

PRÉAMBULE.....	13
QUESTIONNEMENTS DE RECHERCHE	13
FIL ROUGE	14
PRÉCAUTIONS D'USAGE	17
À PEINE PUBLIÉE, DÉJÀ PÉRIMÉE ?	17
PARTICULARITÉ DU TERRAIN BELGE : L'ABSENCE DES <i>PURE PLAYERS</i>	18
DES JOURNALISTES TRADITIONNELS ?	19
CITER LES JOURNALISTES	20
PARTIE I : LA DÉMARCHE DE RECHERCHE.....	23
CHAPITRE 1 : MÉTHODOLOGIE.....	25
1.1 UNE DÉMARCHE ETHNOGRAPHIQUE.....	25
1.1.1 <i>La souplesse de la recherche qualitative</i>	25
1.1.2 <i>Quelques éléments conceptuels propres à l'ethnographie</i>	26
1.1.3 <i>À partir du point de vue des acteurs</i>	27
1.1.4 <i>Aborder le terrain du présent</i>	28
1.2 LES LIMITES DE LA RELATION ENTRE ENQUÊTEUR ET ENQUÊTÉS.....	29
1.3 ETHNOGRAPHIE ET JOURNALISME EN LIGNE.....	31
1.3.1 <i>Les atouts et inconvénients de l'ethnographie</i>	32
1.4 ENTRE ETHNOGRAPHIE ET THÉORISATION ANCRÉE	34
1.4.1 <i>De la théorie substantive à la théorie formelle</i>	36
1.5. DE LA THÉORIE AU TERRAIN : LES ÉTAPES DE LA DÉMARCHE ETHNOGRAPHIQUE	38
1.5.1. <i>Entretiens exploratoires</i>	38
1.5.1.1. Recueillir des données factuelles	39
1.5.1.2. Structurer nos questionnements	39
1.5.1.3. Sélectionner les rédactions pour la phase d'immersions.....	39
1.5.1.4. Établir un agenda : les vagues d'immersions et degrés d'implication.....	41
1.5.2. <i>Immersions semi-participantes</i>	43
1.5.2.1. Observations et interviews.....	43
1.5.2.2. Sélection des répondants.....	44
1.5.3. <i>Analyse des données de terrain</i>	45
1.5.3.1. Analyse assistée par ordinateur.....	46
1.5.3.2. Codification initiale : Analyse thématique.....	47
1.5.3.3. Une méthode évolutive et différenciée	48
1.5.3.4. Du repérage des thèmes évoqués au codage	48
1.5.3.5. Discussion sur la liste de codes thématiques.....	64
1.5.4. <i>Les catégories conceptualisantes</i>	66
1.5.5. <i>La comparaison</i>	67
1.5.5.1. Analyse de la relation entre certains thèmes et les attributs de la population interrogée.....	67
1.5.5.2. Critiques et difficultés de la méthode.....	70
1.6. UNE DÉMARCHE MULTIDIMENSIONNELLE : LA TRIANGULATION	71
1.6.2. <i>Du microcosme au macrocosme</i>	73
CHAPITRE 2 : CADRE THÉORIQUE	75

2.1. ÉPISTÉMOLOGIE COMPRÉHENSIVE	75
2.2. LA THÉORIE DES CONVENTIONS	77
2.2.1. Définition	78
2.2.2. Les limites de la théorie des conventions	78
CHAPITRE 3 : CONSTRUCTION DE L’OBJET DE RECHERCHE.....	81
3.1. CONCEVOIR UN JOURNALISME EN MUTATION	81
3.2. SOCIOLOGIE DES PROFESSIONS : LE WEB AU PRISME DES IDENTITÉS PROFESSIONNELLES	83
3.3. L’IDENTITÉ JOURNALISTIQUE : APPROCHE SOCIO-DISCURSIVE.....	85
3.4. LIRE L’IDENTITÉ DANS LES REPRÉSENTATIONS SOCIALES	89
3.5. LES VALEURS JOURNALISTIQUES	90
3.6. DU CONFLIT AU COMPROMIS	92
3.7. UN MODÈLE D’EXPLICATION DU CHANGEMENT	96
CHAPITRE 4 : ÉTAT DE L’ART	99
4.1. REVUE DE LA LITTÉRATURE D’UN POINT DE VUE CHRONOLOGIQUE	99
4.2. REVUE DE LA LITTÉRATURE PAR THÈMES	104
4.2.1. La technique.....	104
4.2.2. Les opérateurs de service public.....	105
4.2.3. Réception.....	106
4.2.4. Convergence et intégration.....	107
4.2.5. Les relations entre segments : représentations mutuelles.....	114
4.2.6. Les dérives amenées par le journalisme en ligne.....	115
4.2.7. Résistances face au mode de travail convergent.....	116
4.2.8. Journalisme participatif.....	118
PARTIE II : L’ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL.....	125
CHAPITRE 5 : CONTEXTE HISTORIQUE.....	127
5.1. CONTEXTE GÉNÉRAL.....	127
5.1.1. Journalisme(s) et crise(s).....	127
5.1.1.1. Crise actuelle	128
5.1.1.2. Une crise structurante	129
5.1.2. Leaders et suiveurs.....	129
5.1.2.1. Quelques précurseurs du journalisme en ligne.....	130
5.1.3. Les principaux changements	133
5.2. HISTORIQUE DES PRINCIPALES RÉDACTIONS INTERNET DE BELGIQUE FRANCOPHONE.....	137
5.2.1. Le Soir.....	137
5.2.2. La Libre Belgique et La Dernière Heure	143
5.2.3. La RTBF.....	146
5.2.4. RTL.....	152
5.2.5. L’Écho.....	154
5.2.6. Les Éditions de l’Avenir.....	159
5.2.7. Sudpresse	164
5.2.8. Le Vif L’Express.....	168
5.2.9. 7sur7	171

