

**Les pratiques professionnelles des journalistes de la PQR (Presse Quotidienne Régionale) : analyse de quelques permanences et de certaines évolutions à travers le cas de *La Dépêche du Midi*.**

Il s'agira, à travers l'étude des pratiques professionnelles des journalistes d'un titre de la PQR, d'examiner les pressions au changement concomitantes à l'établissement d'une version numérique du journal et la façon dont elles sont reçues. Nous nous apercevrons ainsi que les singularités du journalisme local provoquent des conflits entre des logiques et des injonctions contradictoires que les pratiques professionnelles tentent de résoudre empiriquement. Notre conclusion est que le journalisme local, du fait de ses particularités, est soumis à un contexte schizo-phrénique qui vient redoubler les troubles identitaires de la profession à l'heure du numérique et des pressions à l'augmentation de la productivité, déjà largement analysés par la littérature scientifique.

Le monde du journalisme, et celui de la presse écrite en particulier, connaissent de profonds bouleversements, tant du point de vue du contexte socio-économique dans lequel ils s'inscrivent que de celui des conditions socio-techniques qui encadrent l'exercice de leurs membres (Bouquillion, 2008 ; Charron, De Bonville, 2004). Cependant, malgré des éléments mythologiques définissant une identité partagée forte (Le Bohec, 2000), ils sont traversés par des pratiques très diverses selon les types de médias. Les organisations médiatiques sont non seulement singularisées par leur histoire, leur positionnement éditorial respectif, mais aussi par des configurations politico-économiques incluant des facteurs sociaux et individuels (Bousquet, 2014). Leur rapport au territoire, entendu comme « *du sens donné à du lieu par du lien* » (Boure, Lefebvre, 2000), est également un élément à ne pas négliger pour comprendre l'identité des médias et le travail demandé aux journalistes.

C'est la raison pour laquelle le passage par l'étude d'un cas particulier nous semble indispensable pour envisager la situation des pratiques professionnelles journalistiques à l'heure de la production multi-supports (Gestin et al., 2009), avant toute tentative de montée en généralité.

Le cas des journalistes de la PQR (Presse Quotidienne Régionale) nous semble par ailleurs particulièrement intéressant car leur nombre, ainsi que la forte présence sociale des journaux pour lesquels ils travaillent, sont inversement proportionnels à l'importance symbolique qui leur est accordée. Même s'ils traversent une crise similaire à celle qui agite leurs homologues nationaux, les titres de la PQR bénéficient d'une diffusion incomparablement plus élevée qu'eux. Pour 100 quotidiens vendus, plus de 80 sont en effet des journaux régionaux. De même, si l'on additionne les chiffres de consultation des sites internet de l'ensemble de la PQR, ils dépassent très largement ceux de la PQN. Enfin, le nombre de journalistes travaillant en province pour la presse quotidienne est également bien plus élevé que celui exerçant en région parisienne. L'une des explications de leur manque de reconnaissance par les intellectuels médiatiques (Rieffel, 1992) mais aussi par le monde académique réside cependant peut-être dans le type de journalisme pratiqué, différent, comment nous le verrons, de celui qui est considéré comme le plus légitime par la profession elle-même.

Néanmoins, les changements qui sont en train de s'opérer dans les rédactions de ces titres nous paraissent fondamentaux, non seulement parce qu'ils permettent d'opérer une comparaison avec ceux repérés dans la presse nationale française ou étrangère, mais en plus parce qu'ils font apparaître les caractéristiques propres d'une partie du journalisme souvent ignorées.

Ainsi, à travers l'exemple du travail supplémentaire demandé pour alimenter un dispositif numérique proposant un journal dématérialisé et enrichi à destination des supports mobiles (*La Dépêche*

*Premium*), nous étudierons les pratiques professionnelles des journalistes des rédactions locales de *La Dépêche du Midi* dans trois départements de Midi-Pyrénées (Ariège, Haute-Garonne, Tarn-et-Garonne).

