HAL
open science

L'appropriation des technologies du web 2.0 dans les rédactions locales : l'exemple de Nicematin.com

M. Diouma Diallo, Diallo Mamadou

To cite this version:

M. Diouma Diallo, Diallo Mamadou. L'appropriation des technologies du web 2.0 dans les rédactions locales : l'exemple de Nicematin.com. Médias locaux, Lerass, Oct 2011, Toulouse, France. sic_01094775

HAL Id: sic_01094775

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01094775v1

Submitted on 13 Dec 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'appropriation des technologies du web 2.0 dans les rédactions locales : l'exemple de Nicematin.com

Résumé :
A l'heure de la globalisation et des médias des masses, la presse quotidienne régionale est en voie de perdre l'exclusivité de l'information de proximité qu'elle compense par des dispositifs participatifs. Ces derniers la placent dans une configuration qui favorise la sédentarisation, voire la redéfinition du projet éditorial sur des bases marketing et financière. Dans une perspective éditoriale et technologique, le web 2.0 inscrit le journaliste dans un double mouvement de territorialisation et de dé-territorialisation de l'information dans les réseaux.

Summary :
In times of globalisation and mass medias (social medias), the regional daily press is starting to lose its exclusivity regarding local information, which it compensates with participatory mechanisms. The Internet media sets online press in a configuration which favours sedentary work and even the redefining of the editorial project on marketing and financial bases. From an editorial and technological perspective, the web 2.0 encloses the journalist in a double movement of territorialization and deterritorialization of the information in the networks. We can conclude that the web 2.0 has not really allowed for the renewal of journalism, be it in its technological or in its editorial dimensions, even if we are starting to witness timid attempts at innovation.

Mots clés : Nice-Matin, web 2.0, webjournalisme, PQR, réseaux sociaux**.**

Tout au long de son histoire, le journalisme s'est souvent révélé comme une profession extrêmement complexe à définir et, de façon plus générale, à circonscrire dans un périmètre d'activités. Le caractère élastique de l'identité journalistique et le flou de la loi qui la définit, illustrent fort bien la complexité qui entoure cette profession à la croisée de plusieurs autres métiers. C'est cette position de carrefour épistémologique et son élasticité qui font de la posture journalistique une fonction dynamique et de la profession de journaliste, un métier fondamentalement inachevé (Ruellan, 1993).
L'avènement du média Internet et le développement du web dans son architecture participative ont fait sauter le verrou technique, contribuant ainsi au brouillage identitaire et à l'extension des territoires journalistiques. À la lisière des métiers de l'information, se développent actuellement des compétences hybrides, indissociables des nouvelles technologies, et allant dans le sens d'une meilleure prise en compte des différentes dimensions de l'écriture sur le web. Ce faisant, ces compétences nouvelles éprouvent davantage l'identité journalistique dans sa conception classique.
Sur les réseaux, nous voyons de plus en plus apparaître les fonctions de Webmaster éditorial, de *community manager* ou de journaliste programmeur.
Il devient ainsi difficile de soumettre le journalisme à toute tentative de modélisation, sans tomber dans les schèmes réducteurs qui ne l'appréhendent que sous un angle singulier et de sous évaluer l'incidence des technologies dans les mutations du journalisme en ligne.

La technologie : un levier de renouvellement de la presse en ligne

La valorisation des technologies de l'information comme des facteurs de changements éditoriaux et structurels des entreprises de presse, est très répandue dans la littérature ou sur les

sites dédiés aux relations du journalisme et des nouvelles technologies. Sur ces supports, règne une certaine euphorie relative aux perspectives offertes par les nouvelles technologies. En effet, l'accès à une information globale via des supports multiples et variés, le traitement multimédia de l'information, l'interactivité et l'instantanéité sont autant de facteurs mis en avant par certains auteurs pour expliquer le rôle du média Internet dans les mutations actuelles du journalisme (Pavlik, 2001 ; Domingo, 2008). Toutefois, ces transformations ont de multiples causes, mais il est communément admis que l'impact des nouvelles technologies sur le métier est sans commune mesure avec les autres facteurs de changement.

La force du média Internet repose en grande partie sur son potentiel technique qui permet à la fois de diffuser du son, de l'image et de l'écrit en temps réel. C'est la convergence sur un seul support de ces trois dimensions de la communication qui en fait un média complet (Rébillard , 2008). De ce fait, l'avènement du web dans les entreprises médiatiques a permis d'envisager des évolutions, voire des changements radicaux dans les *process* d'organisation ainsi que dans les modalités de production et de diffusion de l'information en ligne.
Dés le début les années 2000, Pavlik, dans un article intitulé «*The impact of technology on journalism* », soulignait le rôle moteur que les technologies du Net allaient pouvoir jouer dans les transformations du journalisme. Dans la même perspective, Mark Deuze, un brin euphorique, montrait le potentiel technologique de l'Internet et la perspective d'une transformation radicale vers un journalisme *online* qui serait digital (Deuze, 2003).
Les caractéristiques singulières qu'offrait la publication en ligne, en termes d'interactivité, d'écriture hypertexte et de convergence médiatique, nourrissaient alors les rêves les plus fous en matière de cyberjournalisme affranchi des contraintes de l'écriture linéaire.
La technologie était alors vue comme une alliée objective pour changer les pratiques professionnelles du journalisme. Ce faisant, les thèses s'adossant sur le diffusionnisme technologique, tout comme celles prônant l'injonction technologique, entendent révolutionner le journalisme grâce au web 2.0 (Joanes, 2007)

