

# **SI LOIN, SI PROCHE...**

## **L'élasticité identitaire du journaliste local usager d'Internet**

*Par Nicolas Pélissier*  
*MCF Université de Nice Sophia Antipolis*  
*CRIC/LAMIC*

*"Le travail journalistique a été profondément affecté par un ensemble récent de changements techniques (...). Ces évolutions invitent à penser le type d'usage de la technique que portent les visées combinées de maximisation des audiences, de réduction des coûts, de rationalisation bureaucratique de la production de l'information. elles aident aussi à comprendre en quoi ces usages des technologies contribuent à un vacillement identitaire de nombreux journalistes confrontés au sentiment de déqualification de leur travail",* écrivait récemment Erik Neveu [2001, p. 99]. Cette remarque nous semble adaptée à la reconfiguration de journalisme local et régional suscitée depuis quelques années par l'introduction de l'Internet dans les rédactions mais aussi par l'utilisation de ce nouveau support comme outil de diffusion de l'information.

Certes, la notion de "journaliste local en-ligne" apparaît de prime d'abord comme une aporie : comment les "localiers", caractérisés par leur visibilité sociale dans une communauté fondée sur des liens de proximité, pourraient-ils envisager une évolution de leur métier vers une fonction techno-bureaucratique, a priori abstraite et désincarnée, de "fourniture de contenus locaux" ? Par ailleurs, sachant qu'un nombre croissant d'acteurs impliqués aujourd'hui dans cette nouvelle fonction d'*expertise informationnelle* n'ont pas été formés aux canons académiques et entrepreneuriaux du journalisme d'information classique, quelle sorte de bouleversement identitaire va donc résulter de cette mutation ?

En fait, il nous semble possible de recentrer cette problématique, au demeurant fort complexe car riche en ramifications potentielles, autour de trois questions centrales : quelle est l'incidence de l'introduction et de la diffusion d'Internet dans les organisations de presse locale et régionale ? En quoi ce (nouveau ?) média modifie-t-il les procédures de travail des acteurs de l'économie informationnelle d'une région ? Enfin, les réseaux numériques changent-ils en profondeur la nature de la profession journalistique, et si oui, ce changement peut-il être considéré comme bénéfique pour le "localier" comme pour le citoyen ?

Afin de répondre à ces interrogations, nous avons successivement mobilisé, sur la période 1998-2001, trois courants de recherche fréquemment invoqués en sciences de l'information et de la communication. : la socio-politique des usages des innovations technologiques ; la pragmatique de l'Ecole de Palo Alto appliquée à un milieu professionnel ; les théories de la cyberculture et de la complexité. Le point commun de ces orientations conceptuelles demeure un engagement personnel résolu (mais non exclusif) en faveur d'une épistémologie constructiviste<sup>1</sup> qui permette de dépasser, mais aussi de réconcilier, des courants parfois opposés et emprunts d'une vision par trop déterministe et linéaire de l'insertion d'une technologie dans un univers social donné. Loin de dresser un inventaire exhaustif et détaillé de ces courants, nous nous bornons ici à effectuer quelques rappels destinés à la compréhension dynamique de notre démarche et à la proposition de quelques pistes théoriques aux chercheurs intéressés par notre problématique.

---

<sup>1</sup> Qui est par ailleurs le cadre épistémologique de référence du centre de recherches auquel nous appartenons, le CRIC (Centre de Recherches en Information et Communication/Université Montpellier I), organisateur de plusieurs manifestations scientifiques, dont un colloque "Pratiques de situations de communication et NTIC" (Montpellier, décembre 2000), qui a suscité une large partie des résultats qui vont suivre dans ce texte.

## Socio-politique des usages et savoir-faire journalistique

En mobilisant ce paradigme, nous avons tout d'abord souhaité appréhender les mutations organisationnelles attendues et générées par l'introduction et la diffusion d'Internet dans les entreprises de presse, en Roumanie puis en France [Pélissier et Romain, 1998 ; Pélissier, 1998a et 1999a]. A cet effet, nous avons localement pratiqué des analyses de représentations, sur la base de guides d'entretien et de méthodologies qualitatives moins usuelles<sup>2</sup>.

Le recours à la socio-politique des usages [pour une synthèse, voir Vitalis, 1994] nous a paru pertinents à deux niveaux. D'une part, pour penser l'*introduction* d'une nouvelle technologie dans un corps social bien spécifique, il s'agit de dégager une "troisième voie" entre *déterminisme technique* (propagandistes et diffusionnistes, par exemple) et *déterminisme social* (modèles socio-constructivistes ou culturalistes), ces deux courants antagoniques ayant pour limites de cantonner à un processus séquentiel, linéaire et réducteur l'influence réciproque entre technique et société. Afin de rendre complémentaires les travaux souvent féconds issus de ces deux pôles déterministes, la socio-politique des usages étudie avant tout le *caractère interactif* des relations technico-sociales [Flichy, 1991]. Certains auteurs créent dans cette perspective de nouveaux concepts tels que la *médiation socio-technique* [Jouët, 1993] ou la *configuration socio-technique* [Vedel, 1994]. Cette dernière suggère une dialectique constante entre logique technique et logique sociale : "les contraintes propres aux outils n'existent pas en soi, mais ne se manifestent qu'au travers de leur mise en œuvre par les acteurs sociaux. De la même façon, les relations sociales mises en œuvre lors du processus d'innovation technologique n'existent que par la médiation de la technique" [Id., p. 30]. D'autre part, la socio-politique des usages, au regard des potentialités de *diffusion* d'une technique dans une société donnée, s'efforce de penser ensemble une *logique de l'offre* et une *logique de la demande* : certes, de nombreux travaux ont pendant longtemps occulté les capacités de réappropriation, de détournement, voire de *braconnage* des utilisateurs [De Certeau, 1980], mais celles-ci ne peuvent conduire pour autant à minimiser l'impact d'une certaine offre technologique génératrice de contraintes qui place l'utilisateur en bout de chaîne [Möeglin, 1994]. D'où l'opportunité de penser la diffusion technologique en termes de *rapports d'usage*, qui supposent "une confrontation itérative de l'instrument et de sa fonction avec le projet de l'utilisateur", ce dernier se trouvant "au nœud d'interactions complexes entre son projet, son désir profond et le modèle d'utilisation auquel il pense" [Perriaut, 1989, p. 135].

