

« Les enjeux du refus de la diffusion sur Internet : l'exemple du *Canard enchaîné*. »

Pas de navigation dans la « cyber mare ». Contrairement à l'ensemble de ses confrères de la presse écrite, *Le Canard enchaîné* ne diffuse pas encore en version numérique. Ce refus permet d'interroger les enjeux du passage de la version « traditionnelle » de circulation de l'information à celle qui s'est imposée comme modèle de développement dans l'économie numérique. Observateur vigilant des stratégies de communication et obligé de tenir compte de nouveaux concurrents et de nouvelles pratiques, l'hebdomadaire est toujours en quête d'un fonctionnement économiquement viable. Au cœur d'un paysage médiatique en pleine mutation, trois points déterminants s'imposent : la maîtrise de la circulation de l'information, la légitimité et la responsabilité des discours apparaissant dans l'espace public et la co-construction des discours sociaux entre des acteurs de statut différent.

La lecture de la page d'accueil du site Internet¹ de l'hebdomadaire satirique *Le Canard enchaîné* manifeste un positionnement « communicationnel » en total décalage avec les évolutions de l'ensemble de la presse écrite. Intitulée « *Une palme dans la cyber mare... mais juste une !* », elle explique en quelques phrases pourquoi le lecteur ne pourra pas y trouver de contenus sous forme d'articles, à part une reproduction de la « une » de la semaine.

A la fois refus et présence, l'ambiguïté de cette page constitue tout d'abord un excellent exemple de cette volonté de la parution de mettre en scène, dans « l'espace public » (Habermas, 1978), un certain nombre de ses pratiques et de ses choix. L'absence d'un site actif du *CE*² dans ce nouvel espace, contrairement à la quasi-totalité de tous les autres supports écrits (pas seulement d'information) est donc un choix qui mérite que l'on s'y attarde. Si certaines études se sont intéressées au « non-usage » d'internet (Kellner et al., 2010), les études sur le refus, pour une parution, de communiquer en version numérique sont rares, d'abord parce que ce choix est exceptionnel. Car l'espace public est en pleine mutation : la « révolution numérique » aurait totalement bouleversé les règles du jeu.

Quelles justifications l'hebdomadaire propose-t-il ? Comment l'hebdomadaire satirique, qui revendique haut et fort son indépendance, envisage-t-il les évolutions possibles dans ses pratiques du journalisme, la construction de ses discours, ses rapports aux sources et la construction du lien avec les publics de lecteurs ?

Le Canard enchaîné est un objet « pérenne », dans le paysage médiatique depuis 1915 (Martin, 2001 et 2009), qui manifeste et revendique un recul critique sur les institutions, les événements, les individus présents dans l'espace public. Notre étude s'est tout particulièrement intéressée au corpus de l'année 2010, objet, par ailleurs, d'un travail plus général sur le fonctionnement et les enjeux de l'écriture satirique du *CE*³. L'observation de l'évolution de la page d'accueil du site Internet de 2008 à avril 2014 ne présente qu'une seule évolution remarquable que nous prendrons en compte. En nous attachant à l'observation de l'événementialisation des enjeux « communicationnels » en une de l'hebdomadaire, c'est-à-dire la propension récurrente que nous avons relevé dans l'hebdomadaire à commenter ses pratiques concernant la collecte puis la mise en circulation de l'information, nous nous sommes demandés quels étaient finalement les éléments de ce filtre satirique dans la fabrication ou la reprise de l'actualité, que

¹ Page d'accueil consultée une dernière fois le 25/4/2014, <http://lecanardenchaîne.fr/>

² Nous utiliserons par commodité l'abréviation *CE* dorénavant pour désigner *Le Canard enchaîné*.

³ Thèse en cours : « Constructions et enjeux d'une médiation : le discours satirique dans les médias français. L'exemple du *Canard enchaîné*. »

l'hebdomadaire estimait incompatible avec certains processus de circulation de l'information des nouvelles technologies ? Il était nécessaire également d'observer la manière dont avaient réagi d'autres sources d'information concurrentes pour mieux cerner les modifications à l'oeuvre dans les modèles de développement du numérique. La confrontation avec les discours de journalistes de l'hebdomadaire explicitant leurs pratiques professionnelles permettra de comparer avec ce qui apparaît dans l'espace public.