Méthodologiquement, notre travail prend en compte les particularités épistémologiques de l'étude des médias et des pratiques médiatiques en sciences de l'information et de la communication qui impliquent de ne pas séparer l'étude de la production du discours, de sa forme et de son contenu car « *les contraintes de types linguistiques et sociologiques, bien loin d'être étrangères, s'emboîtent* » (de la Haye, 2005, {1985} p.51). Nous empruntons donc tout à la fois à la sociologie du journalisme et à l'analyse sémio-pragmatique des messages produits et des dispositifs dans lesquels ils s'insèrent.

Notre travail a été réalisé à partir d'entretiens semi-directifs avec des journalistes et des cadres dirigeants du journal, ainsi que par l'intermédiaire d'une analyse comparative des différentes productions médiatiques réalisées avec l'étiquette « *Dépêche du midi* » pour différents supports.

Pour commencer nous examinerons les particularités des pratiques professionnelles des journalistes de la PQR et en particulier de ceux de *La Dépêche du Midi*. Nous nous apercevons qu'ils entretiennent un rapport particulier à leur environnement, que nous pourrions qualifier de proximité (Le Bart, Lefebvre, 2005), et qu'ils développent en outre une relation de dépendance aux autorités traditionnelles qui peuvent être considérées comme leurs sources privilégiées.

Dans un second temps, nous constaterons que les nouvelles contraintes que la direction du journal tente d'imposer, par l'intermédiaire du dispositif *Premium* et de la mise en ligne de tout le contenu du journal papier, rencontrent de fortes résistances de la part des journalistes qui en négocient l'application mais entraînent néanmoins des évolutions dans les pratiques professionnelles.

Enfin, dans une troisième partie conclusive, nous mettrons ces résultats en perspectives avec ceux obtenus dans d'autres études et en particulier ceux qui concernent les évolutions du journalisme constatés par Jean Charron et Jean De Bonville (2004) concernant le journalisme de marché s'exerçant dans un contexte hyperconcurrentiel.

### *Un journalisme sous contrainte*

Journal naissant en 1947, mais héritier de l'histoire, des biens et des pratiques de *La Dépêche de Toulouse*<sup>1</sup>, organe phare du radicalisme de l'entre-deux-guerres, *La Dépêche du midi* entame en 2006 une nouvelle phase de son développement sur internet. Après avoir testé un modèle payant, la direction décide de s'essayer au « tout gratuit » et de tenter de développer son audience pour en faire un acteur important de l'information en ligne. Pour cela, tous les articles produits pour les 17 éditions papier du journal du midi toulousain sont basculés en ligne, consultables gratuitement, et d'autres contenus, achetés à des agences spécialisées ou glanés sur internet et retravaillés par des techniciens informatiques, sont ajoutés. Le succès est au rendez-vous du point de vue de l'audience car désormais *ladepêche.fr* fait partie des 10 premiers sites français d'informations les plus consultés.

Cette évolution doit cependant être mise en perspective avec les pratiques journalistiques de la PQR car elle provoque des changements qui entrent en contradiction avec les manières de faire et les manières de voir des professionnels de l'information locale.

Marqués par un rapport particulier à la proximité et au terrain (Ringoot, Rochard, 2005), les journalistes de la presse régionale et locale possèdent en effet une représentation de leur identité professionnelle forte qui peut parfois rentrer en conflit avec certains changements que la direction tente d'imposer pour favoriser le bon fonctionnement de l'édition électronique. Les journalistes des ré-

---

<sup>1</sup> Interdit à la libération de Toulouse, en 1944, car accusé d'avoir fait l'apologie du régime de Vichy et d'avoir servi les intérêts de l'occupant durant la Seconde Guerre mondiale.

dactions départementales de *La Dépêche du midi* sont en particulier caractérisés par leur insertion, forte et ancienne, dans la société locale.

