journal du jour. En France, le journal *Le Figaro* va plus loin puisqu'il réduit l'ensemble de ses services sur le net, une formule très économique qui apporte un nouveau souffle à ce journal.

« Les politique de restrictions budgétaires qui conduisent à réviser à la baisse les ambitions des sites web d'information coïncident paradoxalement avec un mouvement à la hausse de l'audience, une diffusion sociale plus large d'Internet ainsi qu'une maturité de la presse en ligne. En outre, des événements majeurs sur le plan international, comme les attentats du 11 septembre et la guerre en Afghanistan, vont définitivement donner à Internet sa dimension de support d'information incontournable »⁵².

Sur un autre plan, plusieurs sites de journaux régionaux sont littéralement figés. La majorité d'entre eux renvoie à la baisse ses ambitions, en proposant des contenus moins originaux. Une autre solution a été proposée aux journaux durant cette époque ; face à la prolifération des sites d'annonces et de ventes sur le net, les journaux choisissent de se regrouper et de créer des fusions sur le web. Cette nouvelle stratégie constitue le résumé de dix années d'expérience ; les quotidiens investissent, en outre, un peu plus dans les petites annonces comme l'emploi, l'immobilier et l'automobile. Toutefois, la presse électronique, comme nous allons le voir dans la prochaine partie, se transforme et prend une nouvelle fonctionnalité, particulièrement, après l'émergence de Web 2.0.

⁵⁰ CHARON Jean-Marie, LE FLOCH Patrick, *opus cité*, p. 16.

⁵¹ SOULOUMIAC Laurent (Socpresse), « L'objectif est de dépenser moins tout en gagnant plus », 7 février 2001, disponible sur Internet, www.journaldunet.fr, Dernière consultation : le 22/ 05/ 2011.

⁵² ESTIENNE Yannick, *opus cité*, p. 80.

1.11.1. Les prolongements de la pratique en ligne

Internet a prolongé d'une manière significative les pratiques de la presse écrite, une évolution liée aux opportunités de rédaction et de diffusion qu'offre le web. Fondée sur une culture de partage, la mutation de la presse écrite en version web signe le début d'une expérience totalement orientée vers une présence perpétuelle sur le réseau. Les mutations structurelles de la presse deviennent inévitables, les différents acteurs de l'information se trouvent alors dans l'obligation d'admettre ce nouveau système ou de disparaître pour toujours. Pour la première fois dans l'histoire des médias, nous assistons à une désacralisation de l'empire informationnel. Nous passons, en une décennie, d'une communication unilatérale à un nouveau système d'information plus équitable en modes fonctionnement et en canaux de diffusion.

Le grand public découvre alors cette nouvelle offre technologique, une conception enrichissante qui lui offre la possibilité de devenir une partie prenante de l'activité journalistique. Le système de circulation et l'intégration des hypertextes permettent une connexion globale et une circulation d'information gratuite et libre. Dans cette nouvelle offre, l'avis du public occupe une place importante. La multiplication des commentaires dans les blogs, les forums et les encadrés dévoile ce véritable enjeu d'interactions entre les professionnels et le public.

« En ce sens, le journalisme constitue bien un dispositif, un puzzle composé d'éléments hétérogènes en interaction complexe à l'intérieur et vers l'extérieur, sans pour autant que les professionnels du journalisme ne figurent nécessairement au centre de ce dispositif, comme le sous-entend l'approche systémique que nous avons privilégiée au départ. Nous avons étudié auparavant ce processus de dispersion du journalisme au sein de la blogosphère (Le Cam, Jeanne-Perrier et Pélissier, op.cit.) puis les plateformes participatives (Pélissier et Chaudy, 2009). De ces études, une constante se dégage : l'avènement d'un nouveau média s'est toujours accompagné d'un brouillage des territoires journalistiques »⁵³.

L'un des raisonnements qui conduit la presse écrite à chercher une solution sur le web, rappelons-le, est la lutte contre la dégradation de sa base publicitaire, érosion qui est elle-même une conséquence de la baisse du lectorat. Citant le rapport commandé par le

⁵³ PELISSIER Nicolas, GALLETZOT Gabriel, *Opus cité*, P. 172.

gouvernement français sur la presse écrite française et le multimédia à Jean-Charles Bourdier, Pascal Fortin affirme que :

« La bataille autour des autoroutes de l'information passera d'abord par la conquête des autoroutes de la publicité. Dans un modèle économique qui tend de plus en plus à fonctionner sur la diffusion et la mise à disposition gratuite de l'information et des services, l'enjeu demeure plus que jamais la maîtrise du marché publicitaire et des services en ligne sur lesquels une partie de plus en plus importante de la publicité va se reporter »⁵⁴.

Cependant, le même rapport explique que :

« La presse écrite est loin d'être la mieux placée pour contrôler les nouveaux médias. Littéralement prise en tenaille par les conséquences d'une forte érosion de son lectorat et une baisse constante de ses parts de marché publicitaire, elle ne peut, comme cela s'est fait outre Atlantique, dégager d'importants moyens financiers pour investir sur un marché où les retours sont inexistant dans l'état actuel des choses »⁵⁵.

Vaincre une large audience pour reconquérir ses parts de marché publicitaire est donc la nouvelle stratégie de transmutation adoptée par la presse électronique en cette phase de sa redéfinition.

1.11.2. Un modèle économique vulnérable

L'ensemble des titres de la presse essaie de mettre en place de nouvelles adaptations aux sites web. Plusieurs questions sont posées concernant le financement, la publicité, l'existence sur la toile et notamment les modalités d'assurer des revenus suffisants et stables. Durant cette recherche, nous analyserons le modèle économique de la presse en ligne, une opération scindée en deux principaux objets : le premier concernera les fondements de la gratuité de l'information en ligne et le deuxième correspondra au volume publicitaire de ce média.

Tout d'abord, au niveau du modèle économique, ces sites sont liés directement à la survie des éditions papier à travers le succès du passage au numérique. Mais au-delà de cette contrainte, ils bénéficient du contenu de l'édition papier et des fonds d'investissement de la

⁵⁴ BOURDIER Jean-Charles, FORTIN Pascal, Contraintes économiques et qualité de l'information en ligne. Quelle déontologie pour l'information en ligne ?, Intervention au CLEMI (centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information) sur la déontologie de l'information en ligne, Paris, janvier 2001.

⁵⁵ BOURDIER Jean-Charles, FORTIN Pascal, *ibid.*

presse écrite. En parallèle, les médias « *Pure players* »⁵⁶ se lancent uniquement sur le support Web : ils doivent s'adapter à la nouvelle forme du marché de l'information numérique, notamment en présentant leur information de manière à attirer les annonceurs, considérés comme les plus grosses sources de financement du secteur.

« Quant à leur utilisation des nouvelles possibilités techniques du Web (l'information multimédia-vidéo, son, écrit, interaction avec les lecteurs, liens hypertextes vers d'autres sites, etc.), les sites web des journaux n'en abordent que la surface technique, voyant dans cet outil technique la possibilité de concrétiser le projet d'autoroute de l'information. Les journalistes 100% Web ont un regard plus réflexif non seulement par rapport aux médias traditionnels dont ils se sont distanciés, mais aussi sur le Web dont ils perçoivent les innovations techniques comme un moyen de renouveler les formes d'information et la relation à un public de plus en plus critique et participatif face à l'information »⁵⁷.

Le modèle économique de la presse en ligne est basé sur le principe de la gratuité de l'information, en joignant les revenus des recettes publicitaires pour assurer un modèle plus équilibré et modéré. De 1994 à la fin 2001, ce modèle en pleine période d'essai est mis à l'expérience. Les budgets sont conséquents, mais l'information électronique éprouve des difficultés à être rentable ; le support écrit subit les troublants résultats économiques de la presse électronique, mais pas pour longtemps. Yannick Estienne confirme que :

« Trois catégories de moyens de gagner de l'argent s'offrent aux managers : la publicité, la vente de contenu (syndication de contenu, abonnement, paiement de l'acte) et le commerce en ligne. L'enjeu se situe dans l'équilibre entre ces trois modes de financement. Néanmoins, au moment de l'étude, la publicité représente, de loin, la part la plus importante des revenus des sites de contenu. Les résultats d'une enquête menée par une association britannique regroupant des éditeurs électroniques du monde entier (association of online Publishers), permettent de mettre au jour la façon dont sont réparties les différentes sources de revenus de la presse en ligne. Ainsi en 2004, la part de la publicité atteignait plus de 50%, celle de la vente de contenu (par syndication, abonnement ou à l'acte) environ 25% et enfin celle du commerce en ligne (services et petites annonces) 10% »⁵⁸.

⁵⁶ Une plate forme ou une société qui exerce uniquement ses activités sur Internet, le « pure players » est la signification de « joueurs libre ».

⁵⁷ WikiMémoires >> Communication, Les entreprises de presse face à la convergence numérique, disponible sur Internet, <http://blog.wikimemoires.com/2011/03/entreprises-presse-face-convergence-numerique/>, Dernière consultation : le 30/06/2011.

⁵⁸ ESTIENNE Yannick, *opus cité*, p. 81 et 82.

Comme dans tout journal traditionnel, les principales ressources semblent provenir en grande partie de la publicité générée et donc de la popularité et du référencement du site. Néanmoins, Internet risque fort bien d'accélérer la modification du modèle économique traditionnel basé sur un support papier. D'ailleurs, les médias traditionnels évoquent souvent le phénomène d'accélération de l'information. Il est vrai que les nouvelles techniques, mises en place aujourd'hui pour suivre l'information en continue *via* le fil RSS, sont désormais possibles et facilitent la transmission et la lecture des articles.

L'histoire de la presse électronique est marquée par une croissance fulgurante durant ces premières années. Cependant, ce rythme s'est interrompu sous l'influence de plusieurs variables, notamment économiques et financières. Désormais, le principe de la gratuité est mis en doute, la plupart des sites d'information en ligne n'offrent plus les informations aussi facilement. La vente d'espaces publicitaires domine jusqu'en 2000-2001, elle représente bien souvent la principale source de revenus pour les éditeurs. Mais, souligne Yanick Estienne, conséquence directe de l'explosion de la « *bulle Internet* », la chute des ressources publicitaires met en péril l'équilibre économique de la presse en ligne. Sans la manne publicitaire, les budgets des sites d'information se réduisent très vite et les éditeurs doivent impérativement chercher d'autres ressources, conclut-il. Les formules payantes vont dès lors se multiplier. Selon les périodes et les éditeurs, plusieurs formules sont expérimentées : la commercialisation de l'accès aux archives (paiement à l'acte, au lot...), l'abonnement à un ensemble de services.

Chapitre 2 : La nouvelle génération de presse en ligne

2.1. Les mécanismes d'une transposition

L'organisation du travail journalistique, telle que nous la connaissons aujourd'hui, résulte d'une expérimentation qui dure depuis la révolution industrielle en Europe de la fin du XVIII^{ème} siècle. Sans donner une définition universelle du concept, on peut dire que : « *Les technologies de l'information et de la communication sont l'ensemble des dispositifs (équipements, logiciels, infrastructures, réseaux, terminaux...) permettant de traiter, de diffuser ou de codifier l'information. Ces dispositifs ont des finalités d'usage variées. Ils permettent l'archivage et le partage des informations, la coordination ou la communication entre personnes ou entre services* »⁵⁹.

La mondialisation et la globalisation ouvrent les ports à de nouvelles structurations et organisations du travail. En raison d'une vulgarisation étendue des moyens d'information et de communication, le modèle classique montre ses limites et l'argument informationnel semble se renforcer de plus en plus au sein des entreprises. Dans le domaine de la presse écrite, les différentes institutions privées ou officielles sont marquées par une logique rationnelle, basée sur une structure pyramidale, hiérarchique. Seulement, ce constat change après plusieurs tentatives de renouvellements technologiques. Internet devient le premier outil de travail, les spécialistes le présentent comme un élément catalyseur du changement. Annie Lenoble-Bart et Annie Cheneau-Loquay estiment que : « *Les nouvelles technologies renouvellent un certain nombre de questionnements. Leur apport aux débats démocratiques est indéniable, malgré d'évidentes limites. Le web s'impose aujourd'hui comme un espace majeur pour la presse. Les journalistes adaptent leurs façon de travailler tandis que les citoyens modifient leurs usages de l'actualité* »⁶⁰.

La mise en place de cette administration numérique au niveau des entreprises de presse répond à ces critères de modernité. De multiples actions d'envergure sont menées pour

⁵⁹ KESSOUS EMMANUEL, METZGER Jean-Luc (dir.), *Le travail avec les technologies de l'information*, Paris, Edition Hermès sciences publication, 2005, p. 18.

⁶⁰ LENOBLE-BART Annie, CHENEAU-LOQUAY Annie (dir.), « Les médias africains à l'heure du numérique », *Netsuds*, n°05, septembre 2010, Caen, Edition L'Harmattan , p. 5-6.

préparer le secteur aux bouleversements de la société d'information. Un mouvement de restructuration profonde traverse spontanément la gestion et l'orientation de la presse écrite. Les salles de rédaction s'ouvrent désormais à des pratiques internes transparentes ; le management participatif remplace le système classique hiérarchique. un usage simplifié et un passage obligatoire vers une réalité plus numérique. Les différents acteurs de la presse écrite intègrent l'arrivée des TIC ; journalistes, techniciens, collaborateurs et responsables se positionnent nombreux en faveur de cette mobilité organisationnelle. Les TIC offrent la possibilité d'intégrer le son, l'image et le texte, ce qui bouleverse les contraintes traditionnelles en matière de production, de diffusion et d'archivage. L'élaboration de nouvelles combinaisons professionnelles et les formes modernes d'exécution des tâches confirment l'apport avantageux des TIC.

Le rythme d'intensification du secteur de la presse en ligne augmente, depuis le début des années 2000. A partir de notre analyse, nous pouvons annoncer déjà que, si aujourd'hui la presse en ligne occupe une place de leader dans l'environnement médiatique, le renouvellement technologique en est la cause principale. Le nouveau concept d'une mondialisation basé sur l'information et les événements tragiques qui ont secoué l'Occident à partir de 2001 consolident la position de la presse en ligne. Le journalisme web s'affiche désormais en élément moteur de cette bataille médiatique universelle.

2.2. Le rôle des attentats 2001-2005 dans l'instauration une nouvelle presse

Après avoir décrit l'évolution de l'information en ligne et développé ses différentes typologies, nous avons porté notre attention sur les points fédérateurs de la nouvelle presse en ligne. Le renouveau de cette activité est le résultat d'une stratégie de développement technologique complexe d'un côté, et d'un climat international très riche en événements d'un autre. Après avoir dominé les médias traditionnels, les régimes gouvernementaux s'intéressent désormais à ce nouveau mode d'information.

Andén-Papadopoulos et Pantti estiment que : « *Les réseaux ou médias sociaux qui permettent le dépôt et partage en ligne d'innombrables photos et vidéos intéressent également*

les chercheurs, enrichissant la problématique du journalisme amateur via les réutilisations possibles d'images déposées en ligne par des témoins sur place »⁶¹.