L'étude s'appuie donc d'abord sur l'analyse des discours du *CE* parus dans l'espace public afin de faire émerger les tensions à l'oeuvre dans leur élaboration puis leur diffusion. Selon Habermas (1987), dès l'émergence de la presse à grand tirage, au XIX^{ème}, ont surgi des questionnements récurrents sur l'interdépendance des sphères publique et privée, l'importance des médiations privées, les interrogations sur les limites de l'état (Dacheux, 2008). Ces questions sont consubstantielles à l'établissement d'une sphère (politique) publique. Or, la « révolution numérique » pose le même type d'interrogations sur les processus de publicisation, les éventuelles limites, auxquelles s'ajoutent, de façon accrue, les interrogations sur le statut et la légitimité des acteurs.

Dans le dernier ouvrage consacré à ce sujet, *L'espace public contemporain* est, selon B. Miège, un espace où la parole publique est devenue plus « facile » grâce aux TIC, mais les modalités de l'échange ont changé et de nouveaux espaces ont fait leur apparition. Les médias gardent une influence importante, même si : « *il faut s'attendre à une relative perte d'influence de leur part dans l'activation de l'Espace public ainsi qu'au brouillage des pistes et au mélange des genres* » (Miège, 2010, p.128).

Des travaux des « Cultural studies », en passant par certains courants de la sémiotique ou des approches pragmatiques, l'importance accordée au contexte, à l'évaluation des interprétations des discours en situation n'ont cessé d'être affirmées. L'approche en Sciences de l'Information et de la Communication du *CE* nécessite donc la prise en compte de l'ensemble du paysage médiatique français à un moment donné.

Le refus de mettre l'information en ligne est parfois explicitement justifié, et il obéit également à certains choix en matière de circulation de l'information. Mais l'hebdomadaire satirique assoit aussi sa légitimité parce qu'il construit avec ses lecteurs sa propre lecture de l'information, notamment en se positionnant comme décrypteur des stratégies de communication apparaissant dans l'espace public : l'absence de ces discours sur le web est donc le positionnement très paradoxal d'un média dont une des thématiques privilégiée est l'observation des discours (surtout politiques).

1 Un refus explicite

Les quelques lignes de la page d'accueil sur Internet sont une nouvelle déclaration d'indépendance. Le premier argument est la méfiance quant au fonctionnement « économique » de la mise en ligne, avec cette référence au rejet des « *opérateurs plus ou moins bien intentionnés* » qui souhaitaient accompagner leur diffusion en ligne.

L'absence de modèle de développement numérique et de circulation des informations sur le web peut, en effet, se justifier avec des arguments économiques. J-M Charon souligne même le contexte français, particulièrement périlleux : « *Les déficits et la difficulté à imaginer les modalités pour parvenir à la rentabilité sont d'autant plus préoccupants dans un pays où les pure players sont nombreux, avec des approches éditoriales originales et des identités fortes.* » (Charon, 2010).

Lors de nos entretiens avec J-F Julliard⁴, journaliste au *CE*, ce fut même le principal argument avancé. A la question posée sur le maintien de la seule version papier, la réponse fut très clai-

⁴ Entretiens avec Jean-François Julliard le 11/7/2013 et le 15/4/2014.

rement l'absence de modèle économique rentable en version électronique, encore à l'heure actuelle (en avril 2014). Pas d'opposition de principe donc à une version numérique, mais le souci de préserver un équilibre et une indépendance financière, dont l'hebdomadaire rappelle chaque année au mois d'août, dans « *Les comptes du Canard* », à quel point ce mode de fonctionnement est constitutif de son identité.

Une autre justification attire l'attention. L'hebdomadaire souligne la nécessité de l'occupation de l'espace médiatique. Il s'agirait de ne pas laisser la place aux « escrocs ».

L'escroquerie pourrait n'être qu'économique, il est bien plus probable que *Le Canard enchaîné* y voie également le risque d'un détournement de son discours, menaçant le sérieux qu'il attache au travail d'information effectué. Rester maître de son discours est un enjeu essentiel pour sa légitimité et sa survie dans l'espace public. Il faut naviguer entre divers écueils, notamment l'absence et la « récupération ». L'absence totale n'est plus envisageable : il s'agit au moins de reprendre à un souci d'identification.

La verve satirique pourrait aussi bien s'exercer en ligne. Un certain nombre de sites satiriques, aussi variés que souvent éphémères, en témoigne. Donc le refus de paraître en ligne et d'alimenter un site Internet n'est pas seulement lié au choix du registre satirique, mais à d'autres considérations.