5.2.10. <i>Belga</i>	173
5.2.11. <i>BFM Today</i>	175

CHAPITRE 6 : LES EFFECTIFS DU JOURNALISME EN LIGNE : ÉTAT DES LIEUX..... 181

6.1. LE STATUT.....	181
6.2. DE PETITES ÉQUIPES.....	182
6.3. L'ÂGE MOYEN.....	186
6.4. LES DIFFÉRENTS POSTES.....	187
6.4.1. <i>Le rédacteur en chef</i>	188
6.4.2. <i>Le New media manager</i>	188
6.4.3. <i>Le responsable éditorial du site internet</i>	189
6.4.4. <i>Les journalistes web</i>	189
6.5. LES ORGANISATIONS JOURNALIÈRES.....	191
6.6. UNE IDENTITÉ WEB ?.....	193
6.6.1. <i>Différences et rapprochements entre les supports médiatiques</i>	195
6.6.2. <i>Les compétences du journaliste web</i>	197
6.6.3. <i>Comment devient-on journalistes web ?</i>	202
6.6.4. <i>L'auto-définition : un indice identitaire</i>	203
SYNTHÈSE.....	206

CHAPITRE 7 : ÉTUDIER LA CONVERGENCE AU PRISME DES STRATÉGIES MANAGÉRIALES..... 207

7.1. LES STRATÉGIES D'INTÉGRATION.....	208
7.1.1. <i>L'intégration physique (ou fusion des rédactions)</i>	209
7.1.1.1. Rédactions web et traditionnelle séparées.....	211
7.1.1.2. Rédactions web et traditionnelle intégrées.....	211
7.1.1.3. Cas d'une locale.....	211
7.1.1.4. Non applicable.....	212
7.1.2. <i>L'intégration symbolique</i>	212
7.1.2.1. Écran.....	212
7.1.2.2. Publicité.....	213
7.1.2.3. Création d'une entité 'Nouveaux médias'.....	214
7.2. LES STRATÉGIES D'IMPLICATION.....	214
7.2.1. <i>Implication symbolique ou astuces managériales</i>	215
7.2.2. <i>Typologie des stratégies d'implication selon l'intensité de l'effort de collaboration requis</i>	216
7.2.3.1. Aucune requête.....	217
7.2.3.2. Incitation.....	217
7.2.3.3. Demande effective et contrôlée.....	217
7.2.3.4. Obligation.....	218
7.3. LES MODÈLES ÉCONOMIQUES.....	218
7.3.1. <i>Le modèle traditionnel et son déclin</i>	219
7.3.2. <i>Gratuité pour l'internaute</i>	220
7.3.2.1. Modèle financé par la publicité.....	220
7.3.3. <i>Payer pour de l'information en ligne ?</i>	222
7.3.3.1. Abonnement classique.....	223
7.3.3.2. Modèle mixte.....	223
7.3.3.3. Micropaiement.....	224