Appliquée aux organisations médiatiques, la socio-politique des usages peut se révéler utile, car elle prend en compte simultanément les acquis de deux courants de recherche en journalisme. Le premier survalorise les effets d'offre et leur pré-détermination par les stratégies du marketing et de la finance. Dès lors, les contraintes liées à la technologie génèrent un processus d'uniformisation et de rigidification des pratiques professionnelles [voir par exemple Palmer, 1983 ; De La Haye, 1985 ; Accardo, 1995] conduisant à un appauvrissement des contenus. Le deuxième courant, moins fataliste, insiste au contraire sur la "plasticité" historique des organisations de presse et sur les capacités des journalistes-usagers à se réapproprier rapidement les innovations techniques puis à s'en servir comme nouvelles ressources destinées à la recomposition de leur identité en cas de crise. Des chercheurs comme Gérard Cornu [1990] concluent même à l'"impossible rationalisation" du métier de journaliste. Effectuant une synthèse de ces deux tendances, Denis Ruellan [1993] avance l'idée heuristique d'un *savoir-faire journalistique* située dans la perspective de la socio-politique des usages. Certes, les journalistes transforment les technologies et ces dernières ont

---

<sup>2</sup> Récits projectifs, incidents critiques, animation de groupe, test d'Osgood...

une certaine incidence sur les pratiques. Mais ce jeu technologique ne peut être exagéré : toutes aussi importantes sont l'intuition professionnelle et la capacité à médiatiser la complexité du réel. Ainsi, une technique n'a de chances d'être acceptée, utilisée et valorisée par la profession que si celle-ci y trouve un certain nombre d'avantages (matériels, symboliques, ergonomiques, etc.), comme l'ont d'ailleurs montré certaines études récentes sur l'informatisation des rédactions [Ruellan et Thierry, 1998]. Mais cette position relativiste va être remise en cause lorsque la nature de l'offre technologique se révèle très contraignante [Klinenberg, 2000]. En outre, la socio-politique des usages prend tout son sens lorsque l'utilisateur conserve tout de même une certaine liberté de choix. Or, dans certaines rédactions de presse, notamment en Amérique du Nord [voir Demers et Le Cam, 2000], les journalistes ont dû "faire avec" les innovations qui leur ont été imposées, et seule une minorité a su en tirer profit, y trouvant quelque intérêt identitaire et financier.

Ce dernier point amène à s'interroger sur l'incidence de la technologie nouvelle sur les procédures de travail, et donc à faire appel au deuxième courant de recherche mentionné en introduction.

### **La pragmatique de Palo Alto appliquée au système médiatique et à son contexte**

Dans la perspective épistémologique ouverte par l'ouvrage *Rencontre de Paul Watzlawick* [Le Bœuf, 1999], nous avons cherché il y a quelques années à appréhender la profession journalistique comme un univers socio-professionnel "surexposé" à toutes sortes de paradoxes de nature pragmatique [Pélissier, 1999b]. Suivant une piste explorée par d'autres chercheurs [Ruellan, op.cit.], et recourant par ailleurs aux travaux d'inspiration critique suscités par l'œuvre de Pierre Bourdieu autour de la notion féconde de "misère de position" des journalistes [Accardo, op.cit.], nous avons émis l'hypothèse que ces derniers entretenaient avec leur environnement des *relations circulaires, permanentes, contextualisées, récursives et surtout paradoxales*. Ces relations affectent le vécu quotidien et font en sorte que celui qui s'y trouve confronté subit une double contrainte pragmatique (*double bind*) dont la résolution implique en général *plus de temps et de distanciation* (capacités de "métacommunication") que les journalistes n'en ont à leur disposition. En outre, en considérant le *système médiatique* dans sa globalité dans la lignée des travaux de Michel Mathien [1992], nous avons situé ces interactions paradoxales, qui constituent à la fois une faiblesse (fragilisation, déstructuration) et une force (légitimation et réassurance) pour la profession, à au moins cinq niveaux : relations à la règle, au public, aux pairs, aux sources et au produit. Ces bases posées, nous avons tenté, dans la perspective des enquêtes de terrain suscitées par le programme de l'ONTICM, à renouveler cette modélisation des relations journalistes/environnement à la lumière de l'introduction et de la diffusion d'Internet dans la rédaction de presse régionale. Nous avons émis une autre hypothèse : Internet peut jouer le rôle d'un "*catalyseur d'interactions paradoxales*" entre la profession journalistique et son contexte de travail.

Au niveau des *relations à la règle*, il va certes faciliter une meilleure connaissance de la loi et de la déontologie professionnelle, et orienter le journaliste vers des sources parfois plus fiables que celles dont il dispose sur le terrain ; mais il est aussi facteur de brouillage des codifications juridiques (par exemple, comment distinguer le journalisme d'autres professions concurrentes sur le Web et renouveler de façon réaliste, juste, la question des droits d'auteurs ?) et surtout de dérives pouvant entraîner les journalistes "hors-la-loi" (problème de vérification et de recoupement des informations, poids croissant des sources d'information stratégique sur le réseau, etc.). Quant aux *relations au public*, Internet paraît favoriser à la fois un rapprochement (nouvelles procédures de "dialogues" avec le lecteur...) et un éloignement (montée en puissance d'un journalisme assis moins présent sur le terrain, possibilités offertes au public de se construire son propre "parcours de navigation" sans orientation préalable d'un

médiateur...). En ce qui concerne les *relations aux pairs*, Internet semble susciter un mouvement contradictoire de standardisation/différenciation, car il demeure un puissant outil de recherche du *scoop* (source d'individualisation et de démarcation), mais dans le même temps il se prête, de par sa structure réticulaire, à la propagation d'un phénomène auto-référentiel de reprises en boucle des informations dans un contexte de globalisation et d'harmonisation des formats éditoriaux. Les *relations aux sources* se trouvent également affectées de façon paradoxale, puisqu'Internet engendre simultanément une dynamique d'autonomisation (revalorisation de la compétence documentaire des rédacteurs) et de dépendance accrue du journaliste par rapport à des sources institutionnelles dont la présence sur le Web est de plus en plus affirmée, ainsi qu'un processus de rapprochement (succès de l'Internet "de proximité") et d'éloignement (perte de contact avec le territoire réel).

Au regard de quatre premiers niveaux envisagés, le développement d'Internet dans la profession reste pour le moment lacunaire, parcellaire, inégalement réparti et facteur de changement vertueux. Comme nous le verrons, loin de simplifier, rationaliser et renouveler en profondeur les tâches, il a plutôt agi comme un "accélérateur de complexité" [Pélissier et Ruellan, op.cit.]. Il a de ce fait déstabilisé plutôt que recomposé une profession de plus en plus tirillée par des exigences antagoniques, brouillant encore davantage une répartition des frontières et des rôles professionnels de moins en moins claire depuis deux décennies. D'où l'intérêt actuel des travaux critiques à vocation "démystificatrice" qui insistent sur les nouveaux facteurs d'asservissement et de contrôle social dans les entreprises de presse et sur un certain appauvrissement identitaire qui en résulte pour des journalistes transformés en "stakhanovistes" et/ou "hommes-orchestres" [Klinenberg, 2000 ; Fortin, 2000 ; Neveu, op.cit.]

Pour finir, il convient aussi d'aborder le cinquième niveau annoncé plus haut, celui des *relations au produit*. Mais ce dernier nous conduit à nous interroger sur l'évolution de la nature même de la profession : va-t-on vers une information "encyclopédique" permises par les potentialités d'"intelligence collective" offertes par la navigation hypertexte, ou au contraire vers une "information de surface" que le journaliste localier se bornerait à "pousser" vers le consommateur ?

### **Théories de la cyberculture et traitement médiatique de la complexité<sup>3</sup>**

Selon certains théoriciens de la cyberculture [voir par exemple Weissberg, 1999], : les nouveaux réseaux numériques provoquent actuellement un changement technologique, mais aussi paradigmatique, en bouleversant notre façon d'appréhender le monde : à un mode d'accès à la connaissance basé sur l'écriture linéaire et textuelle, ils substitueraient progressivement un nouveau mode basé sur les trois principes fondateurs de l'Internet<sup>4</sup> : la *navigation* (qui supposerait l'affranchissement des limites spatiales et temporelles de l'écriture traditionnelle), l'*hypertexte* (qui favoriserait une mise en boucle généralisée des connaissances entre elles) et l'*interaction* (qui permettrait aux utilisateurs d'entretenir des relations permanentes et rétroactives avec n'importe quel point du réseau de communication dans une perspective d'apprentissage mutuel et d'émergence d'une intelligence collective).