2 Des arguments « communicationnels »

Attaché à une tradition historique, la page d'accueil sur Internet exprime depuis plusieurs années (au moins depuis 2008, sans variation notable), la volonté de poursuivre une longue tradition d'un journalisme qui s'exerce « avec du papier et de l'encre ». Est donc clairement revendiquée la volonté de ne pas entrer dans l'univers technologique de la diffusion des informations sur Internet.

L'inscription dans une tradition de la presse écrite « papier » est un argument très important, ce que nous confirme également J-F Julliard lors de nos entretiens. Les journalistes et le lectorat ont construit, sur une centaine d'années, un support d'une très grande stabilité formelle. Il faut y ajouter ce rapport de connivence lié à la pratique du registre satirique. Modifier cette construction, très ritualisée, qui a, avec beaucoup de méthode et de rigueur, construit un horizon d'attente, un pacte de lecture (Veron, 1988), et un plaisir du texte (et du dessin de presse) sur un temps aussi long, est un risque éditorial important.

Comme le souligne B. Delforce, le travail du journaliste était déjà une co-construction avec son lectorat : « *L'approche par la notion de « discours sociaux » invite à voir les processus de construction plutôt comme des processus de « co-construction » entre journalistes et acteurs sociaux, voire entre acteurs sociaux eux-mêmes, dont les discours se configurent et se reconfigurent, de façon dialogique, dans des stratégies de rapprochement/différenciation mutuelles.* ». La version numérique fait évoluer les formes et les rapports, mais les processus de configuration et reconfiguration des discours existaient déjà.

Le *CE* préfère donc accepter un décalage temporel susceptible de lui faire perdre des lecteurs (notamment les « *canetons expatriés* » qui reçoivent le journal avec plusieurs jours de retard). Assumer ce « retard » dans le traitement de l'information n'est pas si aisé, tant la concurrence sur la diffusion de l'information a beaucoup à voir avec la faculté d'être les premiers à diffuser ou commenter. En 2010, rares sont les hebdomadaires ou autres périodiques, qui n'ont pas profité des nouvelles possibilités offertes par un site Internet pour proposer des actualisations, des ajouts par rapport à la version papier.

Plus étonnant peut-être, mais assurément autre élément à considérer avec attention : le refus de gérer un flux de réactions par le biais d'un blog ou autre possibilité pour le lecteur de commenter sur le site de l'hebdomadaire un article. L'hebdomadaire coupe court à une nou-

velle forme de circulation de l'information, de la construction et de la co-construction des discours publics.

Ce positionnement singulier amène à interroger un habitus qui s'est développé avec la mise en ligne de l'information. La possibilité de réagir de manière quasiment instantanée est déjà une nouvelle donne très importante dans la construction de la relation d'un média avec son public, mais le fait que cette intervention puisse apparaître tout aussi rapidement dans l'espace public (avec l'instauration de quelques « médiations » qui posent aussi question), est une modification tout aussi importante de la circulation des discours dans l'espace public. Or ces deux modifications fondamentales se sont installées dans le paysage médiatique sans que ses conséquences soient clairement identifiées. Le retrait volontaire de l'hebdomadaire satirique sera, au moins, l'occasion d'envisager ce qu'implique la présence rendue visible des lecteurs sur le site des journaux d'information générale.

Le CE maintient donc un rapport distancié au lecteur. La connivence qui s'établit par le biais de l'écriture satirique ne saurait se confondre avec une mise en scène publique des interactions. Ce modèle de développement, que l'on retrouve sur la plupart des sites spécialisés dans « l'information générale », et notamment les plus récents sites de « pure players » c'est-à-dire ne proposant qu'une version électronique (citons *Mediapart*, *Backchich* ou *Rue 89* par exemple dont les modèles économiques sont comparés par A. Ramrajsingh, 2010), n'est pas du tout envisagé au CE, comme nous l'a confirmé J-F Julliard. Si un site comme *Mediapart* est considéré comme un concurrent, puisque affichant une très ambitieuse ligne éditoriale (un onglet, sur le site, en propose une version de six pages), l'entrée dans ce mode de circulation des informations, notamment par le biais de blogs d'abonnés qui se répondent, induit également un autre rapport à la parole « légitime » en information et au rôle social et pénalement responsable d'intervenants qui ne sont pas protégés par le statut de journaliste (voir les difficultés rencontrées par les « lanceurs d'alertes » de *Mediapart*).