7.3.3.4. À la commande	224
7.3.4. <i>Diversification des activités</i>	225
7.4. SYNTHÈSE ET QUESTIONNEMENTS DE RECHERCHE	226
SYNTHÈSE	229
CHAPITRE 8 : JOURNALISTES WEB VS. JOURNALISTES TRADITIONNELS : RELATIONS ET REPRÉSENTATIONS RÉCIPROQUES	231
8.1. LES RAPPORTS QUOTIDIENS	231
8.2. LES REPRÉSENTATIONS RÉCIPROQUES	234
8.2.1. <i>Côté 'traditionnel'</i>	234
8.2.2. <i>Côté web</i>	237
SYNTHÈSE	241
CHAPITRE 9 : COLLABORATIONS ENTRE SEGMENTS ET TRAVAIL MULTI-SUPPORT	243
9.1. LES COLLABORATIONS AU JOUR LE JOUR	243
9.2. CRISE CONVENTIONNELLE	245
9.2.1. <i>Repérer la convention défaillante</i>	245
9.2.2. <i>Préciser la morphologie de la convention</i>	246
9.3. LES RÉSTANCES JOURNALISTIQUES FACE AUX STRATÉGIES D'IMPLICATION	250
9.3.1. <i>Des journalistes résistants au changement</i>	250
9.4. ARGUMENTS DE RÉSTANCE	252
9.5. LA ROTATION AUX POSTES DU WEB POUR ANNIHILER LES RÉSTANCES	258
9.5.1. <i>Les résistances qui déclinent ou disparaissent</i>	260
9.5.2. <i>Une résistance émergente</i>	262
9.5.3. <i>Des avantages collatéraux</i>	263
9.6. INTERPRÉTATION : D'UNE CONVENTION À L'AUTRE	264
9.6.1. <i>L'Accord</i>	265
9.6.2. <i>La crise</i>	265
9.6.3. <i>La traduction</i>	266
9.6.4. <i>L'invasion</i>	267
SYNTHÈSE	269
PARTIE III : LES PRATIQUES PROFESSIONNELLES	271
CHAPITRE 10 : AUX SOURCES DE L'INFORMATION EN LIGNE	273
10.1. LES ACTEURS (RES)SOURCES DE L'INFORMATION EN LIGNE	274
10.1.1. <i>Les agences</i>	274
10.1.2. <i>Les journalistes traditionnels</i>	275
10.1.3. <i>Les sources du net</i>	276
10.1.3.1. Les médias concurrents	276
10.1.3.2. Les sources officielles	277
10.1.3.3. Les publics	278
10.4. LES (NOUVEAUX) OUTILS DE COLLECTE DE L'INFORMATION	279
10.5. GÉRER L'INFORMATION INCERTAINE : LE PARI SUR LA FIABILITÉ DE L'INFORMATION	284

10.6. INTERPRÉTATION 'CONVENTIONNELLE'	289
SYNTHÈSE	291
CHAPITRE 11 : LA FIABILITÉ DE L'INFORMATION AU DÉFI DE L'IMMÉDIATÉTÉ	293
11.1. LA FIABILITÉ.....	293
11.2. L'IMMÉDIATÉTÉ AU PÉRIL DE LA FIABILITÉ.....	297
11.2.1. <i>Une tension antérieure à l'apparition du webjournalisme</i>	298
11.2.2. <i>Immédiateté VS Fiabilité : Deux valeurs contradictoires</i>	299
11.3. TROIS NIVEAUX D'AFFRONTLEMENT ENTRE LES VALEURS D'IMMÉDIATÉTÉ ET DE FIABILITÉ	300
11.3.1. <i>Premier niveau : Le Journalisme web</i>	300
11.3.1.1. Pratiques renforcées par l'accélération des rythmes de production.....	301
11.3.1.2. Une information « semi-vérifiée »	303
11.3.1.3. En cas d'erreur	304
11.3.2. <i>Deuxième niveau : la discorde dans le journalisme traditionnel</i>	305
11.3.3. <i>Troisième niveau ou synthèse par la pratique pluri-médiatique</i>	306
11.3.3.1. Superposition des deadlines	307
11.4. INTERPRÉTATION	309
11.4.1. <i>Des valeurs journalistiques aux mondes communs</i>	309
11.4.2. <i>La résolution des conflits entre mondes</i>	310
11.4.2.1. Le journalisme web.....	311
11.4.2.2. Le journalisme traditionnel	311
11.4.2.3. Le journalisme pluri-média.....	312
SYNTHÈSE	314
CHAPITRE 12 : LA SÉLECTION DE L'INFORMATION EN LIGNE.....	315
12.1. TOUT AVOIR.....	315
12.2. PERCEPTION DE LA LIGNE ÉDITORIALE.....	317
12.3. LE DIKTAT DES OUTILS AUDIMÉTRIQUES.....	318
12.4. HUMOUR ET RÉSISTANCE	319
12.5. HIÉRARCHISATION	320
SYNTHÈSE	322
CHAPITRE 13 : EXISTE-T-IL UNE ÉCRITURE WEB ?	323
13.1. INTERVENTION SUR LES DÉPÊCHES	325
13.2. DES GUIDES INTERNES D'ÉCRITURE WEB	328
13.3. UN MANQUE D'ÉCRITURE.....	329
13.4. LES SUJETS QUI S'ÉCRIVENT.....	330
13.5. QUAND ÉCRITURE IL Y A	332
13.6. UNE ÉCRITURE WEB DIFFÉRENTE DES AUTRES MÉDIAS ?.....	336
13.7. TON	338
SYNTHÈSE	341
CHAPITRE 14 : DE LA RELATION ENTRE LE JOURNALISTE ET SON PUBLIC	343
14.1. LE JOURNALISTE INTERPELLÉ	343
14.2. REPRÉSENTATIVITÉ.....	344