L'information en réseau et réseaux d'information : le virage du 2.0

Terme à la mode, le web 2.0 par la pluralité des définitions qu'il offre, a fini par être un terme fourre-tout. Loin de faire l'unanimité, le web 2.0 entremêle des dimensions complexes et pose de ce fait des problèmes de compréhension.
Dans un entretien accordé au célèbre blogueur, spécialiste des nouvelles technologies, Francis Pisani, l'inventeur et promoteur du concept Tim O'Reilly relevait la difficulté à définir le web 2.0. Il semblait prendre conscience du flou entourant cette notion, quand il affirme que « la signification du terme même suscite de multiples points de désaccord sur sa signification réelle» (O'Reilly, 2006). En effet, c'est parce qu'il couvre plusieurs dimensions (notamment technologique, sociale, marketing, journalistique) et intéresse plusieurs champs disciplinaires qu'il est extrêmement difficile de le cantonner dans un champ épistémologique ou d'en délimiter les frontières. C'est de cette difficulté, accentuée par des pratiques en cours d'invention, dont il faudrait prendre conscience sans verser dans les poncifs du style « le web se théorise mal » qui tendent à soumettre à la diète tout travail de rationalisation de l'objet sans pour autant perdre de vue la complexité qui l'entoure.
Dans un essai de clarification, Tim O'Reilly parle de *tipping-point*, c'est-à-dire de point de bascule comme pour signifier la fin d'une ère et le début d'une autre se caractérisant avant tout par une

maturation des technologies de l'information et une nouvelle économie numérique engendrée par des pratiques innovantes.
C'est pour s'inscrire dans cette grille de lecture du phénomène que la définition du web 2.0 comme « un ensemble de tendances initié par un ensemble de pratiques, mobilisé par un ensemble d'outils » (Depauw, 2009) nous semble pertinente. Elle offre d'une part l'avantage d'articuler la dimension sociale qui renvoie aux pratiques et l'aspect technique qui, pour sa part, renvoie aux outils. Parallèlement, elle permet de rassembler dans des catégories génériques, les outils et pratiques les plus représentatives et illustrant le mieux le web 2.0 selon les acteurs de l'information en ligne.

Le participatif, très emblématique de l'internet 2.0, est au cœur des plateformes qui valorisent les contributions des amateurs. Beaucoup de discours sur le web 2.0 mettent l'accent sur la dimension participative de l'internaute qui ne serait plus un consommateur mais un *consom'acteur*, selon l'expression consacrée. Par cette implication active, le lecteur serait capable de « tracer sa propre écriture sur l'écran où paraît la production de l'autre » (De Certeau, 1968). Ainsi, le dispositif interactif sort-il de sa posture lectorielle pour investir de nouvelles fonctions éditoriales (Weissberg, 2001). C'est ce qui faisait dire à Henry Jenkins que: « Le web abrite un potentiel énorme pour la création d'une culture populaire plus diverse et démocratique - une culture qui offre de plus larges opportunités à la participation amateur » (Jenkins, 2006). La mise en place d'espaces de publication ouverts à des non-journalistes, s'inscrit ainsi dans une logique de rapprochement du journaliste avec son public.
D'ailleurs, Henry Jenkins voit dans les nouveaux médias, des opportunités nouvelles pour le public de s'impliquer activement dans les contenus transmis par les industries de la culture et de l'information, mais au-delà, il estime que le remix des informations fait désormais partie du processus de consommation des contenus médiatiques. Le média Internet, de par son potentiel d'interactivité, nourrit ainsi tous les espoirs d'une relation d'échange dynamique censée faire reposer la relation journaliste/lecteurs sur des bases plus saines et plus transparentes

Plus radicalement, le régime de la publication en ligne, tout en multipliant les possibilités de travail et de collaboration du journaliste avec son public, allait offrir le paradoxe d'une désintermédiation marginalisant les professionnels de l'information et les fragilisant dans leurs fonctions éditoriales. En effet, les fonctions de sélection, de tri et de hiérarchisation de l'information obéissent désormais à de nouvelles logiques éditoriales et technologiques qui échappent à l'emprise du journaliste. Logique éditoriale qui fait de l'internaute son propre rédacteur en chef, en lui accordant la possibilité de cibler ses centres d'intérêt et de choisir ses sources d'information. Logique technologique qui accorde une place prépondérante aux « technologies de flux » et aux réseaux sociaux dans la circulation et la distribution des informations.

Sur le plan technique, fondamentalement, la plupart des technologies se trouvant au cœur du web 2.0, existent déjà depuis des années, voire depuis plus d'une décennie. C'est le cas par exemple de la technologie Ajax (14) qui a été créée par Microsoft en 1997 et connue à l'époque sous le nom de Dynamic HTML. Cette technologie qui a même été utilisée dans le navigateur Internet Explorer 3, a connu un succès relatif au niveau du public qui, à l'époque, ne percevait pas trop l'intérêt d'avoir un site dynamique et réactif. Il a fallu attendre l'Internet haut débit et la démocratisation de son accès, du moins dans les pays développés, pour voir apparaître le terme Ajax qui désigne à présent une combinaison de technologies multiples (XML, CSS, JavaScript, et XMLHttpRequest).
Autre exemple de technologie ayant existé avant la médiatisation soutenue du web 2.0, la technologie RSS (Really Simple Syndication) inventée en 1995 et qui, à entendre certains