En attendant d'être lui-même actif sur le web, l'hebdomadaire est bien sûr attentif aux « reprises » des informations qu'il délivre dans sa version papier, comme nous le confirme J-F Julliard. Ainsi, l'utilisation récente de Twitter pour annoncer, dès le mardi, des sujets qui seront traités dans la version papier disponible le mercredi pour le grand public, témoigne de l'intérêt porté à l'accélération et la possible amplification de circulation des informations délivrées par le CE.

3 Un positionnement déontologique

Dans la presse écrite grand public, il ne restait en 2010 que 4 parutions régulières à caractère clairement satirique, classification assez difficile à établir et que nous ne pouvons exposer ici, (trois ouvrages nous ont particulièrement éclairés : Charaudeau, 2006, Jankélévitch, 1964, et Angenot, 1982) : *Le Canard enchaîné*, *Charlie Hebdo* (hebdomadaire également), *Siné Hebdo*, né d'une scission à *Charlie Hebdo*, et *Le Plan B* (bimestriel). *Le Plan B* a cessé de paraître en mars 2010 et le site internet "www.leplanb.org" a fermé en 2010. *Charlie Hebdo* a, comme la quasi totalité de ses confrères de la presse écrite, choisi de proposer également une version électronique de son hebdomadaire, comme le désormais mensuel *Siné Hebdo*, après quelques interruptions. Seul le CE n'avait pas franchi le pas en 2010, c'est toujours le cas en avril 2014.

L'ensemble de la presse écrite est aujourd'hui convaincue de l'importance de la diffusion et de la circulation de l'information sur le web et de l'impact que ce média peut avoir en s'installant peu à peu dans le paysage médiatique. La liberté de ton y semble a priori plus grande, la circulation de l'information plus rapide : autant d'atouts favorables au discours satirique.

L'accès aux discours satiriques sur Internet comporte cependant un certain nombre de difficultés, et tout d'abord celle de l'identification et du repérage de ce type de discours. Or, finalement, le nombre de sites rapidement repérables n'a rien d'impressionnant. A titre d'exemple, le

moteur de recherche *Google* pour les mots-clés « actualité satirique » renvoie en tête de liste sur le site « *Meilleurs-sites.net* » qui ne propose qu'une dizaine de sites (recherche effectuée le 24/6/2010). Entre les sites non actualisés depuis plusieurs années, ceux relevant clairement de l'humour ou du grotesque, ou ceux ouvertement racistes et antisémites et non satiriques, le choix offert était donc bien pauvre.

Deux sites se présentaient comme des journaux satiriques et sont plus proches, à première vue, du *CE* : www.bakchich.info et www.desinformations.com. Le site www.bakchich.info se revendique également satirique, il est sous-titré, en page d'accueil, avec cette formule : « *Satire juste* ». Le bandeau d'accueil présente des onglets « *Enquête* », « *Info* » et « *Mauvais esprit* ». Certains contenus pourraient donc être rapprochés du *CE*. Par contre, dans le modèle économique adopté, le site présente une particularité qui le distingue clairement du *CE* : à la fin des articles, il lance un appel aux dons pour soutenir son activité : « *Vous avez aimé cet article ? Soutenez Bakchich !* ». Or, au *CE*, l'indépendance et l'autonomie financière, assurée exclusivement par les ventes de l'hebdomadaire, sont constitutives du support d'information.

Pour le second site, la page d'accueil le définit comme « satirique », mais formule une différence de positionnement fondamentale par rapport au *CE*. En effet, le site se présente comme rejetant la possibilité de délivrer des informations : « *Le web-journal satirique francophone dont toutes les informations sont fausses* ». Rien à voir donc, dans cette affirmation, avec la volonté au *CE* (comme nous le constatons dans le corpus et comme les entretiens avec des journalistes nous l'ont confirmé), d'être une source d'informations.

En avril 2014, ces sites existent toujours. D'autres sont apparus et se font réciproquement échos par le biais de rubriques, intitulées « *Copinages* » par exemple. Deux sites nous paraissent davantage préfigurer ce que pourrait être un site internet « actif » du *CE* : www.fakirpresse.info ou www.cqfd-journal.org. De manière très paradoxale, ils lient tous deux leur avenir à la possibilité de continuer à pouvoir en acheter une version papier. Pour le premier, l'appel est très clair : « *Pour 3€, lisez, découvrez, retrouvez le journal Fakir en kiosques ou alors abonnez-vous ! Car on ne peut réaliser des enquêtes, des reportages, que parce qu'il est acheté* ». Pour *CQFD* un slogan, qui est aussi un lien hypertexte renvoyant à des formules d'abonnement, explique au passage le décalage entre version papier et version numérique : « *Pourquoi mettez-vous les articles en retard sur le site ? Parce que sans papier, pas d'octets* ».