Les pages locales de la PQR sont le fruit du travail de rédacteurs, journalistes ou correspondants, qui vivent dans le territoire sur lequel ils écrivent et qui entretiennent un lien privilégié avec leurs sources. Il n'existe que peu de distance entre ces individus, que chacun connaît et qui sont présents à toutes les manifestations et lors de tous les événements, et les acteurs politiques, économiques ou associatifs qui font l'actualité. La distance est encore plus faible lorsqu'il s'agit de correspondants qui, par l'intermédiaire des technologies de l'information et de la communication, sont de plus en plus éloignés des rédactions et de leurs logiques. L'insertion dans la société locale est pour eux une obligation pouvant d'ailleurs conditionner leur recrutement. Comme le note Christophe Gimbert, ils se sentent au service de la communauté et de sa cohésion bien plus qu'au service du journal (2012). Le nombre de correspondants dans la PQR étant estimé à plus de 25 000 (Charon, 2010) et par ailleurs plutôt en augmentation, on se rend compte que le contenu des pages locales est quasi intégralement de leur fait. Les journalistes, présents dans les rédactions départementales, ne sont cependant pas dans une situation bien différente. Ils sont dépendants des sources locales pour effectuer leur travail et ne peuvent s'en couper sous peine de compliquer sérieusement leur tâche quotidienne.

En tant que membres de la société locale, ils en épousent souvent la cause. Nous avons retrouvé dans nombre d'entretiens des propos pouvant être assimilés à du militantisme territorial. Cette proximité avec leurs sources entraîne également des résistances face à des changements dans les méthodes de travail pouvant leur être demandé par la direction. Ces journalistes écrivent en effet en priorité pour un lectorat qu'ils ont l'impression de connaître personnellement et qu'ils assimilent à ceux qui leur donnent l'information. Ainsi tant pour le type de sujet traité que pour les modes de traitement une volonté de ne pas faire évoluer le contenu se remarque. Les réalisations multimédiatiques pouvant leur être demandé pour l'alimentation du site web entrent par exemple en contradiction avec les retours qu'ils peuvent avoir de la part de leurs informateurs-lecteurs qui ne s'intéressent que très peu à ce type de support. De même, les sujets traités les plus fréquemment comportent une dimension institutionnelle qui insiste sur la cohésion des sociétés locales et sur les événements organisés par les élites traditionnelles qui entrent en contradiction avec les impératifs d'audience en ligne qui imposent davantage d'irruption d'inattendu.

Outre ce lien de proximité, des raisons plus organisationnelles et structurelles expliquent l'importance des pouvoirs traditionnels dans le travail des journalistes locaux.

Il existe d'abord une dépendance économique envers les pouvoirs locaux qui est visible au quotidien. Ces derniers sont en effet des annonceurs extrêmement vigilants car concernés par la couverture de l'information. La régie publicitaire des grands régionaux connaît par exemple parfaitement l'importance des collectivités territoriales, de la grande distribution et des associations de commerçants pour ses recettes. Associés à la plupart des événements sportifs et culturels, les collectivités territoriales sont des annonceurs et des partenaires privilégiés pour la PQR. En retour, les élus et les chefs de service sont aussi des observateurs très attentifs au traitement de l'information et au sort qui leur est réservé. Christian Le Bart, s'intéressant aux maires, explique que ceux-ci sont extrêmement sensibles à toute information concernant leur commune et qu'ils sont, non seulement des lecteurs très pointilleux de l'information locale médiatisée, mais qu'en outre ils n'hésitent pas à interpellier directement le journaliste ou le correspondant responsable d'un article leur ayant déplu (1992).