Le début du 21^{ème} siècle a été marqué par une série d'attentats qui a remodelé l'activité, et entraîné des modifications majeures qui font du web ce qu'il est actuellement. Pour mieux comprendre ces changements, il faut bien reprendre un à un les attentats enregistrés au début du siècle et observer leurs conséquences sur le traitement de l'information en ligne. La série d'attentats, qui a touché l'Europe de 2001 à 2005, a permis de mettre en lumière toutes les potentialités de cette nouvelle génération de médias d'actualité. Le secteur de la presse écrite, particulièrement la presse quotidienne, basé sur l'information en temps réel devient, à partir de l'année 2001, le laboratoire de toutes les expériences. En effet, nous étudierons, dans une approche communicationnelle, le processus progressif du développement de la presse en ligne version Web 2.0.

A- Les attentats du 11 septembre 2001 à New York

Si les événements du 11 septembre ont marqué un tournant historique dans l'histoire américaine, c'est également suite à cela que les médias, et en particulier Internet, ont dû changer radicalement leur approche et leur rapport à l'information. D'après Daniel Dayan⁶², dès le crash du premier avion dans le World Trade Center, les journaux, les télévisions et les radios ont été submergés par les appels téléphoniques des spectateurs, désireux d'obtenir plus d'informations par rapport à ce qu'il se passait. Ces médias ont tenté, tant bien que mal, de répondre aux attentes de tous, en donnant minute par minute le peu d'informations qui leur parvenait. Or, si ce moment historique a été difficile à gérer pour les médias classiques, la surprise est venue du web. De nombreux internautes se sont tournés vers ce média pour se tenir informés de la progression des événements. C'était la première fois qu'Internet se voyait réellement considéré comme une source d'information et non plus seulement comme un diffuseur de contenu.

Les sites d'information, qui étaient pour la plupart des sites de la presse écrite et de télévisions, se sont retrouvés submergés par une demande prenante, et ne peuvent plus

⁶¹ ANDÉN-PAPADOPOULOS K., PANTTI M., *Amateur Images and Global News*, Chicago, University of Chicago Press, 2011, P. 154.

⁶² DAYAN Daniel, « La terreur spectacle, terrorisme et télévision », Daniel Dayan (dir) Patricia Legris, in : *Quaderni*, 2007, Volume 64, pp . 129-133.

répondre aux attentes des internautes. D'une part, ces sites d'information étaient bloqués sur un plan rédactionnel, n'ayant pas les moyens humains de fournir une information en temps réel mais aussi, d'autre part, sur le plan technique, ne pouvant pas assurer une telle masse d'informations sur les serveurs de diffusion. Les pages étaient bloquées et affichaient des messages d'erreur ; le tournant informationnel du web était déclenché. Cependant, le plus important à ce moment là, était le fait que les audiences regardaient désormais la presse en ligne comme une source d'information fiable et un média à part entière.

B- Les attentats du 11 mars 2004 à Madrid

Après le premier événement majeur qui a propulsé la presse en ligne vers son apogée, trois ans plus tard, c'est la ville de Madrid qui est touchée par de violents attentats perpétrés dans le métro. Les différents médias ont su analyser leurs faiblesses suite aux attentats de New York, ils ont fait preuve d'une réactivité qui leur a permis de couvrir au plus près cette dramatique information. Toutefois, c'est Internet qui a donné le ton et affiché sa différence grâce à des améliorations techniques et à une réflexion potentielle. En effet, les sites d'information des deux plus grands quotidiens espagnols, *El Pais* et *El Mundo*, se sont retrouvés au cœur de l'événement, non seulement en transmettant minute par minute le déroulement des faits, mais aussi en proposant une analyse de la situation à l'aide de graphiques, de vidéos et en offrant des témoignages presque en temps réel. Ces deux sites ont, en quelque sorte, montré le potentiel interactif de la presse en ligne. Ils ont réussi à se distinguer et à s'exhiber là où les médias classiques ont échoué. Fort de l'expérience du 11 septembre et des progrès techniques du web, ce média s'est démarqué en prouvant qu'il pouvait être non seulement un diffuseur à la hauteur des événements, mais également offrir un regard plus complet de l'actualité en temps réel.

C- Les attentats du 7 juillet 2005 à Londres

Ces attentats spectaculaires marquent la dernière étape dans la transformation de la presse en ligne. Le Web 2.0 se redéfinit pour devenir désormais un web participatif et collaboratif. Cette fois-ci encore, deux grands sites d'information ont joué un rôle important. En effet, le site en ligne du quotidien anglais *The Guardian* et le site de la chaîne de télévision de la *BBC* ont, non seulement, relaté l'événement en l'analysant et le commentant comme ce fut le cas lors des attentats de Madrid mais, peu après l'annonce de la catastrophe, ont lancé des appels à témoins. Plus étonnant encore, quelques personnes présentes sur les lieux ont

immédiatement pris des photographies et des vidéos avec leurs téléphones portables pour les transmettre en un temps record aux rédactions.

Les mesures de sécurité prises immédiatement après les attentats ont privé les télévisions des images relatives à l'événement. Freinés par le cadrage sécuritaire et dans l'incapacité d'envoyer des équipes sur place, les sites Internet de plusieurs journaux, comme *The Mirror*, *The Sun*, *The Independent* ou *The Irish New*, ont fait appel aux témoins-citoyens se trouvant sur place pour qu'ils leur envoient leurs images directement sur les sites en ligne. Très vite, plusieurs petites séquences vidéo et enregistrements audio, réalisés par des amateurs à l'aide de téléphones mobiles, ont été diffusés sur les sites web de ces journaux ; ils ont été repris par la suite par les télévisions du monde entier.

« Cette dernière étape montre un réel changement dans l'utilisation d'Internet mais, au-delà, il s'agit d'une véritable reconsidération de la place du public dans l'information. Même si l'utilisation d'images amateurs dans les médias n'est pas une chose récente, les technologies mobiles d'aujourd'hui permettent une quasi-instantanéité qui vient bouleverser la façon même de faire du journalisme, et le métier de journaliste lui-même. L'audience devient une source d'information pour les journalistes »⁶³.

L'audience et le public deviennent une source d'information pour les journalistes, comme l'explique Stuart Thomas, rédacteur en chef d'ITV London News au *journal Bristol Evening Post*, quelques jours après ces attentats : *La meilleure photo est celle qui montre les gens marchant dans les tunnels, où jamais une caméra de télévision n'aurait pu se trouver normalement quand se produit un tel événement.*

2.3. Les particularités de la presse en ligne

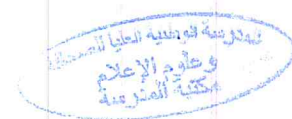
A l'heure actuelle, le renversement des mémoires textuelles et des écritures dans l'univers numérique rend possible l'accès à toutes les constitutions du savoir. Dans ce cadre, les NTIC envahissent entièrement l'imaginaire collectif et individuel contemporain bien avant d'être un outil et un média solidement diffusé.

Les recherches sur la presse en ligne baignent dans une idéologie parallèle aux progrès des nouvelles technologies d'information et de communication. La presse en ligne est,

⁶³ FAUBRUJON Léa, *Information en ligne et dispositif documentaire du monde au Monde.fr*, mémoire de Master 1, Direction : Cécile de Bary, Nice, université de Nice, Juin 2008, p. 31. Consulté le 12/05/2011.

désormais, proclamée comme un média au sens restreint du terme, et non pas un support technique pour la communication. Son dynamisme tient plus à son caractère de multimédia réunissant l'écrit, le son et l'image.

De ce fait, quelques chercheurs, à l'instar d'Eric Maigret, Jean-Marie Charon, Nicolas Pélissier considèrent ce média comme un véritable super média, un ogre dévorant tous les autres intermédiaires de l'information. Par son universalité, sa flexibilité, ses modes de transmission et son faible coût d'utilisation, il serait ainsi appelé à devenir le média alternatif du futur. Nous tenterons dans cet espace de montrer les caractéristiques générales de cette activité. A travers une analyse globale, nous analyserons les points forts et les positions délicates détectés lors de notre recherche.



2.3.1. Les alternatives du numérique

Se servant des nombreux atouts caractérisant le réseau Internet, la presse en ligne apporte à ses utilisateurs une information spécifique. Il devient difficile d'assimiler complètement ce contenu en comparaison de celui de la version papier. Pour les fidèles, la presse en ligne semble présenter de nombreux atouts, que nous allons tenter ici de recenser.

A- La gratuité de l'information : Internet crée, en apparence, une habitude de gratuité chez les consommateurs, si bien qu'il devient de plus en plus difficile de justifier le fait d'avoir à payer pour les contenus et les services auxquels la presse donnait traditionnellement accès. Aidé par une jeune génération habituée à consommer gratuitement l'information, ce phénomène tend à disparaître ou plutôt à s'atténuer. Cette gratuité prend différentes formes selon les stratégies mises en place par les sites. Certains de ces canaux d'information sont entièrement gratuits, d'autres ont choisi le compromis de proposer une partie gratuite et l'autre payante constituée généralement d'archives du journal ou de dossiers d'actualité. Ce système mi-gratuit et mi-payant est certes un gouffre financier, mais il est utilisé pour fidéliser un lectorat spécialement superficiel sur le web.

D'autres sites de presse en ligne proposent également une ergonomie intéressante. Ils autorisent les internautes à accéder à des articles inédits à travers un abonnement, à constituer leurs propres archives ou, encore, à organiser leur page d'accueil en fonction de leurs centres d'intérêts. Quant aux sites entièrement gratuits, ils utilisent des systèmes de fidélisation, représentés notamment en abonnements de newsletters ou de fils RSS. Cette économie

entièrement gratuite se repose essentiellement sur la publicité, très présente, quelques sites n'étant accessibles qu'après visionnage d'une publicité de quelques secondes. Quelque soit le modèle choisi par les sites d'information, la gratuité fait partie intégrante de l'information sur le web bien que, comme nous l'avons vu précédemment, cela tend à se perdre.

B- Le multimédia : « *Le terme multimédia qualifie un produit ou un service qui mêle, grâce à une traduction en langage informatique des données jusqu'ici explorées séparément, des textes, des sons, de la vidéo, des photos, des dessins, etc.* ». ⁶⁴ Si l'écrit reste encore le principal support des sites de presse, la vidéo et le son commencent à acquérir une place de plus en plus importante notamment sur les sites de presse quotidienne. Il est désormais possible d'insérer l'image, le son ou la vidéo dans le même processus éditorial.

La plupart des titres font ainsi appel à des prestataires extérieurs comme les agences de presse (L'AFP pour *Le Monde*) ou encore à des sites de vidéo d'information en ligne. Les vidéos peuvent également être fournies par des chaînes de télévision : par exemple, *TF1* propose plusieurs sites de presse quotidienne régionale. Enfin, même si cela reste l'exception, certains sites de presse se sont lancés dans la production de contenus vidéo. La part croissante de la vidéo souligne le caractère de plus en plus pluri-média que prennent les sites d'information. Il semble que les entreprises de presse, qui ne peuvent plus uniquement s'appuyer sur leurs compétences dans l'écrit, doivent de plus en plus rechercher d'autres dispositifs pour offrir des contenus multimédias distingués.

C- L'hypertexte : grâce aux hyperliens et aux hypertextes, l'information acquiert une nouvelle dimension, une nouvelle profondeur. On relie l'article à des documents complémentaires tels que des cartes géographiques, des notices biographiques, des textes officiels, des informations de nature économique, culturelle ou des articles antérieurs. Le journaliste peut également mettre à la disposition du lecteur une partie de ses sources afin d'étayer ce qu'il avance. La presse écrite s'affranchit, en quelque sorte, des contraintes espace-temps et peut espérer augmenter son crédit auprès des lecteurs. L'arrivée sur Internet de la presse écrite élargit le contenu de l'information offerte en se basant en grande partie sur les avantages des liens hypertextes.

⁶⁴ LESLE François, MACAREZ Nicolas, *Le multimédia*, Paris, Editions Presses Universitaires de France, coll. Que-sais-je ?, 1998, p. 3.

D- La relation journaliste/lecteur : l'évolution de la relation journaliste/lecteur est sûrement l'une des principales différences entre le journalisme papier et le journalisme en ligne. L'interactivité entre le journaliste et son lecteur ne se manifeste pas avec Internet puisque, depuis l'invention du courrier des lecteurs, émetteurs et récepteurs dialoguent. Mais Internet donne une ampleur nouvelle à l'interactivité, transforme les rapports entre le journaliste et son lecteur. Grâce au courrier électronique, le lecteur peut réagir à un article, demander des précisions à l'auteur. Si, autrefois, la distinction entre le journaliste et son lecteur était évidente de par le système de production des quotidiens papiers, l'instantanéité et l'interactivité que permettent les caractéristiques techniques d'Internet les rapprochent considérablement.

Cette interactivité a le mérite de renforcer la fonction communautaire du journal comme en témoigne la multiplication des forums de discussion sur les sites web des journaux. La discussion porte sur des thèmes lancés par le journal ou même par les lecteurs. Le fait que le lecteur soit de plus en plus critique et, surtout, qu'il dispose désormais des moyens de faire part de ses réactions, oblige le médiateur à rechercher une plus grande fiabilité. Selon le rapport de mission de Marc Tessier et Maxime Baffert sur la presse au défi du numérique en France, (rédigé en février 2007), d'autres outils permettent aux internautes d'interagir avec un site. Par ces outils, le journal donne une place plus accrue au lecteur, qui se retrouve placé au centre du site, voire même fournisseur de contenu : sondages, forums, chats, commentaires sur les articles, possibilité d'écrire à l'auteur ou de lui soumettre une information. Ainsi, le forum est très largement utilisé (75 % de la PQN, 48% de la PQR et 54% de la presse magazine), tout comme les sondages en ligne (50% de la PQN, 48% de la PQR et 30% de la presse magazine). Les chats sur un site de journal avec un invité sont, par contre, un peu moins fréquents (42% de la PQN, seulement 9% de la PQR et 16% de la presse magazine).

En effet, dans la version papier, on peut qualifier cette relation de « verticale » : le journaliste qui détient l'information la transmet aux lecteurs après l'avoir mise en forme. Sur le web, les frontières sont beaucoup moins nettes. Les rôles sont de moins en moins définis et l'internaute peut être, tour à tour, consommateur et/ou producteur de savoir. Il existe donc une relation très étroite entre l'activité en ligne et son public. Dans une approche collaborative, les sites d'information en ligne constituent un patrimoine exceptionnel, ils permettent la création de plusieurs chaînes de dialogues avec le lecteur. .

E- L'instantanéité de l'information : cette capacité à intégrer une temporalité de plus en plus courte aux événements procure de grands avantages à l'information sur Internet, notamment parce que nous vivons dans des sociétés qui consomment vite et tout de suite. Cependant, la réactivité proposée par la presse en ligne est déterminée par un double rôle.

La concurrence entre les différents titres déjà présents dans les versions papiers se voit accentuée. Désormais, le laps de temps entre l'arrivée d'une dépêche et sa publication en ligne est presque immédiat. Cette course aux scoops n'est pas sans risque, car si le temps de la rédaction et de l'annonce d'une information s'est considérablement réduit, c'est également celui de la vérification qui se voit diminué.

2.3.2. Les carences de la presse en ligne

Dans nos sociétés modernes, les individus exercent des activités professionnelles dans un cadre organisationnel bien défini. Avec l'arrivée des TIC, les espaces socioprofessionnels se développent en permanence et créent des dispositifs de transformation et de dysfonctionnement au sein des groupes. Comme nous allons le voir, la nouvelle configuration de la presse électronique favorise l'expansion d'un système dynamique. Cependant, ce large panel technique a aussi ses limites.