« évangélistes » du web 2.0, donne l'impression d'être une nouveauté. C'est ainsi que nous voyons le prospectiviste Joël De Rosnay affirmer : « Parmi les innovations les plus explosives de l'Internet de ces derniers mois, figure sans conteste le système de diffusion et de mise à jour automatique de sites web et de blogs appelés RSS» (De Rosnay, 2006). Il est donc courant de voir des outils et pratiques, tels que les moteurs de recherche et les commentaires antérieurs au phénomène du 2.0, être classés dans la catégorie de la dynamique du web 2.0. Dans ce cadre, l'intégration de cartes interactives comme des Google maps ou des « web applications » ne constitue pas en soi des nouveautés. C'est plutôt la combinaison de ces applications appelées « *mash up* » (application mixtes), la personnalisation des interfaces de flux d'information, la pratique du blogging et du journalisme « citoyen », les dynamiques d'échanges sur les réseaux sociaux et plateformes de wiki qui sont regroupés sous l'étiquette web 2.0 illustrant, d'une certaine manière, des formes d'autonomie active des citoyens en contact avec les inventions technologiques.

L'environnement de Nice-Matin[1] : un terrain fertile pour analyser les enjeux du web 2.0

Étudier l'intégration des technologies du Web 2.0 dans les *process* de production et de distribution de l'information, c'est soumettre le discours des acteurs à la réalité des pratiques. Dès lors, il s'agira d'examiner de la manière la plus exhaustive possible, le « processus d'adaptation des définitions (usages, attentes) d'une technologie aux propres besoins de chaque acteur » afin de tracer les parallèles et pointer les asymétries existantes (Domingo 2008a).

Le rôle catalyseur des nouvelles technologies dans les dynamiques d'innovation, même s'il reste important, doit être pensé avec l'environnement des acteurs. C'est une façon de rompre avec le paradigme techno-utopianiste et de réfuter l'idée d'un conditionnement technologique du journalisme (Boczkowski 2004a) pour placer les acteurs de ce champ dans une relation systémique objective. D'où l'intérêt de penser la question de l'appropriation des technologies du web 2.0 sous l'angle de la médiation sociotechnique c'est à dire un ensemble se répondant mutuellement : des innovations technologiques qu'accompagnent et amplifient des pratiques journalistiques. La notion de *cadre sociotechnique* qui a aussi l'avantage d'intégrer les quatre dimensions fondamentales de tout processus technologique (conception, technique, usage, socialisation) offre une posture épistémologique très intéressante pour analyser les dynamiques en cours dans les sites des médias locaux. En convoquant, en amont, la phase de conception des objets techniques jusqu'à leur réalité effective, et en aval leurs usages jusqu'à leur socialisation, Flichy nous fournit une assise théorique assez dense pour penser les mutations de l'information locale en ligne.

La presse quotidienne régionale (PQR) et la presse quotidienne locale (PQL) n'échappent pas à la dynamique de décomposition et de recomposition du métier qui affecte la PQN dans un contexte où le média Internet joue le rôle d'« accélérateur de complexité » (Pélissier et Ruellan, 2001). Ce qui nous amène à nous interroger sur l'ampleur de ces changements, notamment dans la PQR. Pour étudier ce phénomène, nous avons analysé la nature de la représentation du web 2.0 et la réalité des pratiques 2.0 qualifiant le discours des acteurs, au sein du journal Nice-Matin. Cette étude a eu pour visée de déterminer si, dans cette rédaction, nous étions en présence des mêmes logiques de « configurations informationnelles » observables dans les grands quotidiens nationaux, ou si nous étions plutôt sur des logiques singulières d'appréhension, d'exploration et d'appropriation du web 2.0.

La prise en compte de la réalité effective d'un système médiatique est capitale dans la compréhension des médias. C'est pour cette raison que nous nous sommes intéressés à

[1] Lire Nice-Matin. Par souci de commodité nous utiliserons le sigle NM pour désigner Nice-Matin qui relève de la Presse Quotidienne Régionale et appartient au grand groupe Hersant.

l'environnement structurel et professionnel des journalistes de NM[2] afin de cerner les enjeux liés aux *webjournalisme* au niveau local et les résistances développées par les différents acteurs de cet environnement. Notre but a été de comprendre les modalités de fonctionnement de ces univers professionnels, ainsi que les contraintes structurelles, objectives et structurantes que Bourdieu désigne par « structuralisme génétique », et qui pèsent sur les journalistes (Bourdieu, 1987).
Notre immersion dans la rédaction de NM, nous a permis d'identifier des causes relevant de facteurs d'ordre endogène (spécifiques au support Internet et aux outils utilisés) mais aussi d'ordre exogène, liés à l'environnement global de NM.
Notre attention s'est également portée sur le degré d'appropriation des outils et des services du web 2.0 dans le processus linéaire de collecte, de traitement, de production, de diffusion et de redistribution de l'information en ligne, notamment avec les réseaux sociaux.
En d'autres termes, nous avons cherché à capter l'ordinaire des journalistes de NM en prise avec les technologies du web social.

Pour ce faire, plusieurs journées d'observation ponctuées par des entretiens semi directifs ont été nécessaires. L'exercice a eu lieu pendant le mois de septembre 2011 et s'est déroulé de manière séquentielle. Plus d'une dizaine d'entretiens ont été menés avec des journalistes issus du Print et du web dont deux JRI (journaliste Reporter d'images) et deux webmasters.