Bref, l'information en-ligne ne se décline pas seulement sur le mode de la *juxtaposition pluri-média* de divers supports traditionnels (textes, sons, images fixes et animées, vidéos ou de synthèse) qui exigerait chez les éditeurs avant tout une compétence assortie de quelque talent en matière d'infographie. Elle suppose également un principe de *navigation hypermédia*

---

<sup>3</sup> Ce champ a fait précisément l'objet d'un atelier du colloque "La communication de l'information scientifique", (animé par Jean-Louis Le Moigne), que nous avons organisé à Montpellier dans le cadre du CRIC, 4-5 mai 2001.

<sup>4</sup> En Amérique du Nord, voir les réflexions de Alvin Toffler, Howard Rheingold, Manuel Castells ou Pierre-Léonard Harvey. En France, voir par exemple les ouvrages de Joël de Rosnay, Philippe Quéau, Pierre Lévy, Jean-Pierre Balpe ou Jean-Louis Weissberg (*Présences à distance*, L'Harmattan, Paris, 1999).

qui va amener le journaliste à créer et mettre judicieusement en place des balises hypertextuelles destinées à orienter le parcours des lecteurs, activité qui va requérir ce que nous avons appelé une *compétence encyclopédique* [Pélissier et Ruellan, 2001]. Cette dernière peut se définir comme la capacité qu'aurait le journaliste à proposer un *traitement contextuel, référentiel et récursif* des informations reposant sur une "mise en boucle" (notion qui renvoie à l'étymologie de l'encyclopédie) rétroactive et généralisée de celles-ci : liens "internes" permettant aux textes de certaines rubriques (politiques, économiques, culturelles, etc.) de renvoyer vers d'autres textes figurant dans d'autres rubriques ; liens "externes" proposant aux visiteurs de cheminer vers d'autres sites dans la perspective d'approfondissement d'une problématique (originaux des textes de loi, sources institutionnelles à l'origine d'une décision, etc.). Ce n'est que dans cette perspective que le "cyberjournalisme" pourra apporter une valeur ajoutée au paradigme classique du journalisme d'information. La profession verrait même son statut probablement revalorisé par ce changement, sachant que ce modèle classique continue de demeurer un "réfèrent informationnel" pour les lecteurs internautes [Jeanne-Perrier, 2000]. Mais cela nécessite, pour la profession, un renouvellement de sa *machine de vision* [Baltz, 2001], dans le sens d'un changement de dimension et de cadrage de ses "focales" destiné à aguerrir ses capacités de métacommunication (savoir se regarder soi-même "de l'extérieur"). Cela le conduira alors à "penser ensemble" certains problèmes traités auparavant de façon disjointe et à mettre en lien ses connaissances en vue d'une compréhension affinée du monde social.

Ce point de vue nous conduit à évoquer le cadre épistémologique qui le sous-tend : les théories de la complexité. Celles-ci supposent une rupture avec les modèles positivistes de *manipulation* du réel fondés sur un certain nombre d'opérations à visée objectivante (séparation, isolement, réduction, hiérarchisation, inclusion, déduction, analyse...) au profit d'une démarche constructiviste de *compréhension*. Dès lors, l'activité journalistique gagnerait, pour mieux rester en phase avec la complexité du monde, à fonctionner selon des principes différents tels que l'association, l'induction, l'interaction, la récursivité et l'incertitude [voir Morin, 1993 ; Le Moigne, 1998]. Une telle attitude suppose de fait un solide bagage de connaissances liées à la "culture générale" et aux "humanités", mais aussi la valorisation de l'interconnexion de ces connaissances dans la perspective d'une "intelligence de la complexité" [Le Moigne et Morin, 1999]. Dès lors, la compétence technologique invoquée plus haut doit s'assortir d'une compétence encyclopédique dont l'utilité se révèle flagrante dans le cas de spécialités telles que le journalisme scientifique<sup>5</sup>.

Mais les entrepreneurs et les formateurs qui entendent "préparer" les journalistes à l'usage d'Internet ont-ils vraiment conscience de ces enjeux ? Si ce n'est pas le cas, le journalisme en-ligne risque de demeurer longtemps une *copie collée* ratée du journalisme hors-ligne...

Enfin, pour terminer nos propositions d'orientations théoriques, il est utile de rappeler que le journalisme qui nous intéresse ici est enraciné dans un *territoire bien spécifique*, celui du local et du régional. D'où l'opportunité de faire référence aux travaux qui, en sciences de l'information et de la communication, ont pour objet les transformations territoriales générées par la mondialisation, les politiques publiques et l'industrialisation des stratégies éditoriales dans un contexte de convergence des différents acteurs de l'économie de l'information [voir par exemple Pailliant, 1993 ; Cardy, 1997], notamment dans une optique constructiviste de compréhension de ces transformations [Pagès et Pélissier, 2000 et 2001]. Le journaliste localier peut en effet apparaître "déterritorialisé" en ce sens qu'Internet va l'amener à produire et diffuser de l'information "en direction" de territoires dont les frontières ne coïncident pas

---

<sup>5</sup> Voir le colloque "La communication de l'information scientifique" cité plus haut.

avec celles de sa région d'appartenance<sup>6</sup> [Rebillard, 2000] ; mais en même temps il se trouve a priori "re-territorialisé" par la montée en puissance de portails locaux et régionaux s'inscrivant dans une dynamique identitaire et commerciale de promotion d'un "terroir" à valoriser [Ringoot, 2000]. Dans ce dernier cas, le journaliste devient plus ou moins malgré lui une sorte de nouvel agent de la communication territoriale [Benzoni-Grosset, 1999] et commerciale [Demers, 2000]. Ici encore, Internet a des effets paradoxaux sur les interactions entre le journaliste et son environnement : il rapproche et éloigne simultanément l'acteur de son théâtre traditionnel des opérations<sup>7</sup>. Mais cela reste encore à vérifier.

A cet effet, nous avons mené un ensemble d'enquêtes de terrain, dont certaines ont été amorcées avant notre participation au programme de l'ONTICM. Nous avons ainsi étudié les cas particuliers des journalistes du quotidien régional *La Provence* (Marseille, 1998), de son homologue *Nice-Matin* (2000 et 2001), et de leurs confrères roumains *Renasterea Banateana* et *Agenda Zilei*<sup>8</sup> (2001) de la région du Banat (Timisoara). Dans ces deux derniers cas, nous nous sommes aussi intéressés aux concurrents de ces quotidiens régionaux (au demeurant fort nombreux) sur le marché de l'information locale en-ligne. Pour la présentation des résultats de ces enquêtes, nous reprendrons par commodité les trois axes correspondant aux trois questions centrale posées en introduction.