La mise au point du *CE* n'est pas non plus dénuée d'ambiguïtés. La une du journal est accessible tout de même et on annonce la volonté d'enrichir le contenu : « *avec une rubrique historique, et, peut-être, un accès aux archives* ». Autrement dit, si le refus concerne l'actualité récente, la volonté semble présente de s'inscrire « dans le temps ». Le refus de s'inscrire dans la circulation médiatique très réactive de l'information sur Internet se double donc du souhait de s'y inscrire comme référence « historique ». Or, si la plupart des journaux en ligne ont adopté un système d'archives de ce type, il ne fait qu'accompagner la présence de l'actualité.

Relevons cependant ce positionnement particulier de l'hebdomadaire : il dissocie l'information diffusée par le biais de la presse écrite de l'information circulant sur ce nouveau média que constitue Internet, refusant d'y voir une sorte de continuité ou de relais « naturel ». La version Internet n'est pas considérée comme une simple adaptation ou une variante de la première.

En 2014, le 5 mars exactement, les lignes bougent pourtant un peu à l'occasion de la découverte des enregistrements « cachés » de Nicolas Sarkozy par son conseiller en communication, Patrick Buisson. Il s'agit, finalement, d'une première : la diffusion en ligne d'une information inédite en version papier de l'hebdomadaire. Intitulé : « *Sarko enregistré à son insu : un micro était caché dans le Buisson* », quelques lignes de textes annoncent la mise en ligne de deux « morceaux choisis » de ces enregistrements.

Le site Internet propose, en plus d'un récapitulatif des « unes » de l'hebdomadaire, un encadré intitulé « *Sarkoleak* », titre qui parodie l'affaire « WikiLeaks », ce site qui souhaite porter dans l'espace public, par souci de « transparence », de manière non identifiable et sécurisée, des documents témoignant de réalités sociale, politique ou militaire, qui nous seraient cachées. Ces documents sont non seulement diffusés mais peuvent être commentés et « corrigés », selon le principe des sites de mise en commun de type wikipedia.

Or, le *CE*, sur cette affaire de « fuites d'informations » avait eu l'occasion de consacrer un éditorial intitulé « *Droit de fuites* », le 1/12/2010. L'argumentation était assez mesurée, soulignant dans un premier temps l'aspect positif : « *La transparence, on en veut, on en redemande et on ne va pas se plaindre, surtout ici, d'une telle manne* ». Cependant, l'avalanche de « révélations » incitait déjà à la prudence : « *Pourtant, devant cette soudaine profusion, tel le caviar qui devient moins bon à la pelle qu'à la petite cuillère, on en vient presque à trouver le résultat décevant.* ». L'éditorialiste critique finalement un tri insuffisant, rappelle la nécessité de conserver pour tout gouvernement, comme tout un chacun, le droit de pouvoir « *s'exprimer, discuter, négocier, réfléchir avec une part de confidentialité.* ». Enfin, le fait que la superpuissance américaine, avec les systèmes informatiques les mieux protégés du monde soit « *à la merci des facéties d'un soldat qui s'ennuie* » est, selon lui, le point le plus inquiétant.

Ces explications soulignent en creux la responsabilité assumée par un journaliste qui décide de faire apparaître des informations dans l'espace public (Lemieux, 2000 et Ruellan, 2007). Le refus de la version numérique n'est pas un simple rejet d'une forme de modernité : la lecture d'un certain nombre de métadiscours sur ses propres pratiques confirme un véritable choix de rester sur un positionnement « décalé » par rapport aux habitudes contemporaines de circulation de l'information. Les explications du *CE* viennent confirmer qu'il s'agit surtout de statuer sur ce qui est secret et ce qui ne peut le rester, ce qui relève ou non de la sphère privée, et la légitimité de celui qui vient laisser trace sur un site qui délivre de l'information : « *La révolution technique servirait de révélateur à la révolution comportementale : blogs, forums, chats, réseaux sociaux ou wiki en tout genre permettant à chaque citoyen de passer du statut de simple récepteur à celui d'émetteur récepteur (User Generated Content)* » (Sonnac, 2009). Les médias traditionnels doivent s'inscrire dans ce nouvel environnement, il leur reste à fixer des limites et trouver un équilibre économique.