De façon plus globale, la tendance à la communication généralisée entraîne une inversion dans les rapports de force entre la presse et ses principales sources. Ce mouvement, en marche depuis les années 1920 aux Etats-Unis, décrit notamment par Michael Schudson qui montre le rôle croissant des spécialistes des « *public relations* » fournissant des informations prêtes à publier (1978), se répand et devient partout visible. Depuis les années 1970, toutes les organisations, publiques comme privées, développent des services de communication de plus en plus étoffés. Ces derniers ont des fonctions élargies allant de la communication interne à l'événementiel, mais une part non négli-

geable de leurs activités est consacrée aux relations avec la presse et à la communication à destination directe de la société. Ils réclament donc un rôle d'information en direction des citoyens. Cela est particulièrement vrai dans les collectivités territoriales depuis les lois de décentralisation (Ollivier-Yaniv, 2001, p.93), mais c'est également le cas pour nombre d'entreprises ou d'associations œuvrant sur des territoires infranationaux, ou ayant découpé de la sorte leurs zones d'activité. Isabelle Paillart note que « *la présence d'attachés de presse a ainsi augmenté les liens entre la PQR et les divers acteurs locaux qui possèdent parfois des moyens très importants de communication* » (1993, p.128). Philip Schlesinger parle à ce propos de « *professionnalisation des sources* », qui sont désormais en capacité d'analyser et d'anticiper les réactions des journalistes et de leur fournir ce dont ils ont besoin au moment où ils en ont besoin (1992). Du point de vue de l'information, les nouvelles qui relèvent de ce qu'Harvey Molotch et Marilyn Lester appellent des « *événements de routine* » (1996), à savoir des événements organisés par des acteurs qui en assurent la promotion, occupent donc une place très importante dans la PQR.

Une certaine cogestion de l'information locale existe ainsi entre la PQR et les pouvoirs locaux en général. Structurellement, la presse locale a toujours été plus contrôlée, car plus proche et plus visible des pouvoirs que la presse nationale (Feyel, 2000). Dotée rapidement de titres plus nombreux et dans un lien de proximité moins structurel, la presse nationale a pu bénéficier de davantage de liberté. Aujourd'hui, en raison de son rôle et de sa situation de monopole, la PQR est sous l'œil constant des principaux responsables des collectivités territoriales qui scrutent quotidiennement son contenu (Ollivier-Yaniv, 2001, p.96).

Ainsi, les impératifs d'audience imposés par le passage en ligne sont souvent incompatibles avec l'insertion des journalistes dans les sociétés locales et en particulier avec les demandes des élites politiques, économiques et sociales, primordiales dans la fabrique de l'information (Frisque, 2010). Deux logiques, fortement contradictoires, contraignent donc le travail des journalistes de la PQR, mais la plus ancienne, celle issue du local, leur semble plus légitime que la nouvelle.

Après une première étape débutant en 2006 et ayant conduit La Dépêche du Midi à proposer un contenu en ligne gratuit et augmenté, une seconde stratégie numérique est en place depuis l'automne 2012, associant plus étroitement la rédaction en lui demandant de faire évoluer ses pratiques et tentant de valoriser financièrement son travail.

#### « *Premium* », une pression au changement

L'offre dite « *Premium* », désormais proposée aux lecteurs du web, est ainsi constituée de deux services, dont les objectifs sont de monétiser le travail des journalistes des différentes rédactions et de l'enrichir en leur demandant d'y intégrer de nouvelles facettes. Le premier service est une version numérique, agrémentée de contenus audiovisuels et photographiques, de la version papier pour les appareils connectés mobiles. Le lecteur abonné choisit l'une des éditions du journal papier et y accède sur son terminal. Disponible dès septembre 2012, ce service est innovant, car il fait de *La Dépêche du Midi* l'un des premiers titres français à proposer ce type de contenu enrichi, permettant de cliquer sur une vidéo insérée dans la mise en page papier sous forme électronique. Mais c'est surtout le deuxième service qui constitue une nouveauté dans le paysage de la presse française.

Il s'agit d'un *filnews*, réservé aux abonnés, sur lequel les journalistes des différentes agences et rédactions peuvent poster des informations, des photos, des vidéos, voire des liens hypertextes. Cet outil a plusieurs usages et est contrôlé centralement à Toulouse. Outre son orientation à destination des lecteurs abonnés, il est aussi présenté aux journalistes comme un instrument interne de communication entre les rédactions locales et la rédaction toulousaine. Depuis sa mise en service, il est imposé aux agences locales pour envoyer chaque matin, après la réunion de rédaction, la liste de tous les sujets qui doivent être traités dans l'édition du lendemain. Cette obligation permet de la sorte une alimentation du *filnews* sans qu'il soit besoin de la présenter comme une nouvelle charge éditoriale.