### **Internet et les organisations : une introduction souvent abrupte et une diffusion très disparate peu propice à un développement consensuel et partagé des ressources**

Un premier constat s'impose : dans tous les cas de presse régionale que nous avons étudiés (mais nous ne souhaitons pas en faire une généralité), les rédacteurs salariés des entreprises ont dû subir les effets contraignants d'une offre technologique limitée et "dure", rendant difficile les réappropriations à court et moyen terme. En fait, l'introduction d'Internet comme outil de production puis de diffusion a été réalisée de façon soudaine, voire abrupte, par les éditeurs. Non seulement elle n'a pas fait l'objet d'une négociation interne aboutissant à une prise de décision réellement démocratique, ni d'études de faisabilité conduisant à faire appel à des structures spécialisées en ingénierie organisationnelle qui auraient pu combiner audit social et audit technologique dans une visée d'intégration concertée des NTIC. Mais surtout elle n'a pas vraiment suscité, à quelques rares exceptions près<sup>9</sup>, de politique officielle de sensibilisation et de formation destinées à mieux accueillir et valoriser l'arrivée du nouvel outil de fabrication de l'information. Un grand nombre de rédacteurs interrogés (usagers réguliers ou non d'Internet) regrette cette absence de concertation et de préparation du personnel ("c'est vraiment dommage que nous n'ayons pas été préparés à affronter ce nouveau défi", nous a confié déçu un chef de rubrique...). Selon nos enquêtes, les dirigeants n'ont pas forcément agi de façon très rationnelle : conscients des incertitudes liées au développement du cyberspace et de la nouvelle économie, il ont surtout cherché à "s'aligner sur les autres" (effet d'imitation), dans une dynamique de fuite en avant que nous avons qualifiée avec d'autres de "pari pascalien" [Pélissier et Romain, op.cit.]. Celui-ci porte en particulier sur l'incidence d'Internet en matière de rentabilité (financière), de productivité (physique) et de compétitivité (marchande), avec des avantages attendus plus flous au niveau de la

---

<sup>6</sup> Public "diasporique" (D. Dayan) des sites Internet de la PQR, stratégies pluriterritoriales de la PQR bretonne qui lance des portails locaux et régionaux en Alsace, Lorraine, ou Provence via ses filiales en-ligne Vivalaville ou Maville.com, etc.

<sup>7</sup> Voir F. Demers et N. Pélissier, "Les territoires glissants de l'Internet de proximité", in D. Pagès, N. Pélissier, *Territoires sous influences 2*, Paris, 2001, ainsi que notre deuxième contribution à cet ouvrage.

<sup>8</sup> Par convention, nous utiliserons dans la suite du texte les initiales de ces journaux régionaux, soient LP, NM, RB et AZ.

<sup>9</sup> Stages facultatifs organisés en 1998 par le rédacteur-en-chef de l'édition en-ligne de LP, sessions informelles de formation mises en place par le webmestre de AZ en 2000.

communication interne et externe (vitrine en-ligne du journal, développement d'un travail collaboratif inédit...). Cela explique de leur part des décisions d'investissement parfois soudaines, maladroitement, énigmatiques et inégalement réparties...bien loin de l'état d'esprit de celles qui avaient présidé à l'information généralisée des rédactions quelques années auparavant [Ruellan et Thierry, op.cit.]. Ce constat mérite toutefois d'être nuancé par le rôle positif et déterminant joué par des *minorités agissantes* (se résumant parfois à un seul individu aux compétences techniques affirmées et à l'esprit visionnaire<sup>10</sup>, ou fortement orientées par l'action de celui-ci), en général composées de jeunes très mobiles, polyvalents, bien formés sur le plan technique mais aussi ayant le sens de l'innovation et du changement organisationnel. Ces minorités ont su tempérer le caractère parfois brutal de certaines décisions managériales et assumer une délicate mission d'interface avec le reste de la rédaction, ce afin de faciliter en interne la confrontation avec le nouvel outil.

En dépit de cette précieuse interface, la *diffusion* de l'usage d'Internet au sein des équipes rédactionnelles étudiées demeure encore aujourd'hui lente et disparate : on constate peu de progrès sensibles depuis 1998, à la différence de ce qui se passe dans certains médias nationaux...ou chez certains acteurs non-médiatiques. Fait intéressant : nombre de dirigeants déplorent cet état de fait, alors qu'ils en sont en partie responsables. Bien sûr, certains de nos entretiens montrent qu'Internet provoque chez certains journalistes, notamment les plus habitués à une présence active sur le terrain, des réactions d'appréhension (liées à la fiabilité incertaine de certaines sources en-ligne, aux risques de sédentarisation, d'apparition de nouveaux concurrents, aux problèmes de rétribution de la production dédiée au Web, etc) qu'il convient d'ailleurs de ne pas prendre à la légère au regard de certaines évolutions actuelles du cyberjournalisme (cf infra). De façon générale, on demeure bien loin des avantages symboliques et matériels escomptés par les rédacteurs au moment de l'informatisation "intégrée" des grands médias nationaux et régionaux il y a pourtant peu de temps. Dès lors, on peut s'interroger légitimement sur le poids des effets d'offre : dans tous les journaux étudiés, seulement une minorité de rédacteurs sont connectés au réseau, et ce dans des conditions de fonctionnement rarement optimales (lenteur du débit, logiciels de navigation peu adaptés, encombrement des postes, etc.), notamment en Roumanie. Cela ne manque pas de surprendre dans une entreprise comme NM, longtemps à la pointe de la PQR française en matière d'innovation technologique, premier quotidien régional à lancer son site Internet en 1995, mais dont seulement un rédacteur sur cinq utilise Internet (le plus souvent d'ailleurs pour le courrier électronique...). Dans ce dernier cas, ceci s'explique par la décision du groupe, confirmée par l'actionnaire Hachette-Filipacchi-Médias en 1998, de filialiser ("outsourcing") ses activités en-ligne via la création d'une *start up*<sup>11</sup> aux activités multimédias diversifiées. Cette décision du management, qui a réservé l'usage intensif d'Internet à un petit groupes d'experts du multimédia oeuvrant "à l'extérieur" de la rédaction [nous avons parlé de *développement séparé* dans plusieurs de nos textes précédents], à largement conduit à une démobilisation d'une majorité silencieuse qui, si on lui avait demandé son avis après lui avoir expliqué les enjeux, aurait peut être cherché à davantage s'impliquer dans les activités Internet du journal (comme certains l'avaient fait avec la télématique en France).

---

<sup>10</sup> C'est typiquement le cas de Christian Mars qui, à NM, a l'idée de mettre le quotidien en-ligne de façon très précoce (1995) ou de Gilles Rof, qui assure à lui tout seul le développement de LP en-ligne entre 1998 et 2000 et qui sensibilise l'ensemble des autres rédacteurs à l'usage d'Internet. En Roumanie, Dusan Baiski, webmestre de AZ, avait déjà lancé plusieurs magazines en-ligne avant même l'ouverture du site du journal. En plus de ce dernier, il administre donc aujourd'hui quatre autres sites...tout en demeurant chef de la rubrique "Economie-social" du cinquième support papier le plus lu dans le pays.

<sup>11</sup> Méditerranée Network, créée en 1997, qui sera transformée en avril 2001 en Nice-Matin Active, dans le but de resserrer les liens (qui s'étaient largement défaits...) entre rédaction en-ligne et rédaction-papier.