Le Canard enchaîné s'est positionné, en 2010, dans un rôle d'observateur prudent et inquiet des dérives possibles, un rôle de vigie, qui attend avant de choisir la bonne voie au milieu de ces bouleversements et de ces accélérations de la circulation des discours. L'organisation économique et sociale des médias, en pleine mutation, impose de nouveaux choix et de nouveaux modèles de développement qui doivent tenir compte des nouvelles caractéristiques de circulation de l'information (Rebillard, 2011). Elles associent l'interactivité, le partage et, souvent, la gratuité, ce qui pose la question de l'équilibre économique et de l'indépendance financière de la parution.

L'un des arguments clairement avancé est la question de la protection des sources, régulièrement évoquée en 2010 dans l'hebdomadaire, et réapparaissant à l'occasion de quelques « affaires » emblématiques comme l'écoute de journalistes du journal *Le Monde* ou l'affaire WikiLeaks. Le traitement de « l'affaire Woerth-Bettencourt » offrira également l'occasion de préciser à quel point la vigilance dans le traitement d'informations circulant de plus en plus rapidement, est un point essentiel, y compris pour une parution satirique.

Il s'agit de trouver un équilibre entre le « caché » et ce qui doit être révélé dans l'espace public. Le positionnement de l'hebdomadaire est fondé sur la nécessité de préserver des sources sans lesquelles ce qui est « caché » ne peut accéder à l'espace public, afin de permettre, paradoxalement, d'éclairer autrement des enjeux publics. Il n'y aurait guère d'intérêt à rejoindre le

« mainstream médiatique » (Marty, 2012) et l'enjeu est de conserver à la fois originalité, fiabilité des sources et de l'information, et, bien sûr, indépendance.

L'écriture satirique participe à cette construction d'une médiation particulière, qui s'est construite dans la durée, mais semble encore hésiter face aux implications d'une inscription dans une autre forme de circulation de l'information.

Bibliographie :

Angenot M. (1982), *La parole pamphlétaire*, Payot, Paris.

Charaudeau P. (2006), « Des catégories pour l'humour ? », in *Questions de communication* 10.

Charon J-M. (2010), « De la presse imprimée à la presse numérique. Le débat français », in *Réseaux*, n° 160-161, pp. 256-281, Paris, La Découverte.

Delforce B. (2004), « Le constructivisme : une approche pertinente du journalisme », *Questions de communication* 6.

Dacheux E. (2008), « L'espace public : un concept clef de la démocratie », in *L'espace public*, Les Essentiels d'Hermès, Paris, CNRS Editions.

Habermas J. (1978), *L'Espace public*, Paris, Payot.

Habermas J. (1987), *Théorie de l'agir communicationnel*, Paris, Fayard.

Jankélévitch V. (1964), *L'Ironie*, Flammarion.

Kellner C., Massou L., Pierre Morelli P. (2010), « (Re)penser le non-usage des tic », *Questions de communication* [Online], 18 | 2010.

Lemieux C. (2000), *Mauvaise presse*, Paris, Métailié.

Martin L. (2001), *Le Canard enchaîné*, Paris, Flammarion.

Martin L. (2009), « Le rire est une arme. L'humour et la satire dans la stratégie argumentative du *Canard enchaîné* », *A contrario*, n° 12, Editions Antipodes, Lausanne.

Marty E. *et al.* (2012), « Diversité et concentration de l'information sur le web », *Réseaux* 6/2012, n°176, p. 27-72 URL:www.cairn.info/revue-reseaux-2012-6-page-27.htm.

Miège B. (2010), *L'espace public contemporain*, Grenoble : PUG.

Rebillard F. (2011), « Du Web 2.0 au Web2 : fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux socionumériques », *Hermès*, La Revue, 2011/1, n° 59.

Ramrajsingh A. (2011), « Les pure players d'information générale : support technologique, idéal journalistique, structure et discours économiques », *Les Enjeux de l'information et de la communication* 1/2011, p. 112-131.

Ruellan D. (2007), *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, réédition de l'ouvrage de 1993, Presses Universitaires de Grenoble.

Sonnac N. (2009), « L'économie de la presse : vers un nouveau modèle d'affaires », *Les Cahiers du journalisme* n°20, Automne 2009.

Veron E. (1988), « Presse écrite et théorie des discours sociaux : production, réception, régulation », in *La presse, produit, production, réception, régulation*. P. Charaudeau, Paris, Hatier.