Le participatif : emblème du web 2.0 dans les rédactions locales

Sur l'ensemble des entretiens réalisés avec les journalistes de NM, un constat se dégage: la définition du web 2.0 passe d'abord et avant tout par celle des pratiques qui s'adossent sur des outils. Dans ce périlleux effort de définition, la dimension participative a été mise en évidence par l'ensemble des acteurs de l'information. En effet, chaque proposition de définition énoncée embrayait aussitôt sur des descriptions qu'amorçaient des phrases du style « le web 2.0, c'est par exemple... ». Le Web 2.0 dans les rédactions locales oscille entre définitions et descriptions. C'est dans les explications qu'il faut voir les outils qui sous-tendent ces avatars du web 2.0 et ce, afin de mieux comprendre la représentation que ces acteurs se font du phénomène. Les pratiques se trouvent donc inextricablement liés aux outils qui en retour contribuent à rendre effectives les pratiques du web2.0. Il convient pourtant d'ouvrir, tout de suite, une parenthèse pour faire la remarque que pour une large majorité des journalistes interrogés, cette notion de web 2.0 est « digérée », donnant ainsi plus de consistance à l'expression « *tipping point* » employée par Tim O'Reilly pour caractériser le web 2.0 .

Soulignons que le phénomène participatif est bel et bien convoqué pour décrire le web 2.0. En effet, un nombre important de journalistes interrogés mettent en évidence le fait qu'il a contribué à donner une dimension plus interactive à la communication des médias.
La participation des internautes dans les contenus médiatiques englobe différentes facettes. Cela va de l'activité de création et de diffusion de contenus, à la publication de commentaires en passant par l'envoi aux rédactions de documents numériques (photos, vidéos, documents audios).
Tout en reconnaissant la réalité empirique du participatif, il faut souligner que bien avant le média Internet, l'idée d'un citoyen participant à la production des contenus diffusés sur les sphères médiatiques était déjà présente dans un certains nombre d'écrits.
Dans la lignée des travaux de Michel De Certeau sur la réception des médias, nous pouvons affirmer que l'implication de l'usager dans les dispositifs médiatiques par les grandes industries

culturelles, même si elle n'est pas toujours souhaitée, reste néanmoins confrontée à ce désir des internautes d'accéder à cet « espace symbolique de la domination » (De Certeau, 1968).
Ce qui nous amène à soutenir que le web 2.0 a servi de caisse de résonance à cette culture participative du fait d'avoir transformé celle-ci en une réalité effective dans le champ des rapports médias/ citoyens. La philosophie du participatif préexiste donc au web 2.0 qui, en revanche, a contribué à lui donner plus de visibilité et à en faire une réalité significative grâce aux spécificités du media Internet (Rebillard, 2007).
Dans la production de contenus web, le journal papier NM intègre dans chacune de ses éditions, sous la rubrique « Internet », la page du site nicematin.com qui est composée de 5 menus : la phrase du jour, le top 5 des articles les plus lus, la vidéo du jour, la photo de l'internaute et enfin la question du jour. Ces rubriques sont intégralement alimentées par l'équipe web de NM et constituent de fait un contenu exclusif. Au vu de ce qui se fait dans d'autres rédactions de PQR[3], cela peut sembler dérisoire même si la jeunesse relative du service web (qui n'existe réellement que depuis trois ans) plaide pour un jugement plus nuancé. En effet, il est paradoxal de constater que NM qui fut le premier média de la PQR à avoir lancé son site en ligne, soit parmi les derniers à avoir mis en place une cellule web pour un groupe faisant environ 230.000 tirages pour l'ensemble de ses journaux (à savoir Nice-Matin, Var-Matin, Corse-Matin et depuis quelques mois, Monaco-Matin).

Par le biais des espaces dédiés aux contributions des amateurs, le média Internet constitue un dispositif clé dans le rapprochement des journalistes avec leurs publics même si sur les 250 journalistes environ que compte NM, moins de 5% entretiennent des échanges avec les communautés *Azurnautes* ou *Varnautes* présentes sur les sites nicematin.com ou varmatin.com et plus généralement sur les réseaux sociaux.
Aujourd'hui, il est difficile de soutenir que l'interactivité entre les journalistes et leurs publics est une réalité effective, du moins dans les rédactions locales. En effet, les espaces ouverts à la publication de contenus périphériques sont considérés comme des espaces autonomes, voire « parallèles » faisant de ces lieux, des plateformes d'échange entre internautes (Cabriolé, 2010).
Le désintérêt des journalistes pour ces espaces d'échanges est manifeste et nombreux sont les professionnels qui avouent ne pas les fréquenter par manque de temps, par indifférence, ou par manque de considération à l'égard de ces zones floues et structurellement peu intégrées dans la politique des entreprises de presse en ligne.
On pourrait même s'autoriser à parler *d'interactivité de façade* dans la mesure où elle se heurte le plus souvent à l'indifférence des journalistes, quand ces derniers n'en viennent pas à faire la police. Il n'est pas rare de voir ainsi un journaliste intervenir pour modérer les commentaires ou en supprimer certains jugés insultants même si ces tâches sont le plus souvent sous-traitées à des services extérieurs comme c'est le cas à NM. De manière plus vicieuse, ces espaces servent le plus souvent de faire-valoir à des industries de la culture et de l'information, qui les utilisent dans une logique d'instrumentalisation de la philosophie web 2.0 à des fins marketing.

Nice-Matin entre logique de présence et dynamique communautaire sur les réseaux sociaux.