A- L'inconfort de la lecture : la presse en ligne utilise l'écran comme seul support de lecture. De ce fait, les inconvénients qui en découlent sont nombreux. La lecture se révèle donc plus fatigante pour l'utilisateur qui y passera probablement moins de temps par rapport au support papier. Il paraît clair que la lecture sur écran est fatigante particulièrement du fait de la luminosité et de la taille de l'écran. Xavier Delengaigne et Thomas Joubert affirment qu' :

« Une étude Use it vient préciser ce phénomène : les lecteurs d'une page web ne lisent pas forcément moins vite, ils lisent moins. Le texte d'une page web doit donc être plus court que sur papier. En effet, l'étude indique qu'en moyenne les lecteurs d'une page web n'ont le temps de lire que 25% du texte. Donc, moins la page comporte de texte, plus elle a de chance d'être lue en totalité. Bien que la lecture soit plus difficile sur une page web, le taux de lecture est souvent supérieur au papier »⁶⁵.

⁶⁵ DELENGAIGNE Xavier, JOUBERT Thomas, *Ecrire pour le web : vers une écriture multimédia*, Voiron : Territorial Edition, coll. Dossier d'experts, 2010, p. 11.

Par ailleurs, sur écran, on a qu'une vue partielle du texte, la lecture a tendance à se faire moins linéaire. Cependant, l'utilisateur favorise une lecture de survol. La presse en ligne a su s'adapter et compenser ces désagréments en proposant des articles plus courts mais, aussi, une écriture dans un style plus adapté à la lecture sur écran ou encore en proposant des animations multimédia.

B- Le piège d'une désinformation : il y a incontestablement un risque pour l'internaute de se perdre dans une masse d'informations ; la dose peut le conduire à un sentiment de perte de repères. Pour enrayer ce problème, quelques quotidiens en ligne hiérarchisent leurs nouvelles ce qui, arbitrairement, permet de distinguer l'essentiel du superflu. Nous estimons que la solution préférable pour un quotidien en ligne de se distinguer des autres médias est de classer correctement chaque information pour remettre en perspective l'actualité.

« L'écriture web commence à devenir mûre. Certaines règles, comme la pyramide inversée, sont désormais bien établies. Le multimédia est venu enrichir les contenus. Désormais, les rédacteurs sont bien souvent obligés de maîtriser plusieurs médias différents : son, vidéos, etc. Or, bien souvent, ils se retrouvent seuls pour gérer l'ensemble des tâches nécessaires à la vie d'un site web. Le champ de connaissances et de savoir-faire à maîtriser est grand, mais un site web riche en visiteurs, en contenus apporte une véritable reconnaissance du travail accompli»⁶⁶.

Dominique Wolton⁶⁷ souligne également que, ce que l'écran permettra de simplifier et de rendre plus direct et transparent d'un côté, sera au contraire plus réglementé, plus fermé et plus codé d'un autre. L'auteur défend les idées soutenues par plusieurs sociologues sur la transparence et la rumeur : plus il y a de transparence, plus il y a de rumeurs et de secrets. Tout simplement parce qu'il n'y a jamais de rapports sociaux transparents.

C- La pauvreté du style : dans le site d'un média en ligne, l'information doit être d'un bon équilibre informationnel et en évolution permanente. Généralement, les sites doivent comporter dans leurs pages d'accueil les informations « chaudes » et les scoops d'information. La presse en ligne s'oppose aux principes des médias classiques, elle doit répercuter l'information d'une manière quasi-instantanée.

⁶⁶ DELENGAIGNE Xavier, JOUBERT Thomas, *opus cité*, p. 115.

⁶⁷ WOLTON Dominique, *opus cité*, p. 109.

« Mais sur le métier du journaliste web...il y a une chose qui est importante, c'est d'écrire vite...le média reprend tellement dans la rapidité, il t'impose un tel rythme que si tu n'écris pas vite, si t'es pas instantané, quitte à le retirer un quart d'heure après pour l'améliorer, t'es mort !! Il y a ce côté instantané, ce côté de rapidité qui joue sur ton rythme d'écriture. Il faut être plus rapide, plus performant »⁶⁸.

Le résultat, découlant de cette rapidité de la rédaction, est que beaucoup d'informations sont dépréciées et gaspillées, notamment par l'utilisation d'un style souvent pauvre. En effet, l'augmentation du rythme de production diminue largement le temps de réflexion et appauvrit son contenu grammatical. Cette contrainte est renforcée par le champ linguistique, elle est associée au problème des fautes de frappe, d'orthographe et de syntaxe. Dans un article publié en 2003, Jane Singer⁶⁹ a listé les principales critiques adressées au journalisme web aux Etats-Unis. Elle a souligné les répercussions du travail dans l'urgence sur les pratiques et les représentations des journalistes en ligne américains. Davantage préoccupés par la vitesse d'obtention de l'information que par sa véracité, ces derniers transigent plus sur le respect de la rigueur professionnelle et sur la vigilance que sur ce qui peut porter atteinte à la crédibilité du média. Conduit à se plier, pense toujours Jane Singer, aux sollicitations des internautes, souvent décrits comme des consommateurs exigeants et pressés d'accéder aux informations toujours plus « chaudes », le journalisme web s'enferme dans ces contraintes.

D- Un média morcelé : dans les organes de presse en ligne, les journalistes sont généralement moins spécialisés par rapport à leurs collègues de la presse classique. Les modes de traitement de l'information sont d'une grande diversité. Cependant, en se juxtaposant et se référant uniquement à un site d'information, ce média s'engage un peu plus en marge du circuit informationnel, il devient de plus en plus fragmenté. Dans le sens commun, l'utilité d'un site d'information en ligne renvoie moins aux potentiels du journaliste qu'à l'usage qu'il prévoit pour l'information retrouvée. Mais, la vraie valeur d'une information, c'est son originalité d'usage, et la capacité du journaliste de présenter un produit journalistique bien analysé et synthétisé, en reliant tous ces éléments. La presse en ligne donne l'impression de survoler et de délaissier plusieurs actes ; ses acteurs ont l'idée d'être partout et nulle part. Ainsi, le travail journalistique est « *fractionné en morceaux* ». Pris dans

⁶⁸ ESTIENNE Yannick, *opus cité*, p. 180.

⁶⁹ SINGER Jane, "Who are this Guys ? The online challenge to the notion of journalistic professionalism" *Journalism*, New York, Edition Tc, 2003, p4.

un sens sensiblement différent de celui que lui a donné Georges Friedmann⁷⁰, sociologue du travail, cette formule célèbre est utilisée pour faire référence au caractère morcelé du travail dans une rédaction web. Plusieurs travaux de recherche traitant ce sujet ont été réalisés ces dernières années. Si nous analysons l'ensemble de ces contributions, nous remarquons que la majorité des chercheurs s'accordent à dire que la généralisation des nouvelles technologies d'information et de communication dans le secteur professionnel ont rendu l'activité et le rythme du travail plus au moins irréguliers.

⁷⁰ Friedmann a étudié les effets de l'organisation scientifique du travail (OST) sur les pratiques des ouvriers. Avec l'OST, l'ouvrier de métier disparaît et le travail perd son unité. Il est brisé, parcellisé et distribué par « miettes » à l'ensemble des ouvriers spécialisés (OS) qui effectuent un seul type de tâches répétitives. (FRIEDMANN Georges, *Le travail en miettes*, Paris, Gallimard, 1964, 374 pages).

Chapitre 3. Les incidences des TIC sur les organisations médiatiques

3.1. La transformation du journalisme et l'abolition de ses frontières

A l'instar de la majorité des phénomènes en SIC, l'optimisation de l'activité journalistique crée de nouveaux rapports socioprofessionnels. L'explosion technologique signe le début d'une nouvelle ère post industrielle, et une modification dans les principes de fonctionnement général. L'organisation traditionnelle de la presse laisse la place à une modélisation basée sur une alliance entre l'informatique et Internet.

Historiquement, l'activité médiatique est caractérisée par un processus de développement semblable à celui des états et des nations. Il existe une relation très intime entre les deux parties, ce qui modifie les modalités de fonctionnement journalistique et, en particulier, celles qui touchent l'implication des journalistes. Actuellement, l'accélération et l'industrialisation de l'activité médiatique génèrent une valorisation professionnelle importante et répondent à une nécessité d'acquisition de nouvelles compétences.

La numérisation des activités médiatiques s'accélère d'une manière fulgurante au point de changer complètement la conception du journalisme. Après que ce métier ait été synonyme d'une pratique de communication, donner une définition très exacte au journalisme semble devenir une tâche très difficile. Jean-Marie Charon⁷¹ admet que le terme de journaliste se heurte déjà à un obstacle conceptuel puisqu'il renvoie à une diversité de métiers (grand reporter, journaliste reporter d'images, présentateur, secrétaire de rédaction, etc.) peu assimilables à une profession homogène. Aborder la question du journalisme sur le web est devenue une tâche peu aisée, cette activité hétérogène se présente comme une représentation professionnelle qui échappe à toutes les définitions assimilées auparavant. Plusieurs spécialistes en SIC trouvent des difficultés à entourer scientifiquement ce phénomène. Denis Ruellan admet que le journalisme est : « *Un univers fluide aux modes de gestion flous et mouvants, à la lecture professionnelle métissée par nature* »⁷².

⁷¹ CHARON Jean-Marie, *Cartes de presse, enquêtes sur les journalistes*, Paris, Edition Stock, 1993, p154.

⁷² RUELLAN Denis, *Le journalisme du flou, identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, Edition PUG, 1993, p. 140.

Pour appréhender cet environnement numérique, les différents acteurs expriment leurs besoins technologiques et préconisent le développement des plans multisectoriels pour maîtriser les différents services de l'information web. La formation apparaît comme un axe principal des réformes. Face à ces nouvelles attributions, le secteur de la presse en ligne expérimente de nouveaux rôles sans en modifier complètement ses objectifs fondamentaux. L'orientation de l'activité journalistique vers d'autres horizons plus technique, assure une meilleure exploitation et permet un développement plus conséquent de la thématique électronique.

Dans un contexte dominé par la société de l'information, la presse en ligne élargit son statut et son processus d'expansion à l'ensemble des acteurs humains. Eric Scherer voit cette technologie comme une chance et une vraie avancée pour le journalisme, il affirme : « *La valeur du journalisme, aujourd'hui, n'est plus uniquement dans les contenus, il faut positionner l'information comme un service et non plus comme un contenu ...La technologie favorise juste un journalisme augmenté* »⁷³.

3.2. Les nouveaux marqueurs du journalisme en ligne

Selon Michel Mathien⁷⁴, l'arrivée des pratiques nouvelles dans le milieu journalistique répond à un besoin d'information et signe un véritable changement de fond. Nous constatons des divergences radicale dans l'interprétation de ce mouvement chez les spécialistes en SIC. James Curran explique que : « *Le changement qui touche le journalisme est considéré comme un progrès continu vers des formes supérieures* »⁷⁵. Cet avis de l'école anglo-saxonne ne fait pas l'unanimité ; plusieurs professionnels se positionnent contre et considèrent que l'organisation actuelle de la presse en ligne est le résultat apparent d'une rupture entre deux époques d'adaptation professionnelle.

La presse en ligne bénéficie d'une visibilité très importante, elle se positionne comme l'unique fournisseur du service informationnel. Les journalistes web innovent continuellement dans leurs prestations quotidiennes de manière à s'adapter aux contraintes du moment, et maintenir certaines normes fondamentales du journalisme. Avec les innombrables

⁷³ SCHERER Eric, *Opus cite*, P. 159.

⁷⁴ LE BŒUF Claude, PELISSIER Nicolas, *Communiquer l'information scientifique : éthique du journalisme et stratégie des organisations*, Paris, Edition L'Harmattan, coll. Communication et technologie, 2003, p. 6.

⁷⁵ CURRAN James, "Media and the making of British society, C1700.2000", *Media History*, volume. 08, n° 02, London, 2002, pp.135-154.

développements subis par cette activité, il devient alors indispensable de mettre un périmètre scientifique et un champ de recherches spécifiques au paysage de la presse électronique. Comme nous venons de le voir, l'introduction du web dans la pratique journalistique engendre une métamorphose générale de sa chaîne de production. De plus en plus, les journalistes délaissent les méthodes traditionnelles au profit des nouvelles pratiques basées sur la collaboration et la coopération en réseaux. Cette nouvelle reconnaissance anime les débats, plusieurs questions se posent encore de nos jours sur les bases fondamentales de ce métier.

L'instabilité permanente de cette activité freine sa reconnaissance à devenir un domaine à part entière ; son statut socioprofessionnel et juridique approximatif renforce encore plus le débat. Iyad Ben Achour révèle les différents aspects de cette mutation. Il affirme que cette activité est caractérisée par : « *La surproduction et l'instantanéité des normes, le caractère Incantatoire de la législation, et la disharmonie entre le légal et le réel* »⁷⁶. Le processus de développement du journalisme en ligne expérimente un nombre indéfini de nouvelles pratiques ; nous assistons alors à une nouvelle codification de la physionomie de l'information.

En effet, l'irruption de ces aspects secoue l'industrie de la presse classique générale. La fraîcheur de l'information, l'effacement des barrières entre les différents protagonistes et la gratuité de l'information seront les principales applications de ce changement en profondeur. D'une manière générale, nous présumons que l'évolution du journalisme web affecte brutalement le fonctionnement des grands médias traditionnels, et les journalistes semblent soumis à une adaptation difficile. Toutefois, les avantages découlant de cette activité permet d'accepter, peu à peu, un consensus pour cet espace.

3.2.1. Une transformation inévitable ?

Devant une quantité importante d'informations véhiculées par ces nouveaux canaux, les professionnels de la presse ont été obligés de se mobiliser et rendre leur conception attractives. Les entreprises de presse ont tenté, durant toute cette période, de s'adapter à cette stratégie et de gérer les transformations des techniques de production et de diffusion. Cette situation de renouvellement des pratiques et des compétences nécessitent un ajustement autour d'un moyen technologique dynamique. Internet occupe une place importante dans cette

⁷⁶ BEN ACHOUR Iyad, *Politique, religion et droit dans le monde arabe*, Tunis, Edition CERES production, 1992, p. 134.

transformation. Serge Guérin voit que cet outil : « *Est une façon pour les entreprises de presse d'être dans la course et sur le marché* »⁷⁷. La même modération se fera remarquer chez Bernard Miège et Gaëtan Tremblay qui estiment que : « *Les techniques de l'information aident au changement et parfois l'accélèrent* »⁷⁸.

Ce passage inéluctable favorise la montée en vigueur de nouveaux dispositifs professionnels, et offre une organisation appropriée aux médias de s'adapter à de nouvelles attitudes socioprofessionnelles. « *Internet offre en même temps la source documentaire et une reproduction du terrain lui-même. De ce point de vue, il est réellement novateur car il combine – sans toutefois les remplacer intégralement chacun- à la fois le volet documentaire, le volet enquête et le volet contact préalables à la rédaction proprement dite* »⁷⁹.