Par ailleurs, si Internet est de plus en plus utilisé comme un outil de recherche d'informations et de communication à distance (cf infra), il peine encore à devenir un véritable outil de diffusion : soit des rédacteurs sont impliqués de façon facultative, mais sans véritable contrat d'engagement et pour une rémunération symbolique (LP) ; soit il ne sont pas associés parce que la question des droits d'auteur n'est pas résolue et qu'il existe une filiale multimédia dédiée (NM) ; soit ils ne participent pas car il existe un webmestre ou administrateur -réseau qui effectue le travail de mise en-ligne sans concertation avec les rédacteurs (RB) ou réalise lui-même le travail de synthèse, secrétariat de rédaction et mis en forme (AZ). Dans les quatre cas, on le voit, l'implication de l'équipe rédactionnelle reste minime. Ce constat n'est certes pas euphorisant. Il met en évidence les incertitudes de la demande face aux rigidités de l'offre, mais aussi l'importance stratégique d'une minorité bien formée, activiste, mais dont l'investissement souvent considérable n'est pas toujours reconnu par les pairs (ce qui donne alors de bonnes raisons à ces "avant-gardes" de se sentir "incomprises"... à la fois par la direction et leurs collègues).

Ceci posé, des différences de constats subsistent en fonction des entreprises étudiées, dénotant le travail souterrain de logiques sociales et culturelles de réappropriation de l'innovation. Ainsi, selon les journaux analysés, la production d'information en-ligne se décline à partir de modalités de participation (ou non-participation...) très différentes et surtout évoluant très rapidement<sup>12</sup> ; en Roumanie, dans le cas étudiés la réappropriation interne d'Internet demeure plus rapide qu'en France, car une majorité des rédactions locales sont constituées de journalistes ayant suivi une formation d'ingénieur, ayant de solides bases en informatique et sans réserves vis-à-vis de l'Internet ; enfin, ce n'est pas forcément au sein des rédactions de presse écrite que la diffusion d'Internet a été la plus effective, car l'information en-ligne est de plus en plus produite par des structures légères *ad hoc* sachant associer un savoir-faire en informatique/réseaux et un une expérience rédactionnelle et graphique<sup>13</sup> et par des médias audiovisuels<sup>14</sup> plus accoutumés à l'association compétence technologique/compétence rédactionnelle (ou "tuyaux/contenus"). Pour toutes ces raisons, la question de la rigidité de l'offre (même si elle nous semble ici prédominante) doit donc être nuancée par la variété des réappropriations locales. Mais en quoi ces mutations modifient-elles vraiment la façon de travailler au quotidien des journalistes ?

### **Internet et les procédures de travail : renforcement de tendances existantes et apparition de nouvelles pratiques d'expertise informationnelle en devenir**

En ce qui concerne tout d'abord les *relations aux sources*, Internet constitue a priori un puissant outil de diversification et d'ouverture. En Roumanie tout particulièrement, eu égard à la longue période d'isolement du pays pendant près d'un demi-siècle, à l'opacité toujours de mise d'un grand nombre de sources institutionnelles et aux pressions en tous genres qui s'exercent sur les médias hors-ligne, Internet apparaît à de nombreux journalistes comme un "ballon d'oxygène". Cependant, les enquêtés reconnaissent privilégier Internet davantage comme facilitateur d'accès aux sources "crédibles" sur le plan international et national (c'est-à-dire aux agences de presses et aux grands médias, mais aussi aux sites des administrations publiques et des firmes) que comme une source alternative sur le plan local (à l'exception de

---

<sup>12</sup> Ainsi, après avoir été plusieurs années dissociés de la production du support-papier, les rédacteurs de Nice-Matin Active, depuis avril 2001, participent aux conférences de rédaction de *Nice-Matin* et mènent des actions de sensibilisation sur l'Internet auprès des rédacteurs du quotidien hors-ligne. Il est même envisager de faire participer ces derniers à la production en-ligne dans les mois qui viennent (alors qu'il n'en était pas du tout question l'année dernière !...).

<sup>13</sup> Voir les rédactions spécialisées du portail Vivalaville à Marseille, ou Dnttm.ro à Timisoara.

<sup>14</sup> Voir TV Analog et Radio Vest à Timisoara, qui travaillent en temps réel, et Canal 40 à Nice et Radio Riviera à Monaco.

Vianice, qui s'est assigné un rôle de "contre-information" locale, cf infra). De fait, Internet ne semble pas provoquer une réelle rupture dans la façon de "s'alimenter" des journalistes régionaux, lesquels continuent de s'approvisionner, dans une logique bien connue d'*auto-référence*, à des sources d'origine médiatique ou institutionnelle. Cela traduit chez eux une certaine prudence (peur d'être confrontés sur des sites plus "alternatifs" à un déficit de "crédibilité") mais aussi, parfois, des lacunes en matière de recherche d'information (compétence heuristique). Et comme Internet facilite incontestablement l'accès à ces sources médiatiques "crédibles", il ne fait que multiplier les risques d'une diffusion "épidémiologique" de l'information (Sperber et Wilson). La diversité des sources en-ligne n'est en fait que *virtuelle* : seule une petite minorité des enquêtés, qui possède des capacités heuristiques plus développées, fait des efforts pour l'actualiser. Par ailleurs, Internet génère aussi une tendance en plein essor depuis d'informatisation des rédactions, celle de la *sédentarisation* des journalistes. De fait, la majorité des rédacteurs multimédia interrogés font essentiellement un travail de *desk* (mise en ligne, synthèse, édition de pages, création de liens, relations avec les annonceurs) à un rythme parfois très soutenu. Très rares sont ceux, parmi les enquêtés, qui passent autant de temps sur le terrain qu'un "localier" classique<sup>15</sup>. Mais quelle que soit la crédibilité des sources mobilisées, le constat est là : le journalisme local en-ligne s'apparente pour le moment à un travail plus bureaucratique et sédentaire que son équivalent hors-ligne.

Au niveau des *relations au public*, les journalistes enquêtés peuvent se diviser en trois types : ceux qui n'ont pas du tout d'interaction "électronique" avec ce public (désintérêt ou absence de dispositifs prévus à cet effet) ; ceux qui se bornent à des échanges de courriers électroniques (mais ceux-là étaient déjà attentifs au "courrier des lecteurs" version papier) ; enfin, ceux, plus engagés mais plus rares, qui essaient d'administrer des forums à leurs heures perdues (c'est à dire peu fréquemment...) et d'imaginer de nouveaux dispositifs d'interaction. Mais ces derniers n'ont pas la tâche aisée, car cette activité de "médiation" électronique se surajoute dans la quasi-totalité des cas à une activité éditoriale déjà fort soutenue. Dès lors, c'est la qualité des dispositifs d'interaction qui risque d'en pâtir (forums peu fréquentés, non actualisés, courriers sans réponse, services non honorés...). Parmi ces dispositifs, celui des archives en-ligne reste pour le moment le plus prisé. Mais il suppose chez les journalistes des capacités qui sont davantage celles d'un bon documentaliste. Et d'ailleurs, ce sont souvent des spécialistes en ingénierie de l'information qui se chargent de ce travail. Au total, désintermédiation ou ré-intermédiation ? D'après ce que nous avons pu observer localement et selon certains travaux [Jeanne-Perrier, op.cit.], les risques de "court-circuitage" du journaliste ne doivent pas être exagérés : le public de l'information en-ligne locale entend bien retrouver sur le Web ce qui fait la qualité et l'originalité de ses médias hors-ligne favoris, et souhaite même dans certains cas retrouver les *signatures* de ses journalistes-papier préférés. Son attitude serait donc plutôt "conservatrice", alors même qu'en amont les moyens humains et techniques alloués aux rédactions qui désiraient "aller plus loin" dans les interactions avec le public demeurent plutôt limités. Internet n'a donc pas pour le moment "révolutionné" ces interactions : il a juste rendu le journaliste encore moins "visible" sur le terrain.