Les médias ont compris la nécessité d'être présents sur les plateformes de médias sociaux pour promouvoir les contenus de leurs publications en ligne. Outre la présence de la marque du media, de plus en plus d'entreprises de presse encouragent leurs journalistes à être présents et actifs sur Twitter. Certains observateurs de l'évolution des médias comme Erwan Gaucher pensent même que la présence des journalistes au sein de ces réseaux fait partie de leur travail : « Les journalistes

ne font pas leur boulot s'ils ne sont pas sur les réseaux sociaux» (Gaucher, 2011). Même si cette affirmation peut sembler péremptoire et exagérée par endroit, il est certain que pour un journaliste web, la diffusion et la valorisation de ses publications passent d'abord et essentiellement par une présence sur les réseaux sociaux. Un journaliste de la presse papier n'a pas un impératif de présence sur les réseaux sociaux dans la mesure où le journal papier reste le principal vecteur de liaison avec ses principaux lecteurs. C'est tout le contraire d'un journaliste web qui travaille essentiellement à partir du média Internet et qui trouve son public massivement présent sur ce support.

Par ailleurs, cette présence pose un certain nombre de questions dont celles liées au statut, aux stratégies de présence en ligne sur les réseaux sociaux ou à la nature de l'information publiable sur ces espaces de communication. À Nice-Matin, même s'il n'y a pas de charte expliquant clairement la démarche à suivre, il existe néanmoins une règle à laquelle les journalistes essayent de se tenir: « Insérer, dans la mesure du possible, un lien pointant sur le contenu du journal. » Plus radicalement, un journaliste reporter d'images (JRI) affirmait: « Je ne tweete une information que si j'ai un lien sur le site » ; un journaliste de la rédaction web nous confiait également : « Ce qui m'intéresse, c'est l'audience sur mon site parce que mon site me rapporte de l'argent ». À titre indicatif, Nice-Matin regroupe, à ce jour, 5000 fans sur Facebook et plus de 3000 *followers sur Twitter*. Et pourtant, aucune stratégie de gestion de cette communauté n'existe, d'où une faible interaction entre la rédaction et cette communauté.

C'est une situation que regrette un responsable qui pointe le faible nombre de personnes qui pilotent la cellule web et qui, dans un avenir proche, souhaiterait avoir une *community manager*.

Il est néanmoins paradoxal de constater qu'au sein même de l'équipe web qui compte une dizaine de personnes (photographes, journalistes, reporters d'images, de deskman et webmasters) très peu ont des comptes twitter actifs.

Les personnes interrogées expliquent cela par le manque d'intérêt : «Moi, je ne suis pas très branché tweet » mais aussi par le manque de temps, et par une absence de pertinence dans l'échelle des priorités : « J'aimerais bien, mais vous voyez bien qu'on n'est pas assez nombreux pour nous permettre le luxe d'être aussi sur Twitter.»

Ils pensent compenser ce déficit de dialogue avec des rubriques comme « La question du jour » où l'internaute est invité à se prononcer par « Oui » ou « Non » sur une question fermée, ou encore « La photo de l'internaute » où chaque jour une photo, choisie parmi celles adressées par les internautes, est publiée dans le journal papier.

La présence sur les réseaux sociaux en l'occurrence Facebook et Twitter, de même que l'interaction dans les environnements où la communauté est massivement présente, sont considérées par plus d'un journaliste sur deux du papier comme des activités ayant peu de liens avec leur métier qui est d'informer. Il y a une séparation nette qui est opérée par les journalistes interrogés entre une activité de rédaction, qu'ils estiment déjà très soutenue, et une activité d'échanges et de dialogue avec la communauté corroborant ainsi les résultats d'autres études menées outre Atlantique (Hermida ; Thurman, 2007). En effet, si les journalistes de NM reconnaissent le côté valorisant d'une telle tâche pour la communauté, ils s'empressent de préciser que le ratio temps / rendement reste marginal et justifierait donc qu'ils ne s'y consacrent que modérément.

Les enjeux ne sont donc pas les mêmes pour une rédaction Print et pour une rédaction Web, bien que la tendance soit à la fusion des rédactions en dépit des obstacles d'ordre structurel et culturel présents dans ce processus.

Ces dispositifs censés favoriser le débat et l'échange avec la communauté se présentent, du moins dans leurs formes actuelles, comme des espaces en jachères ou, au mieux, comme des espaces de mise en relation de la communauté. Comme nous le voyons, dans la presse d'information en ligne, la vision de « l'information en chantier permanent » qu'accélère par ailleurs le web participatif, n'est pas encore une réalité effective pour le quotidien NM même si par ailleurs le site valorise les contenus amateurs dans divers formats.

Nouveaux formats sur le web : du papier à l'écran contextuel

Très axé sur l'information de proximité qui tend de plus en plus vers l'hyperlocal, les 2/3 des journalistes interrogés, même s'ils reconnaissent dans un premier temps l'intérêt et les perspectives nouvelles qu'offre le média Internet et son corolaire d'outils dit 2.0, soulignent souvent le peu d'intérêt de ces services dans le cadre de la couverture d'une actualité de proximité. Il en est ainsi du live-blogging, comme de l'utilisation d'un outil tel que *storify* permettant d'agréger du contenu web pour faire des comptes rendus sur des événements locaux. La dispersion géographique de la communauté « *Azurnaute*» fait partie des explications avancées par un responsable de desk qui ne voit pas « l'intérêt de solliciter, via les médias sociaux, l'attention des lecteurs dans leur globalité pour un événement localement situé ».
D'autres, en revanche, avancent le fait qu'ils ne sont pas « des journalistes d'écran scotchés toute la journée devant l'ordinateur, mais des hommes de terrain ». Internet serait donc pour beaucoup de journalistes localiers, un facteur d'éloignement dans la mesure où il les sédentarise et les coupe *de facto* de leur terrain de chasse. Dans le même temps, la rédaction web de Nice-Matin fait de gros efforts dans le développement « d'applications maison », c'est à dire créées par les webmaster de NM, sur les processus de veille et de partage de l'information malgré un environnement difficile. Il faut souligner que *« pour la première fois dans l'histoire, les amateurs disposent de matériel de production et de diffusion de l'information qui peuvent être beaucoup plus performants que ceux d'une entreprise de presse comme la nôtre »* constatait un journaliste de l'équipe Web et qui illustre à bien des égards l'inadéquation des infrastructures de NM (absence de wifi pour des raisons de « sécurité », prise en main difficile de certaines applications du back office etc.) au regard des évolutions du web.
L'exemple le plus patent est le temps relativement important qui est consacré au traitement des photos pour les diaporamas mis en ligne. En effet, la lourdeur de la procédure technique qui nécessite de passer par plusieurs étapes pour avoir un produit fini n'est pas de nature à favoriser les dynamiques d'innovation.