3.2.3. De nouvelles tendances pour le journalisme ?

*« Les recherches sur l'extension des territoires du journalisme s'attachent également à analyser des pratiques et des formats journalistiques spécifiques au numérique — ou qui connaissent un regain d'intérêt grâce aux possibilités techniques des dispositifs socio numériques — comme le data journalisme, le web documentaire, les news games, le live blogging ou encore le SEO (Search engine optimization). Un point commun de ces travaux est de croiser la question des pratiques – souvent collaboratives –, celle des formats, objets voire genres journalistiques et celle du rapport au public. En outre, la plupart empruntent une perspective de constructivisme social pour saisir ces objets mouvants et hybrides »*⁸⁰.

Les dimensions nouvelles de la société de l'information nous offrent aujourd'hui un panorama médiatique particulier ; le bouillonnement lié à Internet fait émerger plusieurs formes de médias. Nous assistons aujourd'hui à la manifestation d'un nouveau journalisme basé sur la technique du web et le support numérique. La nouvelle organisation du journalisme web est centrée autour des moyens technologiques disponibles dans les salles de rédaction. Le management participatif accompagne cette évolution et accélère ce protocole. Cette insertion technologique est inévitable, Jean-Marie Charon⁸¹ adopte cette exigence, il

⁷⁷ DE LAUBIER Charles, *La presse sur internet*, Paris, Edition PUF, coll. Que-sais-je ?, 2000, p. 97.

⁷⁸ MIEGE Bernard, TREMBLAY Gaëtan, « pour une grille de lecture et de développement des nouvelles techniques de l'information et de la communication », *Sciences de la société*, n°47, mai 1999, p. 10.

⁷⁹ LENOBLE-BART Annie, CHENEAU-LOQUAY Annie (dir.), « Les médias africains à l'heure du numérique », *Netsuds*, n°05, septembre 2010, Caen, Edition L'Harmattan, p. 58.

⁸⁰ MERCIER Arnaud et PIGNARD-CHEYNEL Nathalie, *Opus cité*.

⁸¹ CHARON Jean-Marie, « Modernisation et diversification des journaux : quels enjeux ? », *Brisés*, n°11, Dossier : *Presse et nouvelle technologies*, Paris, Edition CDSH, décembre 1987, p. 62.

souligne la nécessité d'une mutation entrepreneuriale et managériale que les entreprises de presse doivent assumer après chaque évolution de la pratique. La recrudescence de l'utilisation technologique dans les salles de rédaction crée une forme de perturbation dans la pratique journalistique. Plusieurs remodelages se ressentent, certaines tâches disparaissent et d'autres apparaissent en tant que nouvelles bases du journalisme en ligne. Le journaliste occupe une place centrale dans cette nouvelle organisation, il est censé participer à toutes les étapes de la production de l'information, de l'écriture à la mise en forme et à la diffusion. Les principes du journalisme classique fondés sur le travail de groupe et une limitation dans les notions et les temporalités sont bousculés par une introduction massive de nouveaux usages et rituels journalistiques.

Pascal Lapointe mentionne : « *Bien sûr qu'Internet modifiera la façon de faire le journalisme... Et cette évolution ne fait que commencer. A mesure que les journalistes et les médias prendront de l'assurance dans le cyberspace... la direction que prendra ce nouvel univers dépendra beaucoup de nous et de la façon dont nous apprivoiserons l'outil* »⁸². L'évolution du journalisme vers cette pratique multimédia laisse entrevoir encore plusieurs zones d'ombres, et son déploiement sur plusieurs sphères désoriente totalement sa véritable identification. Dans cette optique, plusieurs tentatives d'identification ont été réalisées par les spécialistes en SIC ; un manifeste général⁸³, qui retrace les bouleversements du journalisme web. En effet, le panorama général des différentes mutations, qu'a subi l'activité, sera résumé en quatre points majeurs :

1. Le prolongement de la presse sur le web est considéré comme une fissure dans l'homogénéité du travail médiatique, nous assistons à la création d'un nouveau média amélioré par les capacités technologiques offertes. Selon Bernard Martin : « *En basculant sur le Web, le journalisme ne change pas simplement de support, il change aussi de nature. Ce n'est ni une transmutation, c'est un autre média. De plus, les attentes et les réactions des lecteurs du Web, parce que le support est différent, ne sont pas les mêmes que celles de la presse écrite* »⁸⁴. Effectivement, nous remarquons que ce média est très généraliste, il mobilise plusieurs domaines et spécialités qui

⁸² LAPOINTE Pascal, *Le journalisme à l'ère du net : guide pratique*, Montréal, Edition les Presses de l'Université de Laval, 1999, p. 5.

⁸³ MARTIN Bernard, « Manifeste pour un autre journalisme », la *Revue XXI*, n°21, Paris : Edition JCK, janvier 2013, pp.134-170

⁸⁴ MARTIN Bernard, *ibid.*

seront incorporés dans son processus de production et de diffusion. Cette codification est jugée comme très vague pour qu'elle puisse être contenue par un seul média.

2. Cette expérience est synonyme d'une indéfinition des rôles et des lieux. Les prémices d'une spécialisation sont absentes, les indices d'une véritable structuration ont disparu. Nous remarquons des lacunes dans l'organisation humaine et matérielle, en résumé : « *Les frontières entre journalistes et experts, entre pouvoir et média, deviennent floues, et tout un chacun peut participer anonymement à faire circuler l'information, de façon virale et incontrôlée* »⁸⁵.
3. La mission « noble » du journalisme fait ses adieux dans ce contexte. Désormais, les responsables du secteur de la presse en ligne cherchent dans la rapidité et la vitesse de diffusion. La majorité des professionnels actuels défendent l'idée d'un service minimal et d'une massification de l'opération informationnelle. Les enquêtes profondes, les grands reportages et le journalisme d'investigation perdent leurs statuts, ils laissent la place à un besoin d'information très médiocre, qui selon Jean-Marie Charon⁸⁶, passe sans cesse d'un sujet à l'autre sans pouvoir en assurer un réel suivi.
4. Le quatrième élément de l'élaboration de cette nouvelle forme de journalisme concerne le rôle de l'élément central de l'activité : le journaliste. Car il perd de sa valeur professionnelle et son statut de compétiteur puisqu'il reste assis derrière son écran pratiquant la veille sur Internet à la recherche d'information. Charon réalise une distinction entre les deux formes de la pratique : « *Le journaliste debout, dont l'ensemble de l'activité consiste à aller chercher l'information, journaliste exposé, enquêteur et voyageur (...) le journaliste assis qui reste au sein de la rédaction l'essentiel de son temps* »⁸⁷.

Nous souhaitons ajouter à ces mutations les questions relatives au financement et à l'économie de la presse qui ont pris un nouvel essor. L'arrivée des TIC semble effacer un certain nombre des fondements de l'activité journalistique d'un côté, et faire évoluer de nouvelles visions et relations d'un autre. De ce fait, nous pouvons affirmer que les journalistes

⁸⁵ MARTIN Bernard, « Manifeste pour un nouveau journalisme », disponible sur Internet, <http://www.agoravox.fr/actualites/medias/article/manifeste-pour-un-autre-128864>, Dernière consultation : le 25/09/2013.

⁸⁶ CHARON Jean-Marie, « Le journalisme d'investigation et la recherche d'une nouvelle légitimité », *Hermès*, n° 35, *Les journalistes ont encore du pouvoir*, Paris, CNRS Edition, 2003, PP. 35-135, p. 140.

⁸⁷ CHARON Jean-Marie, *Cartes de presse, enquête sur les journalistes, opus cité*, p. 16.

ne cessent de perdre leur statut professionnel pour devenir, avec le temps, collecteurs d'information et ramasseurs de fil d'agences.

3.3. Vers un nouvel espace public fragmenté ?

Afin d'analyser la question de l'espace public dans ce nouveau milieu médiatique, il est pertinent de se référer à Jürgen Habermas. Sa théorie générale sur l'espace public, insiste sur plusieurs faits afin de pouvoir traduire en actes l'imaginaire collective de la population :

« Suivant les idées normatives de la tradition politique moderne, l'appareil de l'Etat démocratiquement légitimé, fondé non plus sur la souveraineté du prince, mais sur celle du peuple, est supposé être à même de traduire en acte l'opinion de la volonté de ce public que constituent les citoyens. Les citoyens eux mêmes participent à la formation collective de la conscience, sans pouvoir agir collectivement »⁸⁸.

Dans un premier temps, nous estimons que l'arrivée des TIC dans l'espace médiatique ne signe pas, comme le prétendent quelques travaux de recherche, une rupture avec les pratiques en place ; il y a une véritable continuité qui tient compte de l'évolution de l'activité. Analyser le journalisme en ligne en tant qu'espace public ne peut se faire sans une interrogation générale sur les représentations et les interactions de cette insertion dans les milieux publics. Les réactions des acteurs sociaux, le classement de cette activité dans l'échelle des influents et son implication dans le débat démocratique sont les illustrations d'un espace public. Mark Poster⁸⁹ remet en cause l'idée avancée sur la responsabilité des NTIC dans la création d'un nouvel espace public. Il affirme que, l'outil Internet ne peut, en aucun cas, être un espace communautaire, et que le cyberspace sera le responsable des échecs en série dans le but de construire un point de vue commun. Mark Poster estime que l'espace public se caractérise par un débat entre égaux où les arguments rationnels prévalent pour la recherche d'un consensus.

En analysant l'espace public du journalisme en ligne, Patrice Flichy⁹⁰ estime que les internautes peuvent effectivement débattre sur un pied d'égalité. En revanche, l'échange argumenté est loin d'être toujours la règle. Les débats sur Internet sont rarement unanimes, il

⁸⁸ HABERMAS Jürgen, *Théorie de l'agir communicationnel, rationalité de l'agir et rationalisation de la communication*, T1, traduction française de Jean-Marc Ferry, Paris, Edition Fayard, coll. L'espace de politique.1987, p. 426.

⁸⁹ POSTER Mark, "Cuberdemocracy : the internet and public sphere", in : D. Holmes (ed.), *Virtual politics, identity and community in cyberspace*, Londres, 2009. p. 212-228.

⁹⁰ FLICHY Patrice, *L'imaginaire d'internet*, Paris, Edition La Découverte, coll. Science et société, 2001, P.120.

existe une multitude d'avis et d'opinions contradictoires. La diversité d'opinion renforce l'idée de l'inaptitude du journalisme sur Internet de devenir un véritable espace commun de débats. L'utilisation des pseudonymes et des identités virtuelles engendre un espace commun vulnérable, il est difficile de pouvoir mener un débat sérieux avec des personnes et des données douteuses et aléatoires.

Dans un deuxième temps, de nombreuses études préconisent que la multiplication des agents sociaux s'emparent des techniques de communication et interviennent dans l'espace public. Cette situation entraîne l'éclatement de ces espaces et la fondation de plusieurs lieux où se forment les opinions. A l'homogénéisation de l'espace public succède une pluralité d'espaces garantissant la prise en compte de la singularité. C'est une véritable société du multiple qui s'érige à travers l'action de micro-sujets qui se manifestent par une autogestion communautaire des biens et des enjeux secondaires aux réseaux. Isabelle Quintard⁹¹ affirme que, dans l'espace public traditionnel, les instances politiques n'ont fait qu'étouffer les réalisations individuelles.

L'engouement technologique met à jour la distorsion interne du réseau face à une communauté qui pense comme un tout, mais qui revendique une prise de parole individualisée. L'espace public devient un lieu de visibilité minoritaire et une sorte d'intimité collective aux frontières fluides. Cette pluralisation de l'espace public tend à augmenter le pouvoir individuel ; la force du « je », l'expression de l'intime sur les réseaux ouvrent la voie à une démocratie de l'ordinaire au sens symbolisé par Michel De Certeau⁹². Il affirme que la culture de l'ordinaire est d'abord une science pratique du singulier. La sphère privée du journalisme en ligne devient ainsi un lieu d'expérimentation, de différenciation à l'échelle restreinte et d'apprentissage. Un nouveau contrat social est entrain de voir le jour dont les lois favorisent une adhésion commune et l'avènement des microstructures.

A partir de ces éléments, nous concluons que les différentes représentations qu'offre Internet n'en sont qu'à leur début. Il faudra attendre encore plusieurs étapes de perfectionnement, de stabilisation, de consolidation de cette activité, et par la suite fonder une véritable représentation publique. Dominique Cardon affirme qu'il existe aujourd'hui une

⁹¹ QUINTARD Isabelle, *L'émergence de la presse électronique en France : vers une nouvelle logique informationnelle*, Mémoire de maîtrise en Science de l'information et de la communication, Nice : Université de Nice UFRLASH, 1998. (Consultée le : 21/10/2010)

⁹² DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*, Paris, Edition Gallimard, Coll. Folio essais, 1990, p. 122.

modification des sensibilités à l'égard de l'utilisation des nouveaux médias. Il assure qu' : « Avec l'arrivée d'Internet, l'espace public s'élargit à des nouvelles formes de prise de parole »⁹³. A la lumière de ce que nous avons présenté précédemment, il apparaît que l'objectif principal des fondateurs du journalisme en ligne est celui de mener cette activité vers le rôle de constructeur d'opinion. Cependant, l'aboutissement et la réalisation de ce plan stratégique nécessitent la mise en place de certaines étapes et de moyens suffisants pour développer cette conception.

3.4. La pyramide organisationnelle métamorphosée

François Pichault définit l'organisation du travail comme : « Un système d'action collective ayant une structure propre, résultat spécifique de la combinaison de multiples relations entre acteurs »⁹⁴. Le contexte moderne de la presse en ligne est marqué par une multiplication des acteurs, une amélioration qualitative de production, de diffusion, et d'organisation. Cette redynamisation est une opération censée cibler l'accélération du rythme du travail et l'optimisation des performances des entreprises.

Jean Mouchon, affirme que cette nouvelle organisation est dictée par des raisons purement économiques : « Prise dans le mouvement général de l'industrialisation de la culture, l'information est de plus en plus crainte par des impératifs économiques »⁹⁵. Cette fidélisation du public passe à travers une information objective, complète et de proximité, une orientation qui permet ensuite la création d'une liaison directe et d'un d'intérêt commun. L'outil d'information devient alors une nécessité pour les lecteurs, l'avènement des TIC ouvre la voie à une nouvelle relation plus personnalisée. Cette modernisation engendre, pour certaines entreprises, plusieurs difficultés d'apprentissage ; de nombreux dispositifs sociotechniques seront entrepris et mis en place en collaboration avec différents partenaires.

Depuis l'insertion de l'informatique dans les salles de rédaction, les entreprises de presse changent radicalement l'organisation du travail ; le rapport entre l'organisation sociale et l'outil technologique n'a jamais cessé de dévoiler toutes ces révélations. Selon notre enquête de terrain, nous pouvons affirmer que les responsables de journaux appréhendent

⁹³ CARDON Dominique, *La démocratie Internet : promesses et limites*, Paris, Edition Seuil, coll. La république des idées, 2010, p. 46.

⁹⁴ PICHAULT François, *Le conflit informatique : gérer les ressources humaines dans le changement technologique*, Bruxelles, Edition De Boeck, coll. Médias, 1992, p. 30.