Les *relations aux pairs*, en revanche, se trouvent davantage affectées par le nouveau média : mais ce n'est pas forcément dans un sens très souhaitable, du moins au regard des potentialités de travail collaboratif qu'il peut offrir. Le moins que l'on puisse dire, en effet, est qu'Internet suscite une recomposition des organisations qui va vraiment dans le sens d'une *division du travail* et d'un nouveau type de *séparation des tâches* (modèles tayloriens et positivistes des organisations). Soit l'activité multimédia est réservée à une filiale *ad hoc* (où les journalistes sont minoritaires parmi d'autres experts de l'Internet) et alors l'activité en-ligne fait l'objet d'un développement séparé qui n'a aucune incidence sur l'organisation de la

---

<sup>15</sup> Mais "passer du temps" sur le terrain signifie-t-il forcément que les sources rencontrées sont toujours plus fiables que celles disponibles en-ligne ? En Roumanie, par exemple, c'est loin d'être le cas.

rédaction du support-papier (pour laquelle l'informatisation a eu des incidences bien plus importantes qu'Internet), tant et si bien que rédaction hors-ligne et en-ligne peuvent co-exister au sein des mêmes locaux sans jamais se rencontrer (NM a connu ce problème avec Mednet) ; soit les rédacteurs du support papier sont associés à la production en-ligne, mais se redessine alors une répartition des rôles qui ne va pas forcément dans le sens d'une collaboration accrue: ainsi, les rédacteurs de RB ne rencontrent presque jamais les webmestres du site chargés de mettre en-ligne leurs textes le soir venu ; de même, les webmestre de LP ou AZ se livrent surtout à un travail de secrétariat de rédaction visant à réécrire, synthétiser et remettre en forme "pour le Web" les textes "poussés" par les rédacteurs hors-ligne et "passés à la moulinette" de logiciels d'édition en-ligne. Cette répartition nous est apparue on ne peut plus taylorienne, d'autant que la pression organisationnelle est forte et les délais bien courts<sup>16</sup>...

Dans les sites portails extra-médiatiques, la *polyvalence* est davantage de mise. D'ailleurs, dans certains cas, la production d'information de l'amont jusqu'à l'aval reste l'affaire d'un seul homme-orchestre (voir SophiaNet.com, Banat.ro, Vianice pendant son année de lancement). Cette polyvalence peut être formatrice dans le cas de structures légères proposant des services informationnels innovants. Le problème se pose lorsque cette polyvalence est davantage *subie* que choisie, et qu'elle ne s'assortit pas d'une rémunération en conséquence et de conditions de travail favorables à une progression sociale (dérive constatée par Eric Klinenberg à Chicago et François Demers à Québec).

### **Internet et la conception du métier de journaliste : une production en-ligne plutôt décevante au regard des enjeux épistémologiques et citoyens du cyberspace.**

Sur la question du caractère *encyclopédique* ou non de l'information véhiculée, un constat s'impose de toute évidence : la pratique actuelle des sites de proximité demeure bien loin de ce que nous avons présenté comme un idéal normatif. De fait, plusieurs cas de figures se sont révélés à nous.

D'une part, celui des journalistes qui n'utilisent Internet que comme outil plus ou moins évolué de recherche d'information et de communication à distance avec les lecteurs et avec les pairs. Dans ce cas, le réseau peut incontestablement apparaître comme instrument d'ouverture culturelle et d'approfondissement des connaissances (nombre d'enquêtés roumains ont insisté sur cet avantage réel pour eux). Mais encore faut-il que les conditions techniques et professionnelles (urgences, encombrements, pressions hiérarchiques...) se prêtent à une navigation de profondeur, ce qui est d'ailleurs rarement le cas. En outre, Internet ne fait alors que faciliter une tendance déjà amorcée depuis deux décennies par l'introduction de bases de données et de réseaux informatiques dans les rédactions (en France, du moins).

D'autre part, il se trouve d'autres journalistes qui, eux, sont plus ou moins impliqués dans le travail de production en-ligne. Nous l'avons vu, ces derniers ne représentent qu'une petite minorité dans les rédactions des médias traditionnels. En outre, leur travail est rarement exaltant : soit ils se bornent à superviser la mise en-ligne de l'intégralité du support papier (RB et NM) et effectuent alors un travail de *secrétariat de rédaction* plus ou moins amélioré<sup>17</sup>, posant tout de même la question du *rafraîchissement et de la périodicité* [Ringoot, 2000] de l'information disponible sur les sites. Soit il existe une production spécifique pour le Web (LP et AZ), et les journalistes qui y sont associés doivent surtout faire des résumés et synthèses à

---

<sup>16</sup> La caricature de cette dérive est illustrée, à Nice, par les réseaux Bestofcity et Maville, qui alimentent à distance des sites locaux en effectuant essentiellement un travail de synthèse à partir d'informations locales copiées-collées à la va-vite à partir d'autres sites...et de la lecture de la PQR ! D'où le caractère approximatif et lacunaire des "informations" véhiculées (dans le cas de Maville, celles-ci ressemblent d'ailleurs davantage à des annonces, spécialité du groupe SPIR).

<sup>17</sup> Par exemple, c'est sur ce profil de poste (SR) qu'a été embauché l'actuel rédacteur-en-chef de l'édition en-ligne de *Nice-Matin*.

partir des textes des journalistes du support-papier. Ces derniers jouent alors le rôle de "pousseurs" d'information vers des journalistes en-ligne dont la compétence devient essentiellement celle d'un *documentaliste*, sans que pourtant un usage optimal des liens hypertextes permette pour autant une évolution encyclopédique de cette compétence documentaire. Lorsque avons interrogé les responsables de sites sur la potentialité encyclopédique de l'information en-ligne, nous avons été confrontés à deux types de réponses. Soit les enquêtés, tout en reconnaissant la valeur ajoutée cette potentialité ("c'est vrai que ce serait une bonne idée !...") admettent qu'ils n'y avaient pas réellement pensé, révélant alors un problème de formation (trop technique et positiviste) ; soit ils souhaiteraient aller dans ce sens, mais les possibilités techniques, financières de l'entreprise et la politique managériale ne le leur permettent pas. Exemple emblématique : le rédacteur-en-chef en-ligne d'AZ, auteur de romans interactifs et de bases de données "intelligentes" (voir notre autre texte dans cet ouvrage), est obligé de créer son propre webzine (Banat-media) et d'utiliser l'espace fourni le portail régional<sup>18</sup> Banat.ro (lancé par le FAI AS-Computers) pour se livrer à ses expérimentations de type "encyclopédique" ! Ce résultat, à notre sens, s'explique en large partie par une formation trop positiviste et instrumentale des acteurs : si ces derniers ont souvent acquis les compétences techniques leur permettant de créer des balises hypertextuelles, ils n'ont pas nécessairement la compétence épistémologique (laquelle ne doit pas être réservé aux seuls scientifiques !) qui les conduira à "mettre en boucle " les textes qu'ils produisent dans la perspective d'une *création de valeur ajoutée*. Mais ce problème n'est pas seulement celui des journalistes : il concerne aussi les conceptions véhiculées par les formateurs et les managers. Si ces derniers persistent dans leur positivisme organisationnel les conduisant à une nouvelle division du travail, Internet ne fera que précipiter l'émergence d'un néo-taylorisme (cf supra) dont on prétend qu'il serait l'antithèse et contre lequel il pourrait constituer l'antidote.