L'utilisation d'outils de *live blogging* tel que le « cover It live » n'est pas très courante parce que, de manière générale, la nature du service est jugée non pertinente pour la presse quotidienne locale. Les 2/3 des journalistes interrogés estiment que sur les grands sujets d'actualité qui peuvent faire appel à ce type de dispositif, les grands nationaux de par leurs moyens et l'étendue de leurs audiences en ligne sont plus qualifiés que les médias locaux pour couvrir les événements. Les grands médias bénéficieraient donc, à en croire un chef de desk, de l'exclusivité sur ce terrain de par leur position de médias dominants.
NM fait néanmoins un usage intelligent de ce dispositif de couverture de l'actualité sur des événements où la concurrence n'existe pas avec les quotidiens nationaux « prescripteurs ». C'est pour cette raison que sur des événements typiquement locaux mais pouvant néanmoins avoir une

portée nationale ou internationale, la rédaction web a utilisé cet outil pour faire vivre en direct l'événement à sa communauté – laquelle englobe aussi une bonne partie de la diaspora.
Ainsi, nous constatons que l'introduction du média internet, et plus particulièrement des outils du web 2.0, dans le dispositif informationnel des quotidiens locaux permet de transcender les contraintes spatiotemporelles pour mettre l'information en réseau et mieux connecter le webjournaliste localier avec son réseau d'information.

A la recherche du journalisme 2.0 dans la PQR

Dans son ouvrage intitulé *Territoires et Cyberespace*, Pierre Musso explique que la force du réseau, c'est de séparer ce qui est relié, et de relier ce qui est séparé. Il parle à ce propos de « lieu de liens » pour mieux mettre l'accent sur la spécificité intrinsèque de l'Internet, vu comme un lieu mondial d'interconnexion de liens s'adossant avant tout sur un réseau d'ordinateurs (Musso, 2008).
C'est dans ce lieu de liens que le journaliste est appelé à jouer un rôle de médiateur de liens dans un contexte d'atomisation et d'automatisation de l'information.
L'écriture sur le web est fondamentalement une écriture qui, en amont, intègre la structure du contenu. Elle permet, de ce fait, de rompre avec la linéarité de l'écriture journalistique qui prévaut sur d'autres supports d'information comme le papier, pour offrir des parcours de lecture riches et variés à travers les hyperliens. Ne pas proposer de liens dans l'offre éditoriale, c'est priver le *webjournalisme* de son potentiel de mise en relation avec d'autres contenus en ligne. La production de contenus sur le Net fait donc appel à des compétences technologiques spécifiques qui jusque-là étaient absentes de la panoplie de compétences du journaliste classique.

Lors de nos entretiens à la rédaction web de NM, l'équipe dirigeante nous a assurés que tous les journalistes avaient suivi des formations en écriture en ligne. Sur le site, nous constatons cependant une volonté apparente de ne pas agrémenter les articles de liens externes.
Le parcours de navigation proposé dans la plupart des articles publiés sur le site de NM est très pauvre en liens hypertextes externes. Il y a là une volonté manifeste de retenir le plus longtemps possible l'internaute sur le site au lieu de lui proposer des ressources externes propices à la sérendipité. Cet état de fait peut s'interpréter de deux manières
Primo, on peut penser que derrière une telle stratégie de captation et de « cloisonnement » de l'internaute au sein du site, se cachent des enjeux financiers en termes d'audiences publicitaires qui n'empruntent rien au champ balisé du journalisme d'information.
Secondo, soutenir l'idée que la profession a mal négocié le virage de l'Internet, censé apporter du renouveau au métier aussi bien dans la complexité des procédures de travail que dans la diffusion multi-supports de l'information.
Dans la plupart des médias en ligne, on trouve une persistance, voire une résistance consciente et voulue du modèle traditionnel de production de l'information, qui vise à perpétuer le magistère du journaliste offrant, sans aucune autre perspective, sa lecture du monde (Uttard ; 2002)

Si l'observation de certains sites laisse entrevoir des perspectives intéressantes en termes de navigation pour offrir une écriture modulaire de l'actualité par le biais de l'hypertexte, il faut dire que l'objectif visant à tracer des parcours de lecture multiples et riches en densité informationnelle reste très éprouvé dans la rédaction en ligne de NM. Pourtant un principe nouveau, théorisé par les penseurs des nouveaux médias dont Jeff Jarvis, insiste sur une règle fondamentale de ce que devrait être le journalisme à l'heure des réseaux : « *Do what you do the best and link the rest* ». Cette règle

lapidairement traduit par : « Faites ce que vous savez faire de mieux et faites des liens vers le reste », met l'accent sur le savoir et le savoir-faire du journaliste à l'heure du web social et des réseaux numériques.