⁹⁵ MOUCHON Jean, *La politique sous l'affluence des médias*, Paris, Edition L'Harmattan, 1998, p. 143.

majoritairement ce changement organisationnel, notamment pour des considérations économiques. Nicolas Pélissier et François Demers estiment que :

« La position surplombante des journalistes est d'autant plus menacée que l'Internet semble permettre aux acteurs sociaux d'échapper aux médias en tant que médiateurs obligés pour l'accès aux publics de masse, comme cela se passait à l'étape antérieure. De sources ou annonceurs qu'ils étaient pour les médias généralistes, les organisations, institutions et stars se transforment en rivaux, dans la mesure où ils mettent en ligne sur Internet leur propre média qui leur sert de kiosque d'information aussi bien que d'occasions de rencontre avec leurs publics. Les gens du marketing nomment cela le (*brand journalism*), qui contourne le filtre journalistique et publicitaire des médias traditionnels pour rejoindre directement les publics »⁹⁶.

Ce paradoxe dans l'agencement de ces médias est compréhensif selon Patrice Flichy :

« Il existe de multiples manières pour les groupes sociaux de s'approprier une innovation dont l'origine peut être technique. L'auteur prône une anthropologie de la technique qui envisage la combinaison entre cadre technique et cadre de fonctionnement. Cela aboutit à la constitution d'un nouveau cadre sociotechnique qui, loin d'élucider l'importance de l'imaginaire, inclut les représentations de l'objet technique et de ses usages tant chez les concepteurs que dans le public »⁹⁷.

La modernisation de la presse nécessite une batterie de dispositifs et de processus techniques, une adhésion technologique productrice de nouvelles sources innovantes et un corps socioprofessionnel obéissant à une implication des TIC. Le nouveau cadre organisationnel des journaux ne résiste pas à ce changement ; il engendre nécessairement des incertitudes fonctionnelles.

Dans un environnement managérial très ordinaire, ces entreprises médiatiques sont considérées comme les précurseurs de nouvelles prestations. Cette implication dans le changement est représentée par une capacité d'anticipation, d'intégration de l'information technologique et d'une nouvelle dimension organisationnelle. Lise Viera, explore quelques pistes prospectives en matière d'innovation des entreprises. Elle insiste sur la compréhension

⁹⁶ PELISSIER Nicolas, DEMERS François, « Recherches sur le journalisme. Un savoir dispersé en voie de structuration », *Revue française des sciences de l'information et de la communication (RFSIC)*, disponible sur internet, <http://rfsic.revues.org/1135>, Dernière consultation : 07/10/2014.

⁹⁷ FLICHY Patrice, *L'innovation technique : récents développements en sciences sociales, vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, Edition La Découverte, coll. Science et société, 1995, p. 221.

des enjeux stratégiques que représente l'adhésion aux dynamiques d'innovation : « *La recherche, le développement et l'utilisation des TIC sont des éléments clés de l'innovation, mais les incorporer, l'entreprise doit adapter ses méthodes d'organisation et de production, de gestion et de distribution. Dans cet ensemble d'opérations le rôle des ressources humaines revêt toute son importance* »⁹⁸.

Que ce soit aux Etats-Unis d'Amérique, en Europe ou dans les pays émergents, les entreprises de presse subissent des transformations majeures dans leur organisation, et endurent une modernisation fondamentale de leurs systèmes de production. La fabrication d'un journal, qu'il soit papier ou en ligne, est confrontée à toutes les évolutions de l'activité ; il s'agit d'un renforcement des dispositifs techniques de manière à s'adapter à toutes les évolutions technologiques.

Ces multiples mutations seront les premières étapes vers une transformation générale de l'utilisation des outils technologiques dans les entreprises de presse. Elles sont considérées comme l'ultime réorganisation de l'activité journalistique, une chaîne indissociable qui met fin à une structure classique centralisée autour de personnes afin de se focaliser autour de l'outil de travail lui même.

3.5. L'expérience d'une démocratie directe et participative ?

A chaque saut technologique répond un idéal de société basé sur une citoyenneté partagée et un rêve égalitaire. Nadine Richard⁹⁹ explique qu'en 1973, l'arrivée du télégraphe optique ainsi que l'exploitation de messages codés ont engendré de grands espoirs, prophétisant une société où tous les citoyens pourraient communiquer. Cette volonté de faire éclore une démocratie et une société transparente à partir de l'information se retrouve chez les penseurs modernes comme le fondateur de la cybernétique Norbert Wiener. Il défendait l'idée que la communication effacerait le secret et que l'utopie sociale viendrait se substituer à l'utopie technicienne, et que les réseaux assumeraient les nouveaux espoirs du post-modernisme.

⁹⁸ VIERA Lise, *L'édition électronique de l'imprimé au numérique : évolutions et stratégies*, Bordeaux, Edition Presse Universitaire de Bordeaux, coll. Labyrinthes, 2004, p. 144.

⁹⁹ RICHARD Nadine, « Les autoroutes de l'information et le multimédia : vers quelle société ? », *Terminal*, n° 71/72, Paris, Edition L'Harmattan, 1996, pp. 23-44.

Alors que les médias de masse dénaturent la mission de l'espace public et transforment la démocratie représentative en une démocratie acclamative, les médias électroniques favorisaient une démocratie consultative et pluraliste. En développant une distribution plus large et immédiate des décisions, Internet inscrit ses adhérents dans une logique participative et représentative. La prise en compte de la vitalité des communautés virtuelles dans l'espace public met fin au nivellement généré par l'atomisation des citoyens devant les différentes institutions.

Le développement de la société moderne est déterminé par sa capacité d'établir plusieurs interactions entre ses différentes composantes. Cette synergie peut alors entraîner l'émergence d'un nouveau type d'organisation et d'institution. Ce mouvement dynamique engendre une nouvelle ligne d'organisation, elle sera caractérisée par une vision plus démocratique et participative chez ses différents acteurs. L'univers numérique, ouvre un nouvel espace socioprofessionnel, où les différents acteurs se trouvent en relation permanente au détriment des intermédiaires classiques.

« Le numérique constitue une formidable occasion de renouveler le rapport du citoyen au politique. Il offre un accès à la profondeur politique. Beaucoup sont sceptiques, mais tout montre que cet élargissement existe. Il y a une capacité énorme d'approfondissement et de collaboration entre les élus et les citoyens, riche, appuyée sur de la connaissance. Mais cela suppose une ouverture de la part des politiques, qu'ils prennent enfin au sérieux le potentiel du web »¹⁰⁰.

La presse en ligne est qualifiée d'intermédiaire institutionnel légitime de notre société moderne ; ses larges spécificités participatives offrent plusieurs possibilités de construction et de prise de décision. Ce secteur garantit le contrôle des activités de pouvoir, en réduisant les comportements individuels et absolutistes. Nous estimons que le journalisme web est dans une spirale ascendante qui tire les différentes composantes de la société vers un climat plus coopératif et plus participatif. Les nouvelles technologies d'information et de communication jouent un rôle crucial dans le développement du mode de gouvernance démocratique. La maîtrise de cette technologie et la démocratisation des sociétés sont devenues, de nos jours, une priorité absolue dans l'émergence d'une citoyenneté libre, responsable et solidaire. La complexité de la vie moderne nous oblige à adopter des approches plus appropriées, une

¹⁰⁰ BLANCHARD Laurent (dir.), *Optimisme durable : comment les nouvelles technologies changent déjà le monde*, Paris, Edition Le Cherche-midi, coll. Documents, 2010 , p. 240-241.

situation qui doit prendre en considération le contexte dans lequel ce phénomène se produit. Ainsi, il s'agit de développer un ensemble de communications qui offre à l'organisation une meilleure situation par rapport aux mutations engendrées par le changement des données.

L'activité médiatique, une fois de plus, joue un rôle primordial dans la redéfinition des enjeux sur le plan démocratique. Après une massification durable de la radio, de la télévision et de la presse, nous assistons, de nos jours, à une montée en puissance de l'activité journalistique sur le web. Philippe Engelhard, dans son livre intitulé : « L'internet change-t-il vraiment nos sociétés ? », écrit que : « *La morale de l'histoire est simple : la verticalité de l'information est une condition souvent nécessaire du changement, mais non suffisante. La réciproque est elle aussi vérifiée : Internet ou non, le changement exige le plus souvent un minimum de centralité et de verticalité* »¹⁰¹.

Les enjeux d'une nouvelle démocratie coopérative *via* la presse en ligne sont essentiellement des enjeux d'intégration de nouveaux comportements de façon à éliminer les modes classiques basés sur une communication obéissante. Les qualités exécutoires de cette activité sont désormais soutenues par un retour très positif de la part des populations. Nous assistons à une rupture quasi-totale avec les normes de la démocratie appelée classique ; l'environnement numérique signe le début d'un nouveau printemps démocratique. L'interface web est devenue un élément sérieux et un appui crédible dans le processus démocratique au Maghreb. Les TIC ne font finalement qu'exacerber un besoin de participation et de coopération, en contrepartie d'un manque de sincérité des autres organes médiatiques. Cette transparence exprime le besoin de réintégrer l'éthique fondatrice des métiers du journalisme.

3.6. Une éventuelle légitimité du journalisme en ligne ?

Le journalisme en ligne est un dispositif d'apprentissage organisationnel qui nécessite une mise en place systématique et une démarche de communication bien réfléchie. La société de l'information s'apprête donc à bouleverser encore plus les conditions de fonctionnement du métier. Désormais, les anciennes frontières du journalisme sont en voie d'abolition, conduisant des techniques, des acteurs, des cultures et des technologies à se rencontrer, à se superposer et à s'unir. La question de la crédibilité de cette activité fait l'objet de nombreux

¹⁰¹ ENGELHARD Philippe, *L'internet change-t-il vraiment nos sociétés*, Paris, Edition L'Harmattan, 2013 , p. 136.

débats socioprofessionnels, plusieurs contributions scientifiques et académiques analysant cette légitimité. En analysant ce contenu Marc-François Bernier estime que :

« L'élément dominant du processus de légitimation du journalisme est certes le contrat social. Sans lui, il devient impossible d'aborder le thème de la légitimité du journalisme, laquelle dépend d'un consentement social minimal. Sans lui pas de principes de représentativité non plus. Le contrat social renvoie à son tour aux notions de responsabilités et de libertés de la presse, lesquelles ont généré des droits et les droits qui permettent aux journalistes de respecter les clauses du contrat social et d'être les dignes représentants des citoyens. Ces libertés et responsabilités doivent être assumées d'une façon rationnelle, en fonction des valeurs sociales et professionnelles reconnues »¹⁰².

Face aux nouvelles transformations du journalisme et aux multiples confusions de son statut, de nombreux spécialistes pensent que cette réalité est celle d'un syndrome de perturbation engendré par une mobilisation excessive de son énergie face à l'environnement. Cette désorganisation étendue implique plusieurs fondements de l'activité, le journaliste adhère à un nouvel environnement très athlétique. Patrick J. Brunet assure que : « *Certaines entreprises de presse doivent néanmoins parvenir à surmonter les problèmes financier, éthique et déontologique posés par la mise en ligne complètement gratuite des données et des archives* »¹⁰³.

La nouvelle organisation du journalisme sur le web est désormais confrontée à de nouveaux défis ; elle doit impérativement s'adapter à de modernes concepts pour mettre en place des stratégies adaptées. Les entreprises de presse doivent non seulement utiliser les technologies d'information, mais aussi adopter une nouvelle identité professionnelle. Néanmoins, Jean-Marie Charon et Pierre Le Floch assurent que le premier obstacle d'une véritable légitimité de la presse en ligne est sa diffusion limitée : « *Les données relatives à l'équipement en ordinateurs, à l'accès au web et particulièrement au haut débit contredisent pourtant une telle image. C'est que le nouveau média, à l'échelle planétaire, creuse les inégalités entre les régions et les continents* »¹⁰⁴.

Ces conditions forcent ce média à développer ses capacités de mobilisation et d'intégration à travers de nouveaux processus d'apprentissage. Un nombre important des

¹⁰² BERNIER Marc-François, *Ethique et déontologie du journalisme*, 2eme tirage, Québec, Edition les Presse Universitaires de Laval, 2005, p. 28.

¹⁰³ BRUNET Patrick J., *Ethique et internet*, Québec, Edition Presse Universitaire de Laval, 2004, p. 27-20.

¹⁰⁴ CHARON Jean-Marie, LE FLOCH Patrick, *opus cité*, p. 104.

spécialistes partage l'idée de la distinction entre le support et la marque. Pierre Polomé assure que : « *Le code génétique de la profession mue mais ses bases restent solides et déontologiques. C'est surtout l'information qui a évolué très vite et sa réalité nouvelle est mal comprise : elle est de plus en plus liée à la conversation et au débat. L'article de la presse devient initiateur de cette conversation* »¹⁰⁵. D'après cette citation et en résumé à cette appropriation de légitimité, nous estimons que les changements identitaire subits par la profession reflète mal son accroissement organisationnel et infrastructurel.

3.6.1. La reconnaissance identitaire de la presse en ligne

Benoît Grévisse estime que : « *Se donner une identité est tout aussi fondamental que de se servir des principes de lisibilité ou de structuration de l'information. Mais après ces gammes, toutes les variations sont permises... et souhaitées* »¹⁰⁶. Le journalisme web a largement changé nos habitudes de consommer l'information depuis qu'il est devenu un domaine central de l'écosystème médiatique. L'information numérique devient une valeur incontestable dans les milieux médiatiques et une force de régulation dans la gouvernance de nos sociétés modernes. Pour le grand public, le journalisme web est le synonyme de liens hypertextes, qui offrent un contenu d'actualités et une possibilité de mener une discussion avec les journalistes.

Généralement, quand on aborde l'indice identitaire d'un secteur quelconque, on en élabore une structuration. Martine Abdallah-Pretceille apporte une légitimation épistémologique à ce terme : « *L'identité est souvent confondue avec l'identification à partir de caractéristiques hétéro-attribuées ou auto-attribuées. Cette logique s'inscrit dans une logique de construction ou plus exactement de co-construction d'emblée plurilingue et donc riche de toutes les formes de diversité* »¹⁰⁷. De son côté, Dominique Wolton affirme que la construction d'une identité autour d'un élément se confronte souvent à un conflit de dépassement et de valorisation des autres éléments : « *L'incertitude est double, et porte sur l'identité de ce nouvel espace public culturel... la structuration de cette nouvelle identité passe par des phases douloureuses d'abandon de souveraineté, mais elle passe aussi par la*

¹⁰⁵ POLOME Pierre, *opus cité*, p. 55.

¹⁰⁶ GREVISSE Benoît, *Ecritures journalistiques : stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, Bruxelles, Edition De Boeck, coll. Info&Com, 2008, p. 59.

¹⁰⁷ ABDALLAH-PRETCEILLE Martine (dir.), *Les métamorphoses de l'identité*, Paris, Edition Economica, coll. Anthropologie, 2006, p. 6.

capacité à structurer de façon suffisamment puissante, et acceptable par les uns et par les autres, cette nouvelle identité »¹⁰⁸.

La canalisation de la presse en ligne dans une interface technique est l'une des typologies majeures de ce nouveau média, plusieurs signifiants visuels dominent l'ensemble des liens hypertextes qui composent ce métier et forment un enchevêtrement de formes et de structures. Dans un milieu aussi variable et instable, le journalisme en ligne cherche désespérément son identité professionnelle, mais également la reconnaissance d'une instance d'information, de segmentation et de régulation. Les différents rapports qui existent entre ces enjeux s'articulent dans un tout, pour créer une image identitaire globale de la profession. L'identité de la presse en ligne est soutenue par des signifiants visuels et sémantiques, qui jouent un rôle primordial dans la reconnaissance des organes médiatiques. La presse en ligne, comme les autres médias, fait ainsi la démonstration de son identité à travers un dispositif d'information et de communication qui met en évidence la marque d'un produit.