A un deuxième niveau, on peut s'interroger, comme nous l'avons fait dans d'autres textes [Pélessier et Ruellan, 2000], sur la finalité éthique et politique de l'information en-ligne de proximité. En effet, sur le modèle des "portails" lancés par des acteurs le plus souvent hors-médias<sup>19</sup>, l'information véhiculée par les sites étudiés semble de plus en plus orientée vers une *logique de service* plutôt qu'une logique de magistère renvoyant au modèle canonique de la presse d'opinion. Cette logique de prestation inspirée par le marketing direct, le marketing des services et le marketing technologique donne en effet la primauté à une information "de surface" ou information *tabulaire* (pour plus de détails, voir notre autre texte dans cet ouvrage, ainsi que les travaux d'Anne-Lise Touboul, [2000]), dont la prédominance est révélée par l'architecture linéaire des sites (importance des "menus", des "listes", des "rubriquages"...). Certes, quelques sites étudiés tranchent avec cette conception technico-marchande (sans pour autant d'ailleurs la renier...) et tentent des stratégies de contre-information (voir Vianice, par exemple) ou de fourniture d'accès à des sources d'information citoyenne (Banat.ro, Cote.azur.fr), mais ce n'est pas la presse régionale qui les a initiés (elle tendrait plutôt à les ignorer ou à s'en méfier...en étant parfois obligée de les imiter!). Comme nous l'avons écrit par ailleurs, le caractère lisse et aseptisé de l'information commercialo-identitaire des sites Internet de proximité ferait davantage penser à une "presse magazine régionale *de bon aloi* respectueuse des institutions" ayant une vitrine en-ligne, qu'à un véritable contre-pouvoir agissant dans une dynamique de démocratisation de l'espace public régional. Certes, on nuancera en constatant qu'en Roumanie cette dimension citoyenne est en encore très présente dans les stratégies des acteurs (car le développement de l'Internet de

---

<sup>18</sup> Dans la Riviera, il en va de même. Seuls deux à trois portails locaux, extra-médiatiques mais traitant l'information locale de façon journalistique (Vianice, par exemple), semblent faire un effort de "mise en boucle" de l'information en-ligne.

<sup>19</sup> Voir à Nice Cityvox, Maville, Bestofcity, Cote.Azur, et à Marseille Webcity ou Vivalaville.

proximité demeure dans le Banat largement contrôlé par des journalistes d'information se sentant investis d'une mission d'agent de démocratisation et de promoteurs du multiculturalisme) ; on notera aussi que des grands quotidiens comme NM, pris de vitesse par certains concurrents sur le "créneau" de la citoyenneté, tentent depuis peu de recentrer sa politique éditoriale en ce sens (forums citoyens, investigations locales, etc.). Il reste que , pour le moment, l'arrivée d'Internet n'a pas vraiment suscité un changement de cap, et encore moins de paradigme, dans l'information locale et régionale.

En conclusion, il semble opportun de revenir à la question de *l'identité* : qu'est ce qu'un journaliste, "localier" ou non, à l'heure d'Internet ? Peut-on encore qualifier de "journalistes" des acteurs qui n'ont pas (ou plus) pour idéal la conception encyclopédique et citoyenne de l'information que nous avons évoquée ? En France, les organisations professionnelles, notamment syndicales, ne manquent pourtant pas de s'interroger sur ce point. L'étude de leur littérature (à travers notamment les débats souvent passionnés sur la question des droits d'auteur en-ligne, voir [Mathien, 2001]), tendrait même à montrer qu'un nombre non négligeable d'entre elles ne sont pas prêtes à entériner une évolution de la profession vers une fonction technico-commerciale. La Commission de la Carte, de plus en plus sollicitée par des sites-portails désirant attribuer un statut journalistique aux rédacteurs qu'ils embauchent, tente elle aussi de clarifier le débat en essayant de distinguer entre "vrais" et "faux" journalistes en-ligne<sup>20</sup>, mais les problèmes qu'elle soulève pose autant de difficultés, sinon davantage, que ceux suscités par l'évolution de la presse hors-ligne depuis une à deux décennies.

On ne peut finalement que constater la très grande *élasticité identitaire* de la profession. Celle-ci n'a jamais, on le sait, formé de "bloc" homogène. Mais Internet nous révèle son hétérogénéité de manière encore plus criante, dans la mesure où il agit à la fois comme révélateur et catalyseur d'interactions paradoxales. Plus que jamais, la question des *frontières* de la profession est d'actualité. Ces frontières apparaissent poreuses, et sans cesse en mouvement, à l'image de celles des nouveaux territoires de l'information en-ligne. Peut-on se contenter de les "refermer", comme le font certaines entreprises de presse qui entendent se positionner comme uniques "portails d'accès à l'information locale" (Rebillard) ? Ce serait à la fois préjudiciable et inefficace. Les enquêtes<sup>21</sup> le confirment : le journalisme demeure une *profession ouverte*, et cette plasticité est une force pour elle, un élément moteur de son identité à long terme. Bien sûr, il convient de distinguer, discriminer les différents usages de l'information en-ligne, et ne pas hésiter à tirer certains signaux d'alarmes. Mais sans juger a priori de l'évolution de cette information dans les années qui viennent. Si cela était possible, le programme-baromètre auquel nous contribuons n'aurait plus de raison d'être ! Enfin, les résultats du terrain le montrent : nous avons rencontré dans nos investigations un grand nombre de professionnels qui souhaitent, certes, que leur métier évolue dans la diversité, mais sans pour tant qu'il finisse par se réduire à la fourniture et au formatage de "contenus"...vides de tout contenu.

N.P.

---

<sup>20</sup> Ainsi, le journaliste en-ligne doit remplir les mêmes conditions que le journaliste classique (être salarié d'une entreprise qui tire l'essentiel de ses revenus du commerce des informations, avoir à titre principal une mission d'information à l'égard du public, réactualiser ses productions de façon périodique, s'insérer dans une structure journalistique de type rédactionnelle, etc.) mais il doit, en plus, être obligatoirement rattaché à la Convention Collective Nationale de Travail des Journalistes.

<sup>21</sup> Voir les résultats du programme CRAP/IFP/SJTC/CCIJP, coordonné par R. Rieffel, D. Ruellan, D. Marchetti, C. Le Teinturier, MF. Lafosse et V. Debillard, 2001.