A la recherche du cyberjournalisme au tout début des années 2000, Nicolas Pelissier en était arrivé à la conclusion que la presse en ligne avait manqué le virage du Net et que l'arrivée de ce dernier n'avait pas vraiment suscité un changement de cap, et encore moins un changement de paradigme, notamment au niveau de l'information locale et régionale. Une décennie plus tard, nous aboutissons au même constat : l'avènement du web 2.0 n'a pas vraiment permis une rénovation du journalisme aussi bien dans sa dimension technologique que dans sa dimension éditoriale ; même si des tentatives d'innovation, pour le moment timides, commencent à voir le jour.

Nice-Matin : les dispositifs d'information comme passerelles entre le papier et le web.

Si les journalistes de l'édition imprimée gardent une image très valorisante de leur travail journalistique (avec une revendication explicite des fonctions de *gatekeeper* et de « chiens de garde » de la démocratie), du côté des webjournalistes, cette valorisation est moins visible. En effet, le travail de la rédaction web est perçu comme un journalisme d'alerte sur l'actualité et délègue de facto aux autres journalistes le soin de faire des analyses approfondies ou d'écrire des articles de fond. Le journaliste web se retrouve ainsi, le plus souvent, assimilé à un simple fournisseur de contenus, chargé de recycler et de mettre en forme des informations sur lesquelles il n'a aucune emprise. Il devient de fait un maillon se situant au bout de la chaîne de production dans un processus de néo taylorisation des procédures de travail. Les résultats révèlent donc un écart considérable entre ces deux types de journalisme, du moins, dans la valorisation de leur fonction sociale.
Les résultats de nos observations dans la rédaction de NM montrent que nous ne sommes pas dans une conception homogène et uniforme du journalisme. Les rédactions web et print donnent à voir des réalités singulières dans un environnement où les différentes sphères médiatiques fonctionnent comme des entités totalement distinctes avec une forte dépendance des journalistes web au print. Cette dépendance se situe à deux niveaux : celui de la fourniture de contenus rédactionnels pour alimenter le site et les médias sociaux ; et celui de la collaboration lors de la couverture d'un événement pour obtenir de la matière destinée au traitement web de l'information.
Cette dépendance peut même aller jusqu'à la privation d'interviews lors de grandes manifestations comme celle du Festival de Cannes pour éviter qu'une information obtenue en même temps que les journalistes du web ne se retrouve sur Internet avant même sa parution sur papier. Une situation que constate amèrement un responsable du pôle web, pour qui : « Cela fait deux ans que c'est la même histoire avec les journalistes du 'papier'. Ils ont tendance à nous considérer comme des concurrents ». Ce constat n'est pas une donnée propre au PQR encore moins à NM.
A quelques rares exceptions, nous retrouvons les mêmes logiques dans la PQN et visant à accorder la primeur des informations à l'édition papier.

C'est ce qui explique en partie le nombre très faible de journalistes qui, à NM, respectent la directive leur demandant de rédiger des brèves pour le web. Ils sont moins de 10% sur un effectif de 250, à jouer le jeu. En l'absence de mesures d'incitation financières, ou d'une source de motivation autre que celle de voir leurs articles publiés en ligne, il est difficile d'attendre des journalistes une implication totale dans le projet éditorial du web.

Par ailleurs, dans le cadre de l'analyse des mutations du journalisme dans les médias locaux, il nous a paru pertinent de souligner le nombre relativement important de passerelles établies entre le site en ligne et la version papier du journal, et ce, en dépit de « la peur de voir le journal se faire couler par Internet » comme nous le confiait un journaliste de la rédaction.
Ainsi sur l'*avant der* de chaque journal des éditions du groupe Nice-Matin, la page est intégralement dédiée à l'équipe web qui y propose des photos, des vidéos ou des contenus qui mettent en évidence la dimension participative du web 2.0 qu'elle considère comme étant la facette la plus visible et la plus importante du web inscriptible. Cette page qui renvoie systématiquement au site nicematin.com met ainsi en valeur la création et la participation des internautes dans le processus de production de l'information. Elle permet surtout aux internautes équipés de smartphones et de lecteurs de QR code, d'accéder directement aux vidéos en ligne à partir du support papier du journal. L'intérêt des QR code, c'est qu'ils permettent de stocker une quantité importante d'informations numérisées facilement accessibles via le lecteur de code-barres.
Par ailleurs, il arrive très souvent que la rédaction web lance des *teasers* sur un événement devant être couvert par le journal papier ou demande à sa communauté de lecteurs de poser les questions qu'ils souhaiteraient voir transmettre à une personnalité attendue dans les locaux de la rédaction papier du journal. Le dispositif d'information sert donc de plateforme de liaison mais aussi et surtout de passerelle pour des contenus appelés à migrer d'un support à un autre.

Au terme de cette étude, dans un contexte marqué par une dilution de l'identité journalistique, nous constatons une volonté manifeste des journalistes localiers de retracer les frontières qui s'effacent sous le sable mouvant du participatif et des nouvelles configurations sociotechniques. Outre ce désir implicite de garder le «monopole du pouvoir de dire», les technologies sont donc appréciées sous l'angle de l'utilisabilité ou l'usabilité définie par le moment ou un outil peut être utilisé dans un contexte spécifique pour répondre aux impératifs d'efficience et de satisfaction maximale. La pertinence de cette variable d'utilité étant établie, toutefois, il nous semble important de considérer le fait qu' à NM, il est difficile d'intégrer des outils autres que ceux proposés par l'entreprise tant les droits alloués sur les back offices sont restrictifs que contraignants à l'usage. Difficile donc dans ces conditions de tester et faire l'expérience de nouvelles applications libres. Nous sommes donc dans un « formatage » partiel de l'usage des technologies par le contexte organisationnel dans lequel elles sont incorporées. Paradoxalement, les journalistes considèrent les outils du web 2.0 comme devant nécessairement accompagner le développement en ligne des entreprises de presse qui, par ailleurs, s'inscrivent dans une évolution naturelle à l'ère du numérique et des médias sociaux.