Avec la révolution du web, l'acte journalistique renforce sa notoriété symbolique. La présentation énonciative et les différents aspects admis par l'engouement technologique rendent les sites d'informations plus attractifs. Dans un univers de batailles quotidiennes, où la généralisation de l'offre technologique engendre plusieurs prolongements socioprofessionnels, nous considérons que l'activité journalistique conserve totalement son rôle de constructeur d'événements et d'actualités. Les multiples avantages issus des nouvelles technologies, notamment les principes de l'information en temps réel et de la mise à jour, constituent un ordre de revitalisation de la profession journalistique.

Les professionnels de la presse ont cherché sérieusement à prendre en charge les appréhensions de cette image redessinée. Malgré une méfiance affichée par les organisations médiatiques, l'intégration de nouveaux dispositifs d'information est ouvertement soutenue. Au delà d'une identité qui se profile encore, la presse en ligne vient enrichir l'environnement médiatique avec un contenu riche, qui offre souvent un prolongement bien détaillé de la production de l'information. La force de la presse en ligne est inspirée de sa capacité de rassembler plusieurs individus et foules distantes en un temps réel. Face à une telle réussite, l'univers médiatique doit établir de nouveaux calculs pour redistribuer ses positions. Ce chevauchement identitaire doit obligatoirement repérer une formule de base pour rester

¹⁰⁸ WOLTON Dominique, *opus cité*, p. 181.

cohérent, émergent et proportionnel, à l'image de l'activité de la presse en ligne. La focalisation identitaire de cette activité doit répondre seulement à un besoin professionnel. L'importance accordée à cette acculturation technique est dictée par son potentiel de présentation d'un contenu composé en temps réel répondant aux attentes des surfeurs-lecteurs et usagers.

En somme, nous pensons que le rôle principal des entreprises de presse en ligne doit se focaliser désormais sur la fourniture d'une information de qualité en temps réel, une situation qui procure à ces organes une distinction et un garant d'un savoir-faire. Alors que la presse imprimée est soumise à des contraintes de souplesse, ces adaptations technologiques développent un nouveau produit en favorisant le web comme principal outil de communication et engendrant une véritable image identitaire de l'activité de la presse en ligne.

3.6.2. La nature éthique et déontologique de la presse en ligne

Après avoir analysé les différents aspects socioprofessionnels de l'organisation de la presse en ligne, nous souhaitons conforter notre recherche par l'étude d'un élément capital et centrale de ce média. Nous estimons que le passage de la presse version papier vers un horizon numérique est bien plus qu'un passage d'un média à un autre. Cette transposition métamorphose totalement les fondements du journalisme classique ; l'aspect instantané, l'interactivité et sa force de diffusion en sont les principales spécificités. Guillaume Latzko-Toth, affirme qu' : « *Au cours de la dernière décennie, l'éthique de la recherche en sciences humaines et sociales (SHS) menée sur et via Internet est devenue (en particulier dans le monde universitaire anglo-saxon) un champ de recherche en plein essor, suscitant l'organisation de nombreux colloques et la publication d'un volume important de littérature scientifique* ». ¹⁰⁹

En lien direct avec ce mouvement, plusieurs questions sont posées concernant l'éthique et la déontologie de ce nouveau traitement de l'information. Nous nous demanderons, dans la partie suivante, si cet engouement technologique force l'éthique médiatique à un renouvellement du fond ou de la forme ? Avant cette perspective déontologique, nous pensons qu'il est nécessaire d'exposer le sens général du mot éthique. Patrick J. Brunet estime qu'en matière d' : « *Ethique, morale, les racines étymologiques sont*

¹⁰⁹ BARATS Christine (dir.), *Manuel d'Analyse du web*, Paris, Edition Armand Colin, coll. U, 2013, p. 32.

communes et concernent la manière dont nous vivons les uns avec les autres, les uns par rapport aux autres, la prise en compte de l'autre dans nos actions, nos pratiques »¹¹⁰. En sciences de l'information et de la communication, l'approche éthique se développe parallèlement avec la mondialisation du système.

Dans le domaine de l'information, le ciblage déontologique peut être très intéressant, Marc-François Bernier mène une réflexion sur ce conflit des concepts. Il rapporte qu' : « Il existe un ensemble de procédures et de méthodes généralement acceptées et revendiquées par la majorité des membres du corps journalistique et par le public. On débouche alors sur l'éthique et la déontologie de la profession, sur des systèmes de valeurs hiérarchisées qui se manifestent concrètement par des règles et des codes déontologiques »¹¹¹. Dans le livre « *Ontologie du journalisme* », Gloria Awad analyse les différentes interactions du journalisme dans son environnement :

« En plus de son émergence et sa restructuration en tant que champs spécialisé et professionnel d'un discours public distinct des autres formes discursives, le journalisme consiste, tout au long de son histoire et quelles que soient les sociétés où il exerce, à rendre publics, sur une périodicité de plus en plus restreinte, des commentaires et des informations présentés comme nouveaux, vrais et sincères à une audience dispersée des personnes anonymes, de façon à les inclure dans un discours pris pour être publiquement important. Le journalisme assume de la sorte un rôle de fondation »¹¹².

L'arrivée d'Internet transforme l'écosystème informationnel. La forte concentration de l'utilisation technologique engendre de nouvelles valeurs instrumentales sur le plan ontologique. Le penseur de la technique et de l'aliénation, Jacques Ellul, estime que les moyens technologiques affectent, d'une façon ou d'une autre, nos activités professionnelles quotidiennes. Il écrit que : « Si la société de l'information existe et traduit un type de société où les techniques d'information et de communication occupent une large place, cette société voit, en parallèle, l'émergence d'enjeux et de problèmes éthiques soulevés par les pratiques informationnelles et communicationnelles que ces techniques dites nouvelles engendrent »¹¹³.

¹¹⁰ FULLSACK Jean-Louis, MATHIEN Michel (dir.), *Ethique de « la société de l'information »*, Bruxelles, Edition Emile Bruylant, coll. Medias, sociétés et relations internationales, 2009, p. 47.

¹¹¹ BERNIER Marc- François, *opus cité*, p. 29

¹¹² AWAD Gloria, *Ontologie du journalisme*, Paris, Edition L'Harmattan, 2010, p. 9.

¹¹³ ELLUL Jacques, *Le temps de la responsabilité*, « entrevue avec Jacques Ellul », in Frédéric Lenoir (dir.), Paris : Edition Fayard, 1990, p. 21.

Au sein d'un tel paradigme moderne, la presse en ligne, par sa convergence technique, engendre de nouveaux liens qui tissent une nouvelle industrie de l'information. Les différentes alliances et accords entre les sociétés d'informatique et les entreprises de presse représentent une nouvelle idéologie informationnelle. *« Cette inflation de l'information, du visible et de l'audible appelle sur le plan axiologique l'urgence et la nécessité de considérer les responsabilités éthiques comme valeur fondatrice des sociétés... Les médias, au quotidien, sont là pour nous le rappeler »*¹¹⁴. L'émergence de la presse en ligne s'effectue dans un contexte socioprofessionnel très particulier.

L'engouement technologique et l'euphorie générée par l'apparition des journaux électroniques nécessitent un apprentissage et une sensibilisation générale. L'élaboration d'un plan de responsabilisation est nécessaire pour gérer ces nouvelles pratiques et mettre en lumière les dérives possibles de cette nouvelle consommation d'information. *« Le développement d'une éthique de la société de l'information pourrait s'opérer par l'arrimage des problématiques spécifiques au monde des médias, de l'information et de la communication à de telles initiatives et aboutir à une reconnaissance internationale d'une telle charte »*¹¹⁵.

Il est incontestable de signaler que l'apparition d'Internet résulte de plusieurs développements technologiques tangibles, ce dispositif d'information devient une liaison entre de nombreux partenaires. Cela est développé par Awad Gloria : *« Elle est à la fois le lieu de tensions complexes entre homogénéisation et hétérogénéisation, et le lieu d'émergence de formes de ressemblance et de différence. D'où sa pertinence pour rendre compte de la place du journalisme dans les médias scapes numériques et de la tension des journaux numériques entre des logiques de représentation et de disjonction »*¹¹⁶.

Quoi qu'il en soit, et au delà des discours éthiques, les médias électroniques se font l'écho d'un monde dominé par l'action. Les différents dispositifs sociotechniques de la presse en ligne produisent un contexte assez particulier qui favorise une signification éthique en soi. Cette idéologie technologique engendre de véritables opportunités ; son objectif est de garantir à la fois des outils de travail souples et une société prospère et équitable. Sans de véritables distanciations, la presse en ligne participe donc au consensus global qui fait de la

¹¹⁴ FULLSACK Jean-Louis, MATHIEN Michel (dir.), *opus cité*, p. 54-55.

¹¹⁵ FULLSACK Jean-Louis, MATHIEN Michel (dir.), *opus cité*, p. 61.

¹¹⁶ AWAD Gloria, *opus cité*, p. 125.

technologie une éthique et une déontologie, et qui prône la société de l'information comme une nouvelle acquisition stratégique. L'évolution de la presse en ligne est plus un phénomène social qu'une évolution technologique ou une opportunité de production. Si cette activité est l'embryon d'un nouveau méta-média, elle doit s'inscrire dans un processus d'évolution à long terme. Ainsi, développer sa propre identité doit permettre la création d'un contour d'appréhension et d'éthique adéquate aux caractéristiques d'Internet et de l'activité médiatique. En résumé, Elizabeth Buchanan affirme que : « *L'éthique de la recherche en ligne est un domaine mouvant et hautement dépendant du contexte. Il n'existe pas de manuel clés en main* ». ¹¹⁷

3.7. L'évolution des pratiques et l'avenir de la presse en ligne

Le système médiatique fixe actuellement une phase de mutation sans précédent causée en grande partie par l'apport pesant des TIC. L'alliance entre la presse et Internet est désormais inévitable, une prise de position qui offre aux organes médiatiques un accès immédiat au cyberspace. Mal préparées, dénuées d'objectif et sans véritables objectifs, les entreprises de presse en ligne tentent de trouver la formule adéquate pour rattraper le retard enregistré dans l'élaboration de l'activité, et passer ensuite à la construction d'un authentique modèle d'information. Il semble que le chemin à parcourir pour harmoniser ces ambitions sera encore long. Nous tenterons de dégager, dans cette partie, les perspectives futures d'une profession qui se montre très vulnérable :

A- Une nouvelle reconfiguration : Avec l'introduction et la massification de nouvelles techniques d'information et de communication au sein des entreprises de presse, une forme de perturbation émerge dans les pratiques quotidiennes des journalistes. Le changement des plans de travail engendre une participation quasi-totale du journaliste à toutes les étapes de la production de l'information. Saisir ses textes, composer ses articles, coopérer et participer à la réalisation des nouvelles tâches deviennent son quotidien. Plusieurs opérations disparaissent et d'autres apparaissent, le journaliste devient l'élément central de cette démarche.

Les nouvelles pratiques journalistiques déclenchent une série de remises en cause des dispositifs en place. Les responsables de la presse en ligne pensent désormais que les nouvelles techniques administrées améliorent les conditions de travail et font s'accélérer le

¹¹⁷ BUCHANAN Elisabeth, " Internet Reseach Ethics : Past, Present and future ", in Consalvo Mia et Charles Ess (dir.), *The Handbook on Internet Studies*, Malden, Ma, Wily Blackwell, p. 83-108.

rythme de production. Ces appréciations innombrables vont conduire cette activité vers une nouvelle phase de développement. En décodant les nouvelles progressions de la presse en ligne, nous pouvons affirmer qu'elles sont supposées être les clefs d'une nouvelle schématisation de la société de l'information.

Benoît Grévisse estime que ces principes élémentaires dessinent de nouveaux enjeux :

« Les enjeux d'écriture ont cependant nettement évolué avec l'avènement d'Internet. Les questions de lisibilité, d'ergonomie, de découpages de textes et des récits se sont posées différemment dans le cadre de ce nouveau média. En retour, elles ont interpellé les médias traditionnels, confrontés à cette nouvelle concurrence. Au delà de ces questions très empiriques, Internet a également obligé les journalistes à s'interroger sur l'interactivité et sur la place laissée au public, dans un modèle classiquement très unilatéral »¹¹⁸.

L'évolution de cette pratique présente plusieurs enjeux. Howard Rheingold revient souvent dans son livre intitulé « La foule intelligente » sur ce débat concernant la technologie et la pratique. Selon lui, il ne fait aucun doute que : « *Les technologies de l'information et de la communication envahissent le monde physique, un phénomène qui n'est même pas encore dans sa phase de croissance la plus intense... ces technologies sont sensibles non pas au sens où elles seraient douées de raison, mais parce qu'elles peuvent sentir, recevoir, stocker et émettre des informations* »¹¹⁹.

Ces différents propos s'ajoutent aux synthèses de Nicolas Pélissier à propos des bouleversements socioprofessionnels du journalisme :

« Dans un contexte où l'information n'a jamais été aussi abondante, les journalistes deviennent des filtres qui pourraient jouer un rôle de curation dans une perspective de service rendu au public et de construction de micro-espaces publics plus démocratiques. Mais notre étude, ainsi que d'autres qui ont abouti à des conclusions voisines (Smyrnaiois et Rieder op.cit.) semblent aussi montrer que des « pros » du journalisme en réseaux, identifiés à des « passeurs culturels », sont surtout occupés à trouver leur place dans le nouvel écosystème informationnel. Hantés par des impératifs de survie dans le cyberspace, et appâtés par les possibles gains symboliques et matériels qu'il peut rapidement engendrer, ces nouveaux aventuriers apparaissent plus préoccupés par des perspectives de valorisation, de cooptation et

¹¹⁸ GREVISSE Benoît, *opus cité*, p. 14.

¹¹⁹ RHEINGOLD Howard, *Foules intelligentes : la nouvelle révolution sociale*, Paris, Edition M21 Editions, coll. Sociétés, 2005, p. 123.

de promotion que par l'invention d'une nouvelle éthique des relations avec les citoyens telle que prônée par Charon (2007) ou Grévisse (2012) »¹²⁰.

B- L'horizon de la presse en ligne : Tous ces propos qui nous amènent à s'interroger sur l'avenir de l'information en ligne dans un milieu très dynamique. La question de l'avenir de la presse en ligne fait l'objet de débats depuis quelques années déjà. L'arrivée de la numérisation dans l'activité journalistique impose un nouveau rythme à la pratique et signe une rupture brutale avec l'ensemble des normes classiques. La naissance du journalisme électronique représente un nouveau métier mal défini encore. La production de l'information se métamorphose vers de nouvelles spécialités jamais associées auparavant à métier. Les différents réseaux numériques, constituant les nouveaux enjeux du journalisme web, se trouvent confrontés à une postmodernité dans les pratiques et tâches.