Deux axes principaux se dégagent des demandes aux journalistes résultant de la mise en place de « Premium » : l'instantanéité et la multi-activité à travers une pratique désormais multimédia<sup>2</sup>. Le principal résultat est une fracture générationnelle et surtout statutaire au sein de la rédaction.

La cassure est d'abord générationnelle, car on s'aperçoit, qu'à l'exception des chefs d'agences, ceux qui pratiquent la vidéo ont tous moins de 50 ans<sup>3</sup> et font la plupart du temps parti de la minorité la plus jeune<sup>4</sup>. Selon certains propos que nous avons recueillis, ce nouvel usage professionnel est vu par ceux le pratiquant comme une opportunité de promotion, interne mais surtout externe, dans la perspective d'intégrer un jour une autre rédaction. « *Apprendre à faire des sujets filmés est une opportunité d'apprendre une pratique que je pourrais faire valoir. Comme ils (nda : La Dépêche) ne me garderont pas...* » (journaliste en CDD, interrogée en février 2013). Statutaire, car ce sont en grande majorité les pigistes et les journalistes en contrat à durée déterminée qui produisent le plus, à la fois pour le *filnews* et pour le contenu vidéo<sup>5</sup>. Là encore, les motivations sont claires, tenter de rester dans le journal ou acquérir une pratique professionnelle valorisable sur le marché de l'emploi. La situation que décrivent Valérie Croissant et Annelise Touboul d'un point de vue général rencontre celle observée à *La Dépêche du Midi* : « *les positions se tendent entre les partisans d'une pratique professionnelle experte, s'appuyant sur des acquis historiques et ceux qui prônent l'adaptation totale aux outils.* » (2013, p.261).

Ces tendances, aussi bien du point de vue des demandes de la direction que de celles des réponses apportées par les journalistes à celles-ci s'inscrivent dans des tendances générales mais comportent également des particularités propres aux pratiques professionnelles dans la presse régionale et locale.

### *Conclusion : du singulier dans un contexte global*

Plusieurs études analysent les changements en cours dans le domaine de la fabrication et de la transmission de l'information et concluent à des tendances lourdes en direction de ce que certains dénoncent comme un « *journalisme de marché* ». Depuis de nombreuses années, des chercheurs américains développent des idées similaires. Jeremy Tunstall, en 1971, parle d'une différence entre les entreprises de presse et les entreprises de production de l'information, ces dernières, obsédées par la rentabilité, ayant tendance à prendre le pas sur les premières<sup>6</sup>. Michael Schudson, dans sa proposition de différencier « *story* » et « *information* »<sup>7</sup>, en arrive à la conclusion que les deux sont en train de s'éloigner de plus en plus et que la seconde devient une simple niche (1978). À leur suite, les chercheurs québécois Jean de Bonville et Jean Charron élaborent un véritable modèle de ce qu'ils interprètent comme un changement de paradigme entre le journalisme d'information et le

---

<sup>2</sup> Que l'on peut aussi appeler « journalisme multi-supports » (Ruellan, Langonne, 2012).

<sup>3</sup> C'est en tout cas ce que permet d'affirmer une analyse des noms des journalistes postant des vidéos pour les deux départements de l'Ariège et du Tarn-et-Garonne que nous connaissons le mieux.

<sup>4</sup> Depuis une dizaine d'années, le titre ne recrute pas un seul journaliste en CDI, tant et si bien que la pyramide des âges est aujourd'hui complètement inversée avec une base de 45 % des titulaires ayant plus de 50 ans et moins de 15 % ayant moins de 35 ans (chiffres fournis par la direction lors de l'annonce aux salariés du « Plan Fitness » dans un tableau intitulé « Bilan social 2012 »).