Dans cette étude menée dans les locaux du quotidien NM, sur le plan théorique, nous avons fait le choix d'ancrer cette recherche dans le champ des SIC pour avoir une problématique plus resserré. Nous aurions pu établir des passerelles avec d'autres disciplines, d'autres auteurs. Nous pensons particulièrement aux travaux de Barley et Orlikowski sur les trajectoires d'appropriation ou de «technologies sociales» qui, à partir d'une grille de lecture interactionniste, essayent de penser les dynamiques d'appropriation dans les contextes organisationnels (Barley, 1986 ; Orlikowski, 2000). Néanmoins, nos résultats montrent la pertinence de notre perspective pour analyser le phénomène web 2.0 dans les entreprises de presse en ligne.

Dans une approche ethnographique comme celle-ci, une observation de plus longue durée aurait permis de mieux saisir la réalité des pratiques et nous conduirait à une meilleure compréhension de la représentation du web 2.0 par les professionnels de la PQR et de répondre à d'autres interrogations comme celles liées à l'impact de la représentation du journalisme et l'évaluation des enjeux du phénomène 2.0 dans le degré d'appropriation des dispositifs 2.0 par les journalistes notamment ceux de la presse quotidienne régionale (PQR).

Références Bibliographiques :

- BARLEY (S-R.), 1986, « Technology as an occasion for structuring : evidence from observation of CT scanners and the social order of radiology departments » Administrative Science Quaterly vol.31, pp 78-108
- BOCZKOWSKI (P.), 2004, Digitizing the news: innovation in online newspapers, Cambridge, Mass, MIT Press, 2004.
- BOURDIEU (P.), 1987, Choses dites, Paris, Minuit
- CABRIOLE (S.), 2010, « Les journalistes du parisien.fr » et le dispositif technique de production de l'information » in Réseaux n° 160-61, pp: 78-98.
- De CERTEAU (M.), 1994, La prise de parole et autres écrits politiques, Paris, Le seuil
- DEPAUW (J.), 2009 Qualité de l'information et vigilance collective sur le web Thèse de doctorat, ULB. - DE.ROSNAY (J.), 2006, La révolte du pronetariat, Paris, Fayard
- DEUZE (M.), 2003, «The Web and its journalism: Considering the consequences of different types of newsmedia online», *New Media & Society*, vol. V, n° 2.
- DOMINGO (D.) 2008a, Making Online News, The ethnographie of new media production, New York, ed.Peter Lang.
- FALGUERES (S.), 2008, « Presse quotidienne nationale et interactivité: trois journaux face à leurs publics. Analyse des forums de discussion du Monde, de Libération et du Figaro » Presse Universitaire Blaise Pascal.
- GAUCHER (E.), 2011, texte disponible en ligne à partir de ce lien http://bit.ly/FOXc0e
- HERMIDA (A.), THURMAN N, 2007, "Comments please: How the British news media is struggling with user-generated content", International Symposium on Online Journalism, Austin,
- JENKIS (H.), 2006, Fans, Bloggers and Gamers, Exploring participatory culture, New York, NY university press.
- JOANES (A.), Sept 2007, le journalisme à l'ère électronique, Lire Agir,
- MATHIEN (M.), 1992, *Les journalistes et le système médiatique*, Paris, Hachette.
- MUSSO P, 2008, Territoires et cyberespace en 2030, La documentation française.
- O'REILLY (T.), 2005, What is web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software, Web 2.0 conference. Consultable à ce lien: http://oreil.ly/zaROTA
- ORLIKOWSKI (W.), 2000, « Using technology and constituting structures : a practise lens for studing technology in organizations », Organization science, vol.11, n°4, pp 404-428.
- PAULUSSEN (S.), HEINONEN (A.), DOMINGO (D.) et QUANDT (T.), 2007, "Doing It Together: Citizen Participation in the professional news making process", Vol. 1, No 3, 2007.
- PAVLICK (J.), 2001, Journalism and new media, Columbia university press.
- PELISSIER (N.) et RUELLAN (D.), 2000 «Le journaliste pris dans la toile : les réseaux numériques, accélérateurs paradoxaux ? », Actes du 16° Congrès International de l'Association Française de Marketing, Montréal, Canada, 18-20 mai 2000, pp. 645-655.
- PELISSIER, (N.), 2002 B « Si Loin, Si Proche...l'élasticité identitaire du journaliste local usager d'internet » archives sic http://bit.ly/tyRZ9q
- PISANI (F.), PIOTET (D.), Sept 2008, Comment le web change le monde : l'alchimie des

multitudes, Pearson
- REBILLARD (F.), 2007, Le web 2.0 en perspective, une analyse socio-économique de l'Internet, Paris, l'Harmattan
- RUELLAN (D.), 1993, Le professionnalisme du flou, Grenoble, PUG.
- UTTARD (J-M.), la presse en ligne, 2002, Médiamorphose n°4, p.83-88

WEISSBERG (J.) 2001, «Auteur, nomination individuelle et coopération productive» Solaris, n°7.