La production d'un imaginaire futuriste sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication est, selon Christian Licoppe¹²¹, inscrite dans la durée et dans une dynamique. Il ajoute que, si les mythes technologiques se forment et se cristallisent sur une longue période, les imaginaires qui pullulent à chaque innovation sont éphémères et collent au nouvel objet technique comme des papillons à la lumière. En effet, la numérisation des entreprises de presse marque la transformation du journalisme vers une nouvelle phase d'appropriation professionnelle et socioculturelle. La presse en ligne semble déjà avertie quant à ses futures tâches ; les spécialistes considèrent déjà cette pratique comme un phénomène de la société de l'information post industrielle.

Aujourd'hui, pour affronter la concurrence dans ce climat d'incertitude qui caractérise le domaine médiatique, les organismes de la presse écrite doivent évoluer vers un modèle qui intègre les différentes expériences personnelles afin d'optimiser leur efficacité au niveau de l'ensemble de l'organisation. Pascal Lapointe estime que la concentration technologique doit accompagner l'avancée fulgurante du journalisme à l'heure du net. Il affirme aussi qu' : « *Au fur et à mesure que le réseau grossira, les experts devront mettre au point des technologies de plus en plus puissantes pour comprimer les signaux et élargir l'autoroute* »¹²². Les organismes médiatiques doivent développer des capacités technologiques durables nécessitant une mise en place de conditions optimales d'organisation. Ces nouveaux plans

¹²⁰ PELISSIER Nicolas, GALLETZOT Gabriel, *Opus cité*, P. 173.

¹²¹ LICOPPE Christian, *L'évolution des cultures numériques : de la mutation du lien social à l'organisation du travail*, Limoges, Edition FYP, 2009, coll. Innovation, p. 208.

¹²² LAPOINTE Pascal, *opus cité*, p. 17.

organisationnels deviennent alors des outils puissants, ils permettent aux entreprises de presse d'inventer de nouvelles manières de mobilisation.

Après ce phénomène de la mondialisation de l'information, les actions interprofessionnelles issues de ce mouvement offrent un nouveau champ de convergences, de performances et de défis très intéressant. Il faut rappeler que le journalisme en ligne est la suite logique d'un processus global de la mondialisation, et que ces performances et procédures technologiques engagées ne font que suivre une transmission continue de cette pratique. Colette Brin analyse les changements permanents et les reconfigurations des médias :

« Le paradigme journalistique évolue plus en moins lentement, mais il conserve une certaine cohérence interne qui le rend reconnaissable à ceux dont il gouverne la pratique discursive ou à ceux qui en étudient la production. Toutefois, certains éléments d'une configuration relativement stable peuvent, à certaines époques, subir des mutations qui entraînent, à leur tour, l'adaptation généralisée des autres éléments et, à termes, la métamorphose de l'ensemble de la configuration »¹²³.

¹²³ BRIN Colette, CHARON Jean-Marie, BONVILLE Jean (dir.), *opus cité*, p. 68.

Conclusion :

Ce cours destiné aux étudiants en Master est orienté, d'une manière globale, à l'étude des manifestations que représentent la communication numérique, la presse en ligne et l'insertion des technologies de l'information et de la communication dans les différentes entreprises de presse et de communication. Pour cela, nous avons mis en place un plan d'analyse qui en retrace les étapes importantes d'une mutation professionnelle. Nous avons exposé également les haltes historiques qu'a franchies ce processus d'acculturation, en accentuant notre étude sur les différents dispositifs qui fédèrent cette profession.

Nous avons poursuivi la présentation de notre cours en dévoilant, dans le premier chapitre, les différents agencements qui ont abouti à l'apparition de la communication numérique et de la presse en ligne. Après l'élaboration d'une théorie générale sur l'activité qu'est Internet, notre but était de montrer comment l'agencement d'Internet a engendré de nouvelles représentations dans la société moderne. De ce point de vue, les technologies du web sont considérées comme le moteur d'évolution et une opportunité de réajustements multilatéraux.

En effet, nous avons exposé les différentes transformations du métier de journaliste, l'évolution de la pratique et l'amélioration des conditions de travail liées à la mise en œuvre du projet d'insertion des TIC. En somme, nous avons expliqué comment des stratégies organisationnelles bien définies ont été extraites de cette nouvelle logique communicationnelle. Dans ce même chapitre, nous avons développé les modifications profondes enregistrées par les organismes médiatiques suite à l'intégration de nouveaux acteurs, et examiné les nouvelles formes d'un management typiquement participatif.

Pour améliorer l'exploitation de cette nouvelle distribution, notre deuxième chapitre a été consacré à la distinction des différents aspects communicationnels qui gèrent cette insertion. Ce chapitre deux a été le terrain d'analyse des différentes caractéristiques de la presse en ligne ; les atouts et les handicaps de l'activité ont été analysés et examinés plus profondément.

Après avoir étudié les différents discours de représentation et les enjeux organisationnels de la nouvelle presse en ligne, nous avons renforcé notre analyse par la réalisation d'un troisième chapitre destiné à explorer la reconfiguration du secteur de la presse

en ligne. Nous avons traité les nouvelles pratiques, le basculement et l'abolition des principes du journalisme. Nous avons démontré que cette étape d'acculturation signe la naissance d'une nouvelle légitimité et d'une identité originale. La manifestation d'un nouvel itinéraire du journalisme envahit l'ensemble des entreprises de presse, et signe le début d'une sphère informationnelle basée sur une interaction de données par paquets.

Nous avons aussi montré comment les éléments professionnels et socioéconomiques obligent les responsables à identifier de nouveaux éléments de promotion. Comme toutes les organisations technologiques au sens large, les organes de la presse en ligne subissent une multitude de mouvements d'acculturation, une situation qui nécessite, à notre avis, une veille technologique très large. Les représentations professionnelles, le rythme d'usage des techniques et les discours contradictoires, issus de ce processus d'insertion, ont fait l'objet de notre cours.

Les résultats dégagés dans cette partie mettent en doute la capacité de cette activité à préserver sa position avant-gardiste. L'industrialisation des moyens technologiques crée un univers très dilaté, où les modes de fonctionnement répondent exclusivement à des besoins économique et financier. Or, la presse en ligne se débat dans une bulle aléatoire, qui empêche ce mode de production de devenir plus rentable.

BIBLIOGRAPHIE

THEMATIQUES DES OUVRAGES CONSULTÉS

1-Ouvrages : Presse en ligne, Information-Communication

AGLIETTA Jacqueline, *Mesure de l'audience des Médias et de L'internet. Médias. e- Médias* Paris, Edition La Documentation française, 2000.

AKOUN André, *Les sociologies des communications de masse*, Paris, Edition Hachette, coll. Les fondamentaux, 1998, 157 pages.

ANDÉN-PAPADOPOULOS K., PANTTI M., *Amateur Images and Global News*, Chicago, University of Chicago Press, 2011.

ARNAUD Michel, *Liberté, égalité, fraternité dans la société de l'information*, Paris, Edition L'Harmattan, 2007, 178 pages.

AWAD Gloria, *Ontologie du journalisme*, Paris, Edition L'Harmattan, 2010, 178 pages.

BALLE Francis, *Médias et société*, 10^{em} édition, Paris, Edition Montchrestien, 2001, 811 pages.

BERNIER Marc-François, *Ethique et déontologie du journalisme*, 2^{eme} tirage, Québec, Edition les Presse Universitaires de Laval, 2005, 408 pages.

BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'explosion de la communication : la naissance d'une nouvelle idéologie*, Paris, Edition La Découverte, 1991, 285 pages.

BRIN Colette, CHARON Jean-Marie, DE BONVILLE Jean (dir.), *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*, Québec, Edition Les presses de l'Université de Laval, 2004, 454 pages.

CHARON Jean-Marie, *La presse en France de 1945 à nos jours*, Paris, Edition du Seuil, 1991, 416 pages.

CHARON Jean-Marie, *Cartes de presse, enquêtes sur les journalistes*, Paris, Edition Stock, 1993.360 pages.

CHARON Jean-Marie, LE FLOCH Patrick, *La presse en ligne*, Paris, Edition La Découverte, coll. Repères, 2011, 128 pages.

CHENEAU-LOQUAY Annie, LENOBLE-BART Annie (dir.), *Les médias africains à l'heure du numérique*, Netsud n°5, Pessac, Edition l'Harmattan, 2010, 135 pages.

COURRIER Serge, *Internet pour les journalistes*, Paris, Victoires Editions, coll. Métiers de journalistes, 2004, 467 pages.

DAMIAN Béatrice, RINGOT Roselyne, RUELLAN Denis, THIERRY Daniel (dir.), *Inform@tion locale, le paysage médiatique local à l'heure de l'internet*, Paris, Edition l'Harmattan, coll. Communication et Civilisation, 2002.

DAGHMI Fathallah, TOUMI Farid, AMSSIDER Abderrahmane (dir.), *Les médias font-ils les révolutions ? Regards critiques sur les soulèvements arabes*, Paris, Edition, l'Harmattan, coll. Communication et civilisation, 2013, 206 Pages.

DE LAUBIER Charles, *La presse sur internet*, coll. *Que-sais-je ?*, n° 3582, Paris, Edition PUF, 2000, 128 pages.

DELENGAIGNE Xavier, JOUBERT Thomas, *Ecrire pour le web : vers une écriture multimédia*, Voiron : Territorial Edition, coll. Dossier d'experts, 2010, 134 pages.

DEMAILLY Lise, CONVERT Bernard, *Les groupes professionnels et l'internet*, Paris, Edition l'Harmattan, coll. Logiques sociales, 2007, 222 pages.

DU CASTEL François, *La révolution communicationnelle : les enjeux du multimédia*, Paris, Edition L'Harmattan, coll. Dynamiques d'entreprises, 1995, 186 pages.

ERIC Georges, GRANJON Fabien (dir.), *Critique de la société de l'information*, Paris, Edition L'Harmattan, coll. Questions contemporaines, 2008, 268 pages.

ESCARPIT Robert, *Théorie générale de l'information et de la communication*, Paris, Edition Hachette université, 1976, 218 pages.

ESTIENNE Yannick, *Le journalisme après Internet*, Paris, Edition L'Harmattan, coll. Communication et civilisation, 2007, 320 pages.

FRERE Marie-Soleil, *Presse et démocratie en Afrique francophone*, Paris, Edition Karthala, coll. Hommes et sociétés, 2000, 540 pages.

FULLSACK Jean-Louis, MATHIEN Michel (dir.), *Ethique de « la société de l'information »*, Bruxelles, Edition Emile Bruylant, coll. Medias, sociétés et relations internationales, 2009, 264 pages.

GIRARD Isabelle, ROY Frédéric, *Lire la presse : essai et anthologie*, Paris, Edition Gallimard, coll. Le forum, 2000, 147 pages.

GOUJON Philippe, LAVELLE Sylvain, *Technique, Communication et Société : à la recherche d'un modèle de gouvernance*, Sainte-Foy (Québec), Edition PUN, coll. Organisations, 2007, 439 pages.

GREVISSE Benoît, *Ecritures journalistiques : stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, Bruxelles, Edition De Boeck, coll. Info&Com, 2008, 252 pages.

GUERIN Serge, *La cyberpresse : la presse et l'écrit off line, on line*, Paris, Edition Hermès, 1996, 156 pages.

HABERMAS Jürgen, *Théorie de l'agir communicationnel, rationalité de l'agir et rationalisation de la communication*, T1, traduction française de Jean-Marc Ferry, Paris, Edition Fayard, coll. L'espace de politique, 1987, 480 pages.

JEANNENEY J. N., *Une histoire des médias : des origines à nos jours*, Paris, Editions du Seuil, 1996, 374 pages.

JEANNERET Yves, *Y-a-t-il (vraiment) une technologie de l'information ?*, Villeneuve d'Ascq, Edition Presse universitaire du Septentrion, coll. Les avoires mieux, 2007, 200 pages.

JOST François (dir.), *50 fiches pour comprendre les médias*, Paris, Edition Bréal, 2009, 157 pages.

KIYINDOU Alain, Misse Misse (dir.), *Communication et développement en Afrique et dans les Caraïbes, Les enjeux de l'information et de la communication*, Edition Gresec, Grenoble, 2009, 210 pages.

LAPOINTE Pascal, *Le journalisme à l'ère du net : guide pratique*, Montréal, Edition les Presses de l'Université de Laval, 1999.

LE BŒUF Claude, PELISSIER Nicolas, *Communiquer l'information scientifique : éthique du journalisme et stratégie des organisations*, Paris, Edition L'Harmattan, coll. Communication et technologie, 2003, 392 pages.

LESLE François, MACAREZ Nicolas, *Le multimédia*, Paris, Editions Presses Universitaires de France, coll. Que-sais-je ?, 1998, 128 pages.

MAIGRET Eric, *Sociologie de la communication et des médias*, 2eme édition, Paris, Edition Armand Colin, 2007, coll. U sociologie, 287 pages.

MARINO Cristina, *De la presse écrite à la presse électronique : vers un nouveau média*, Paris, Edition ADBS Ed, coll. Sciences de l'information, 1996, 143 pages.

MARQUIS Eric, *La presse malade imaginaire*, Paris, Edition Les carnets de l'info, coll. Les partis pris des carnets de l'info, 2006, 102 pages.

MATTELART Armand, *Histoire de la société de l'information*, 3eme édition, Paris, Edition La Découverte, coll. Repères, 2006, 122 pages.

Meikle Graham., Redden Guy., (eds.), *News online, Transformations and continuities*, Edition : Palgrave Mc Millan, Grande Bretagne, 2011.

MICHEL Jean-Luc, *Les professions de la communication : Fonctions et métiers*, 2eme édition, Paris, Edition ellipses, coll. Info&Com, 2004, 206 Pages.

MIEGE Bernard, *La société conquise par la communication, la communication entre l'industrie et l'espace public*, 2eme éditions, Paris, Edition PUG, coll. Communication médias et société, 1990, 216 pages.

MIEGE Bernard, *La pensée communicationnelle*, 2eme édition augmentée, Grenoble, Edition PUG, Coll. La communication en plus, 2005, 126 pages.

MIEGE Bernard, *La société conquise par la communication, les TIC entre innovation technique et ancrage social*, T3, Grenoble, Edition Presse Universitaire de Grenoble, coll. Communication médias et société, 2007, 235 pages.

MIEGE Bernard, *L'information-communication : objet de connaissance*, Bruxelles, Edition De Boeck, coll. Médias recherches, 2004, 248 pages.

MOUCHON Jean, *La politique sous l'affluence des médias*, Paris, Edition L'Harmattan, 1998, 136 pages.

MUCHIELLI Alex (dir.), *Etude des communications : le dialogue avec la technologie*, Paris, Edition Armand Colin, coll. U communication, 2006, 205 pages.

NGOUNOU Ingrid Alice, *Internet et la presse en ligne au Cameroun : naissance, évolution et usages*, Paris, Edition l'Harmattan, 2010, 208 pages.

PATINO Bruno, FOGEL Jean-François, *Une presse sans Gutenberg, pourquoi Internet à bouleversé le journalisme*, Paris, Edition points, Coll. Points, 2007, 189 pages.

PELISSIER Nicolas, GALLEZOT Gabriel, *Twitter : un monde en tous petit ?* Paris, Edition L'Harmattan, 2013, 260 pages.

POLOME Pierre, *Les médias sur Internet*, Toulouse, Edition Milan, coll. Les essentiels Milan, 2009, 63 pages.

POULET Bernard, *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Paris, Edition folio, coll. Folio actuel, 2011, 288 pages.