<sup>5</sup> Notons que ces journalistes précaires ont les caractéristiques décrites par Rémy Rieffel dans son étude sur l'évolution de la profession (2003), notamment en ce qui concerne leur forte féminisation.

<sup>6</sup> Les entreprises de production de l'information accordent la priorité aux informations à visée d'audience et aux informations qui permettent de développer les marchés publicitaires car elles peuvent être mises en lien avec les annonces. Elles entretiennent aussi une relation de proximité avec les sources (Tunstall, 1971).

<sup>7</sup> Les « *news* » sont des informations de plus en plus surplombantes et analytiques, que développe un nombre de plus en plus limité de médias, à destination d'un public restreint. Les « *stories* », au contraire, sont marquées par des formats réduits, la mise en avant d'informations à fort potentiel émotionnel et le primat du descriptif sur l'analytique. Elles correspondent à une prise en compte croissante des impératifs d'audience et de rentabilité (Schudson, 1978).

journalisme de communication (2004). Leur synthèse est probablement la plus complète et nous nous référerons à leurs résultats pour les comparer à ceux de notre étude.

Le système général qu'ils décrivent se caractérise par une domination de plus en plus importante des logiques économiques (que nous constatons dès les années 1960 dans la PQR française), s'accroissant fortement avec le développement d'internet car il met en place une hyperconcurrence entre tous les producteurs d'informations. Trois conséquences majeures résultent de cette prépondérance des facteurs économiques dans les choix effectués par les directions des journaux :

- la priorité donnée à toutes les informations qui peuvent maximiser l'audience et donc aux « *soft-news* », ces actualités-loisirs, légères et sans implication politique et sociale.
- la perte d'autonomie des rédactions par rapport à la gestion et au marketing.
- la précarisation et la pressurisation de la main d'œuvre journalistique.

Ces trois constats recoupent très largement ceux de notre étude. Les évolutions que nous observons, notamment du point de vue de la situation des journalistes, s'intègrent donc parfaitement dans le paradigme du « journalisme de communication ». Nous remarquons par exemple que les journalistes sont désormais individuellement pris dans le système de la concurrence et de la course à l'audience car chaque article mis en ligne est évalué aux nombres de « clics » qu'il reçoit. Pour exister, les journalistes doivent donc épouser le même système de pensée que celui des cadres dirigeants.

Cependant, l'analyse de la configuration précise dans laquelle se situe un acteur particulier permet de constater qu'il existe, à côté de la continuité de l'évolution générale, d'autres logiques, d'autres directions que nous jugeons très importantes pour ceux qui fabriquent et font circuler l'information infranationale depuis la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle. Elles peuvent parfois nuancer, voire être en contradiction, avec un modèle trop général.

La plus saisissante des particularités est peut-être la confrontation au sein d'une même entreprise de deux logiques économiques, le monopole et l'hyper-concurrence, qui se traduit par un travail journalistique pris en tenaille. D'un côté la nécessité d'entretenir un réseau local et de cogérer l'information avec les autorités traditionnelles et de l'autre la volonté de répondre à une situation où l'information est soumise à une pression concurrentielle l'amenant à la fois au conformisme (circulation circulaire de l'information) et à la surenchère. Ainsi, nous assistons à la tension entre un discours général, au service de l'unité et du prévisible au niveau du local, et une mise en avant systématique de l'extraordinaire et d'un type de nouvelle (people, sportives, faits divers nationaux ou internationaux) présent sur tous les supports. Seul les faits divers locaux paraissent en mesure de répondre aux deux exigences.

Il existe donc une schizophrénie organisationnelle dans les titres de la PQR opérant leur transition numérique, bien plus importante que dans le reste de la presse. Elle entraîne chez leurs journalistes des tensions et des contradictions dans la pratique qui méritent ainsi une attention particulière et soutenue. La première approche présentée ici doit donc être poursuivie, singulièrement du côté d'une étude des productions journalistiques....