## BIBLIOGRAPHIE

- ACCARDO, Alain et alii, *Journalistes au quotidien : outils pour une socioloanalyse de la profession journalistique*, Bordeaux, Le Mascaret, 1995.
- BALTZ, Claude, "Complexité et cyberculture : vers une nouvelle "machine" de vision pour les journalistes", in *La Communication de l'information scientifique*, Journées d'Etudes du CRIC, Montpellier, 4-5 mai 2001. Actes en ligne sur [www.cric-france.com](http://www.cric-france.com).
- CERTEAU, Michel de, *L'invention du quotidien : arts de faire*, Paris, 10/18, 1980.
- CORNU, Gérard, "De quelques points communs entre intelligence artificielle et journalisme", *Bulletin CREIF*, n°7, mars 1990.
- DAHLGREN, Peter, « Cyberspace et logique médiatique : repositionner le journalisme et ses publics », in PROULX, Serge et VITALIS, André, *Vers une citoyenneté simulée : médias, réseaux et mondialisation*, Rennes, Apogée, 1999, pp. 73-98.
- DEMERS, François, « Internet : un facteur de fragmentation du régional », in Thierry (D.), (Dir.), *Nouvelles technologies de communication : nouveaux usages nouveaux métiers*, Paris, L'Harmattan, 2000, pp. 219-233.
- DEMERS, François, LE CAM, Florence, "Au seuil du véritable journalisme en-ligne : la cas des journalistes du quotidien régional *Le Soleil* de Québec, in Actes du III<sup>e</sup> colloque du CRIC, Montpellier, 1<sup>o</sup> décembre 2000.
- FLICHY, Patrice, *Une histoire moderne de la communication*, Paris, La Découverte, 1991.
- FORTIN, Pascal, "Le journalisme en-ligne au risque de l'argent", in Actes du III<sup>e</sup> colloque du CRIC, Montpellier, 1<sup>o</sup> décembre 2000.
- JEANNE-PERRIER, Valérie, « Sur Internet, le journaliste devient courtier en information », in *Pratiques de situations de communication et NTIC*, Actes du III<sup>e</sup> colloque du CRIC, Montpellier, 1<sup>o</sup> décembre 2000.
- JOUET, Josianne, "Pratiques de communication: figures de la médiation", *Réseaux* n°60, juillet-août 1993, pp. 99-123.
- KLINENBERG, Erik, "Information et production numérique", in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°134, pp. 66-75, septembre 2000.
- LA HAYE, Yves de, *Journalisme mode d'emploi-Des manières d'écrire l'actualité*, Paris, la Pensée Sauvage, 1985.
- LE BÈUF, Claude, (Dir), *Rencontre de Paul Watzlawick*, Paris, L'Harmattan, 1999.
- LE BOHEC, Jacques, *Les mythes professionnels des journalistes*, Paris, L'Harmattan, 2000.
- LE MOIGNE, Jean-Louis, et MORIN, Edgar, *L'intelligence de la complexité*, Paris, L'Harmattan, 1999.
- LE MOIGNE, Jean-Louis, *Les épistémologies constructivistes*, Paris, PUF, 1998.
- MATHIEN, Michel, « Le journalisme professionnel face aux mutations de l'information et de la communication », *Quaderni* n°37, Hiver 1999, pp. 11-42.
- MATHIEN, Michel, *Les journalistes et le système médiatique*, Paris, Hachette, 1992.
- MATTELART, Armand et Michèle, *Histoire des théories de la communication*, Paris, La Découverte, 1998.
- MOEGLIN, Pierre, *Le satellite éducatif : média et expérimentation*, Paris, CNET, 1994.
- MORIN, Edgar, *Introduction à la pensée complexe*, 1993.
- NEVEU, Erik, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2001.
- PAGES, Dominique et PELISSIER, Nicolas, *Territoires sous influences*, Tomes 1 et 2, Paris, L'Harmattan, 2000 et 2001.
- PAILLART, Isabelle, *Les territoires de la communication*, Grenoble, PUG, 1993.
- PALMER, Michael, *Des petits journaux aux grandes agences*, Paris, Aubier, 1983.
- PELISSIER, Nicolas et ROMAIN, Nicolas, « Journalisme de presse écrite et nouveaux réseaux d'information : reconfigurations théoriques et études de cas », *Les Cahiers du Journalisme*, n°5, décembre 1998, pp. 173-196. Synthèse publiée dans les actes du XI<sup>e</sup> congrès de la SFSIC, Metz, décembre 2001, pp. 115-125.
- PELISSIER, Nicolas, "Les NTIC en Europe du Centre-Est : la cas des rédactions de presse écrite et audiovisuelle en Roumanie", in FEIGELSON, Kristian et PELISSIER, Nicolas, *Télérevolutions culturelles*, Paris, L'Harmattan, 1998, pp. 229-249.
- PELISSIER, Nicolas, « La surexposition aux paradoxes pragmatiques : force ou faiblesse de la profession journalistique », in LE BÈUF, Claude, (Dir), *Rencontre de Paul Watzlawick*, Paris, L'Harmattan, 1999, pp. 181-207.
- PELISSIER, Nicolas et alii, « L'information en-ligne : un nouveau paradigme pour le journalisme ? », texte collectif, Synthèse de l'atelier « Journalisme et NTIC » du III<sup>e</sup> colloque du CRIC, Montpellier, 1<sup>o</sup> décembre 2000, à paraître aux éditions L'Harmattan en 2001. Version écourtée publiée dans le dossier consacré aux "Figures du journalisme" par la revue *Quaderni* à l'automne 2001.
- PELISSIER, Nicolas et RUELLAN, Denis, «Le journaliste pris dans la toile : les réseaux numériques, accélérateurs paradoxaux ? », Actes du 16<sup>e</sup> Congrès International de l'Association Française de Marketing, Montréal, Canada, 18-20 mai 2000, pp. 645-655.
- PELISSIER, Nicolas, RUELLAN, Denis, "La compétence encyclopédique : un défi épistémologique pour les formation au journalisme", in Actes du 2<sup>e</sup> Séminaire annuel franco-québécois sur le journalisme, Paris, IFP/Université Laval, juin 2000. Actes à paraître aux Editions de l'Université Paris II, sous la direction de Rémy Rieffel.
- PERRIAULT, Jacques, *La logique de l'usage : essai sur les machines à communiquer*, Paris, Flammarion, 1989.
- REBILLARD Franck, "La presse multimédia. Une première expérience de diversification de la presse écrite sur cédérom et sur le Web", in *Réseaux*, n° 101, pp. 141-171, 2000.
- RINGOOT, Roselyne, « La construction du temps et de l'espace par les portails d'information locale », Séminaire *Nouvelles technologies de communication : nouveaux usages nouveaux métiers*, Lannion, OMNTIC, 25 mai 2000.
- RUELLAN, Denis et THIERRY, Daniel, *Presse locale et nouveaux réseaux d'information*, Paris, L'Harmattan, 1998.
- RUELLAN, Denis, « Le local sur Internet : enjeux de la mise en-ligne de l'information », in Thierry (D.), (Dir.), *Nouvelles technologies de communication : nouveaux usages nouveaux métiers*, Paris, L'Harmattan, 2000, pp. 191-219.
- RUELLAN, Denis, *Le professionnalisme du flou*, Grenoble, PUG, 1993.
- RUELLAN, Denis, *Les pros du journalisme*, PUR, Rennes, 1997.
- THIERRY Daniel (dir.), *Nouvelles technologies de la communication*, Paris, L'Harmattan, 2000.
- TOUBOUL, Anne-Lise, "Pour une analyse du discours des formes de la presse en-ligne", in Actes du III<sup>e</sup> colloque du CRIC, Montpellier, 1<sup>o</sup> décembre 2000.
- VEDEL, Thierry, "Introduction à une socio-politique des usages", in A. Vitalis, (Dir.), *Médias et nouvelles technologies : pour une socio-politique des usages*, Rennes, Apogée, 1994, pp. 13-35.
- VITALIS, André, *Médias et nouvelles technologies : pour une socio-politique des usages*, Rennes, Apogée, 1994.
- WEISSBERG, Jean-Louis, *Présences à distance*, Paris, L'Harmattan, 1999.