PROULX Serge, JAUREGUIBERRY Francis, *internet, nouvel espace citoyen ?*, Paris, Edition l'Harmattan, 2003, 250 pages.

RAMONET Ignacio, *La Tyrannie de la communication*, Paris, Edition Gallimad, coll. Folio actuel, 1999, 200 pages.

RASSE Paul, *La rencontre des mondes, diversité culturelle et communication*, Paris, Edition Armand Colin, coll. Sociétales, 2006, 330 pages.

RIEFFEL Rémy, *L'élite des journalistes*, Paris, Edition PUF, 1984, 220 pages.

ROUQUETTE Sébastien, *L'analyse des sites Internet ; Une radiographie du Cyberspace*, Bruxelles, Edition De Boeck, coll. Médias recherches, 2009, 335 pages.

RONEZ Joël, *L'écrit web, traitement de l'information sur Internet*, 2^{ème} édition, Paris, CFPJ édition, coll. HOR.COL, 2007, 126 pages.

RUELAN Denis, *Le journalisme du flou, identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, Edition PUG, 1993, 140 pages.

SCHERER Eric, *A-t-on encore besoin de journalistes ? Manifeste pour un journalisme augmenté*. Paris, Edition PUF, 2011.

SONNAC Nathalie, GABSZEWIZ Jean, *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, Edition La Découverte, coll. Repères, 2006, 121 pages.

STUART Allan, TORSEN Einar, *Citezen Journalism.Global. Perspectives*, New York, Edition : Peter Lang, 2010, 277 Pages.

VIERA Lise, *L'édition électronique de l'imprimé au numérique : évolutions et stratégies*, Bordeaux, Edition Presse Universitaire de Bordeaux, coll. Labyrinthes, 2004, 188 pages.

WOLTON Dominique, *Internet et après ? : Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris, Edition Flammarion, coll. Champs Essai, 2000, 240 pages.

2-Ouvrages : TIC

BARATS Christine (dir.), *Manuel d'Analyse du web*, Paris, Edition Armand Colin, coll. U, 2013, 264 pages.

BLANCHARD Laurent (dir.), *Optimisme durable : comment les nouvelles technologies changent déjà le monde*, Paris, Edition Le Cherche-midi, coll. Documents, 2010, 287 pages.

BRIARD Emmanuel, BONTEMPS Audrey, *Entrez dans la toile de mon réseau !*, Liège, Edition Edipro, 2009, 176 pages.

BRUNET Patrick J., *Ethique et internet*, Québec, Edition Presse Universitaire de Laval, 2004, 248 pages.

CARDON Dominique, *La démocratie Internet : promesses et limites*, Paris, Edition Seuil, coll. La république des idées, 2010, 102 pages.

CORNIU Jean-Michel, *Le web 15 ans déjà...et après ?*, Paris, Edition Dunod, coll. Micro Informati, 2009, 208 pages.

CORNU Lucienne, HASSANALY Parina, PELISSIER Nicolas (dir.), *Information et nouvelles technologies en Méditerranée : vingt ans de coopération en réseau*, Paris, Edition L'Harmattan, coll. Communication et civilisation, 2010, 162 pages.

DEMAILLY Lise, CONVERT Bernard, *Les groupes professionnels et l'internet*, Paris, Edition l'Harmattan, 2007.

DUFOUR Arnaud, *Internet*, Paris, Edition Presse Universitaire de France, 1995. 230 pages.

ENGELHARD Philippe, *L'internet change-t-il vraiment nos sociétés*, Paris, Edition L'Harmattan, 2013, 316 pages.

FLICHY Patrice, *L'innovation technique : récents développements en sciences sociales, vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, Edition La Découverte, coll. Science et société, 1995, 251 pages.

FLICHY Patrice, *L'imaginaire d'internet*, Paris, Edition La Découverte, coll. Science et société, 2001, 273 pages.

GUEDON Jean-Claude, *La planète cyber Internet et cyberspace*, Paris, Edition Gallimard, coll. Découvertes histoire, 1996, 208 pages.

JOUET Josiane, *L'écran apprivoisé : télématique et informatique à domicile*, Paris, Edition CENT, 1987, 160 pages.

KESSOUS EMMANUEL, METZGER Jean-Luc (dir.), *Le travail avec les technologies de l'information*, Paris, Edition Hermès sciences publication, 2005, 314 pages.

KIYINDOU Alain, *Tic et développement socio-économique : enjeux et pratiques*, Paris, Edition Hermès sciences publication, coll. Traitement de l'information, 2010, 216 pages.

LAJOIE Jacques, GUICHARD Eric, *Odyssée internet : enjeux sociaux*, Québec, Edition Presse de l'université de Québec, 2005, 201 pages.

LICOPPE Christian, *L'évolution des cultures numériques : de la mutation du lien social à l'organisation du travail*, Limoges, Edition FYP, 2009, coll. Innovation, 256 pages.

PICHAULT François, *Le conflit informatique : gérer les ressources humaines dans le changement technologique*, Bruxelles, Edition De Boeck, coll. Médias, 1992, 259 pages.

RHEINGOLD Howard, *Foules intelligentes : la nouvelle révolution sociale*, Paris, Edition M21 Editions, coll. Sociétés, 2005, 300 pages.

REBEILLARD Frank, *le web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*, Paris, Edition : L'Harmattan, 2007, 158 pages.

STOCKINGER Peter, *Les sites web ; conception, description et évaluation*, Paris, Edition Hermès Science publications, 2005, 270 pages.

TUFFERY Stéphane, *Data mining et statistique décisionnelle : l'intelligence dans les bases de données*, Paris, Edition Technip, 2005, 400 pages.

ARTICLES, CONTRIBUTIONS DANS DES REVUES SCIENTIFIQUES

ABDOUN Ahmed, « Les métiers de la documentation face aux nouvelles technologies », *CERIST*, volume 1, n° 1, Algérie, Edition Cerist, 1991.

BAYART Jean-François, « La problématique de la démocratie en Afrique noire : la bulle ecclésiastique », *La politique africaine*, n° 35, 1991. 21-45.

BEN MESSAOUD Moez, « Vers de nouvelles formes d'expressions et d'échanges ! La galaxie tout en un : le multimédia », *Revue Tunisienne de communication*, n° 37-38, Tunis, Edition IPSI, décembre-janvier, 2001, pp. 34-54.

BERTINI Marie-Joseph, « Actualités de Michel de Certeau, paysages de ruine avec passants », *médiations sociales et systèmes d'informations et réseaux de communication*, Société Française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC), Actes du 11eme congrès nationale, Metz, 1998, pp. 205-212.

BEUSCART Jean-Samuel, DAGIRAL Eric, PARASIE Sylvain, « Sociologie des activités en ligne », *Terrains et Travaux*, Paris, Edition ENS Cachan, 2009, pp. 03-28.

BOUDERBANE Azzedine, SMAKDJI Samia, « Culture technologique et apprentissage à l'université », *RIST*, Volume 18, n° 02, Alger, 2010, pp. 55-82.

BRON Alain, « Qui sont les infocrates ? », *Terminal*, n° 73, Paris, Edition L'Harmattan, 1997, pp. 67-84.

BROUSSEAU Eric, MOATTY Frédéric, « Perspectives de recherche sur les TIC en sciences sociales. Les passerelles interdisciplinaires d'Avignon », in Alain Rallet et Joëlle Farchy (Dossier coordonné par), *Technologies de l'information et de la communication : approches croisées, sciences de la société*, n° 59, mai 2003.

BUCHANAN Elisabeth, « Internet Reseach Ethics : Past, Present and future », in Consalvo Mia et Charles Ess (dir.), *The Handbook on Internet Studies*, Malden, Ma, Wily Blackwell, pp. 83-108.

CACALY Serge, « Dictionnaire de l'information », (dir), Paris, Edition Armand Colin, 2004.

CAVEILIER-CROISSAN Valérie, « Mais, pour qui écrivent les journalistes en ligne ? », in : HOOG Emmanuel (dir.) *MédiaMorphoses*, n°4, 11 septembre 2011. *La guerre en directe*, Paris, Edition PUF, 2002, pp.61-65.

CHARON Jean-Marie, « Le journalisme d'investigation et la recherche d'une nouvelle légitimité », *Hermès*, n° 35, *Les journalistes ont encore du pouvoir*, Paris, CNRS Edition, 2003, pp. 35-135.

CHARON Jean-Marie, « Modernisation et diversification des journaux : quels enjeux ? », *Brises*, n°11, *Dossier : Presse et nouvelle technologies*, Paris, Edition CDSH, décembre 1987.

CHARON Jean-Marie, JAMIN Virginie, « Les journalistes et leur qualification », *Observatoire des pratiques et des métiers de la presse*, mars 1997. pp 112-143.

CHARREIRE PETI Sandra, DURIEUX Florence, « Explorer et tester : les deux voix de la recherche », in : *Méthodes de recherche en management*, (col.) coordonné par R.A. Thietart, Paris, Edition Dunod, 2007.

CURRAN James, " Media and the making of British society, C1700.2000", *Media History*, volume. 08, n° 02, London, 2002, pp.135-154.

DAYAN Daniel, « La terreur spectacle, terrorisme et télévision », in : Daniel Dayan (dir) Patricia Legris, in : *Quaderni*, 2007, Volume 64, pp.129-133.

DERIEUX Emmanuel, « Nouvelles techniques et droit d'information », *Brisés*, n° 11, décembre 1987, Paris, p. 89.

FLICHY Patrice, « Communication, progrès technique et développement des usages », *Rapport Fast CEE*, repris dans *Réseaux*, n° 24, Paris, Edition CNET, 1987, pp. 99-110.

FLICHY Patrice, « Multimédia, objet valise ou objet frontière », *Futuribles*, n° 191, *Les enjeux du multimédia*, Paris, 1994. pp. 5-10.

FLICHY Patrice, « La place de l'imaginaire dans l'action technique, le cas internet », *Réseaux*, n° 109, Paris, Edition CENT, 2001, pp. 42-73.

FLICHY Patrice, « Internet et le débat démocratique », *Réseaux*, n° 150, Paris, Edition La Découverte, 2008, pp. 159-188.

GAUDIN Jacques, « Qu'est-ce qu'une image numérique ? », in : Daniel Bougnoux, Daniel Dayan, Serge Tisseron, Guillaume Soulez (dir.), in : *Médiamorphoses*, n°6, Paris : Puf, Col, INA, 2002.

GEORGES Fanny, « Représentation de soi et identité numérique : une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, n° 154, Paris, Edition La Découverte, 2009, pp.165-193.

GOGGIN Gerard.« The Intimate Turn of Mobile News », in G. Meikle, G. Redden (eds.), *News Online : Transformations and Continuities*, London, Macmillan, 2013, pp. 99-114.

HANSEN Ejvind, « Aporias of digital journalism », *Journalism*, n° 14 (5), 2012, pp. 678-694.

HERVOUET Loïc, « Les journalistes saisis par Internet : usages et précautions d'usages », *Les cahiers du journalisme*, n° 7, Juin 2000, pp. 98-107.

LATOURE Bruno, « Prendre le pli des techniques », *Réseaux*, n° 163, Paris, Edition La Découverte, 2010, pp.13-31.

LEBLANC Gérard, « Du déplacement des modalités de contrôle : Contrôle des représentations en maîtrise du public », Hermès, *Le dispositif entre usage et concept*, n° 25, Paris, CNRS Edition, 1999, pp. 233-243.

LE CAM Florence, (JEANNE-PERRIER Valérie, PÉLISSIER Nicolas) (dir.), « Les sites web autopubliés d'information éthique, un retour du paradigme de la presse d'opinion », *Quaderni*, n° 54, Paris, 2004, pp. 15-26.

LEBLAND Gérard, « Du déplacement des modalités de contrôles. Contrôles des représentations en maîtrise du public », *Hermès*, n° 25, Paris, CNRS Edition, 1999, pp. 25-233.

LENOBLE-BART Annie, CHENEAU-LOQUAY Annie (dir.), « Les médias africains à l'heure du numérique », *Netsuds*, n°05, septembre 2010, Caen, Edition L'Harmattan, pp. 5-6.

MAHMOUD Ibaraken, « L'internet : études communicationnelle et terminologique », *Institut de l'information et de communication Revue*, Université d'Alger, Alger, 2001, pp. 22-34.

MAOUGAL Mohamed Lakhder, « l'Algérie présente et à venir », *Sud/Nord*, 2001/1 no 14, pp. 67-77.

MARTIN Bernard, « Manifeste pour un autre journalisme », la *Revue XXI*, n°21, Paris : Edition JCK, janvier 2013, pp.134-170.

MERAH Aissa, « Discours de changement dans les discussions en ligne. Analyse socio-discursive », In : *le changement entre stratégies médiatiques et pratiques communicatives citoyennes*, (dir.) Farid Toumi, Fathallah Daghmani, Abderrahmane Amsidder, *Acte de la deuxième édition du colloque d'Agadir 2014*, pp193-201.

MERAH Aissa, « Les sujets sociaux dans les médias en Algérie. Pour une socio médiatique professionnelle », *Revue internationale communication social et publique, RICSP*, 2009, n. 1, pp. 93-110.

MERAH Aissa, « L'information sur la santé en Algérie. Etude d'une expérience réussie mais isolée », *Les enjeux de l'information et de la communication*, Edition GRESEC, 2009/1, pp 63-78.

MIEGE Bernard, TREMBLAY Gaëtan, « pour une grille de lecture et de développement des nouvelles techniques de l'information et de la communication », *Sciences de la société*, n°47, mai 1999, pp 9-22.

MUCCHIELLI Alex, « De la problématique de communication d'un produit multimédia informatif à la formulation des grandes lignes de concept », *Réseaux n°/116*, Paris, Edition La Découverte 2002, pp. 100-120.

MUCCHIELLI Alex, « Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales », Paris, Editions Armand Colin, 2002.

MUSSO Pierre, SFEZ Lucien (dir.), « Offre et demande de biens de communication », *Dictionnaire critique de la communication*, Paris, Edition PUF, 1993,

PELISSIER Nicolas, « Journalisme de presse écrite et nouveau réseau d'information », *Les cahiers du journalisme*, n° 5, *Journalisme et technologies nouvelles, les mutations obligées*, Lille, Edition ESJ, 1998, pp. 54-71.

PELISSIER Nicolas et al., « Cyber journalisme : la révolution n'a pas eu lieu », Lucien Sfez , *La science dans la cité, Quaderni*, n° 46, Paris, Edition Sapienta, Hiver 2001-2002, pp.5-25.

PELISSIER Nicolas, « Un cyber-journalisme qui se cherche », in : Jean Marie Charon, Arnaud Mercier (coord), *les journalistes ont-ils du pouvoir*, Paris, CNRS Edition, Coll. Cognition, Communication, Politique, *Hermès*, n° 35, Paris, 2003, pp 99-107.

POSTER Mark, “Cuberdemocracy : the internet and public sphere”, in : D. Holmes (ed.), *Virtual politics, identity and community in cyberspace*, Londres, 2009. pp 54-98.

RICHARD Nadine, « Les autoroutes de l'information et le multimédia : vers quelle société ? », *Terminal*, n° 71/72, Paris, Edition L'Harmattan, 1996, pp. 23-44.

SINGER Jane, “Who are this Guys ? The online challenge to the notion of journalistic professionalism”, *Journalism*, New York, Edition Tc, 2003.