## *Bibliographie*

BOUQUILLON P. (2008), *Les Industries de la culture et de la communication, les stratégies du capitalisme*, Grenoble, PUG.

BOURE R., LEFEBVRE A. (2000), « Télévisions « locales » et territoires en mouvement : Vers un programme de recherches », *Hermès*, n°26-27, p. 265-282.

BOUSQUET F. (2014), *Pour une approche globale de l'information infranationale : éléments d'analyse du papier au numérique*, Mémoire d'HDR, Université Toulouse 3.

- CHARON J-M. (2010), « Les Correspondants locaux en France », *Mediatiques*, n°35, p.12-16.
- CHARRON J., DE BONVILLE J. (2004), « Le Journalisme et le marché : de la concurrence à l'hyperconcurrence », dans BRIN C., CHARRON J., DE BONVILLE J., *Nature et transformation du journalisme. Théorie et recherches empiriques*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, p. 273-316.
- CROISSANT V., TOUBOUL A. (2013), « Journalisme et Internet, 15 ans de discours d'ajustement », dans LEVRIER A., WRONA A. (dirs.), *Matière et esprit du journal*, Paris, PUPS, p. 251-262.
- DE LA HAYE Y. (2005 ; 1985), *Journalisme, mode d'emploi : Des manières d'écrire l'actualité*, Paris, L'Harmattan.
- FEYEL G. (2000), *L'Annonce et la Nouvelle : La presse d'information en France sous l'Ancien Régime (1630-1788)*, Oxford, Voltaire Foundation.
- FRISQUE C. (2010), « Une reconfiguration des espaces médiatiques et politiques locaux », *Revue Française de Science Politique*, Vol. 60 n°5, p. 951-973.
- GESTIN P., GIMBERT C., LE CAM F., RODHOMME-ALLEGRE M., ROCHARD Y., ROMEYER H., RUELLAN D. (2009), « La Production multisupports dans des groupes médiatiques français : premières remarques », *Les Cahiers du Journalisme*, n°20, p.84-95.
- GIMBERT C. (2012), « Le Correspondant, un amateur de local engagé par son territoire », *Sciences de la Société*, n°84-85, p.51-66.
- LE BART C. (1992), *La Rhétorique du Maire entrepreneur*, Paris, Pedone.
- LE BART C., LEFEBVRE R. (2005), « Présentation », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], N°77, mis en ligne le 31 janvier 2008, consulté le 02 janvier 2014. URL : <http://mots.revues.org/254>
- LE BOHEC J. (2000), *Les Mythes professionnels des journalistes. État des lieux en France*, Paris, L'Harmattan.
- MOLOTCH H., LESTER M. (1996 ; 1974), « Informer : une conduite délibérée de l'usage stratégique des événements », *Réseaux*, n° 75, p.23-41.
- OLLIVIER-YANIV C. (2001), « L'Indépendance des journalistes à l'épreuve du politique et de la communication : le localier, le chargé de communication et l'élu local », *Quaderni*, n° 45, p.87-104.
- PAILLIART I. (1993), *Les Territoires de la Communication*, Grenoble, PUG.
- RIEFFEL R. (1992), « Journalistes et intellectuels : une nouvelle configuration culturelle ? », *Réseaux*, n°51, P.11-24.
- RIEFFEL R. (2003), *La Profession de journaliste entre 1950 et 2000*, Hermès, n°35, p.49-60.
- RINGOOT R., ROCHARD Y. (2005), « Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques », *Mots*, n°77, p.73-90.
- SCHLESINGER P. (1992), « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme », *Réseaux*, n°51, p. 75-98.
- SCHUDSON M. (1978), *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*, New York, Basic Books.
- TUNSTALL J. (1971), *Journalists at Work: Specialist Correspondents, Their News Organizations, News-Sources and Competitor-Colleagues*, Londres, Constable & Robinson Limited.