14.3. REPRÉSENTATION DES PUBLICS ET DE LEUR CONSOMMATION.....	345
14.3.1. <i>Lieux et horaires de consommation</i>	345
14.3.2. <i>Une consommation active</i>	347
14.3.3. <i>Un internaute crédule ?</i>	348
14.4. DES PLATEFORMES PARTICIPATIVES AU SUCCÈS MITIGÉ.....	349
14.4.1. <i>Aspects positifs</i>	349
14.4.2. <i>Aspects négatifs</i>	350
14.5. LES PRATIQUES DE MODÉRATION DES COMMENTAIRES.....	353
14.5.1. <i>Qui modère ?</i>	354
14.5.2. <i>Modération a priori ou a posteriori</i>	355
14.5.3. <i>Les outils</i>	357
14.5.4. <i>Les critères de la modération</i>	358
14.5.5. <i>Une modération teintée de subjectivité ?</i>	361
SYNTHÈSE.....	363
PARTIE IV : LES REPRÉSENTATIONS PROFESSIONNELLES.....	365
CHAPITRE 15 : VERS UN NOUVEAU RÔLE SOCIAL POUR LE JOURNALISTE ?.....	367
15.1. LES CONCEPTS DE ‘FONCTION’, ‘RÔLE’ ET ‘STATUT’.....	367
15.2. FONCTIONS ET RÔLES JOURNALISTIQUES DANS LA LITTÉRATURE.....	370
15.3. FONCTIONS ET RÔLES JOURNALISTIQUES, À L’HEURE DU WEB.....	375
15.3.1. <i>La fonction d’information</i>	375
15.3.1.1. Rôle de garants de la déontologie.....	376
15.3.2. <i>Fonction de service public</i>	377
15.3.2.1. Pédagogue.....	378
15.3.2.2. Interprète.....	378
15.3.2.3. Ordonnateur.....	380
15.3.2.4. Contre-pouvoir.....	381
15.3.2.5. Médiateur.....	382
15.3.3. <i>Fonction marchande</i>	384
15.4. UN RÔLE SUBJECTIF SPÉCIFIQUE POUR LES JOURNALISTES WEB.....	385
SYNTHÈSE.....	388
CHAPITRE 16 : REGARDS JOURNALISTIQUES SUR LA PROFESSION : RELEVÉ THÉMATIQUE.....	391
16.1. LES JUGEMENTS À L’ÉGARD DU WEBJOURNALISME.....	393
16.1.1. <i>Les discours positifs sur le webjournalisme et sa pratique</i>	394
16.1.2. <i>Les discours négatifs sur le webjournalisme et sa pratique</i>	398
16.1.3. <i>Interprétation</i>	403
16.2. LES ATOUS ACQUIS PAR LA PRATIQUE DU WEBJOURNALISME.....	408
16.3. LA VISION DU FUTUR COLLECTIF.....	411
16.3.1. <i>Une vision du futur négative</i>	412
16.3.1.1. Négatif pour le média web.....	413
16.3.1.2. Négatif pour le média ‘traditionnel’.....	413
16.3.1.3. Craintes.....	413
16.3.2. <i>Discours neutres</i>	414
16.3.3. <i>Confiance envers l’avenir</i>	415
16.3.3.1. Positif pour les médias web.....	416

16.3.3.2. Positif pour les médias traditionnels	416
16.4. LA VISION DU FUTUR PERSONNEL	416
SYNTHESE	420
CHAPITRE 17 : REGARDS JOURNALISTIQUES SUR LA PROFESSION : COMPARAISON INTER-GROUPES	421
17.1. PARENTHÈSE MÉTHODOLOGIQUE	422
17.1.1. <i>Nonante-quatre cas considérés</i>	422
17.1.2. <i>Évaluer la satisfaction des journalistes envers le webjournalisme</i> ..	423
17.1.3. <i>La présentation graphique des résultats</i>	424
17.1.4. <i>Unités de mesure : le temps de parole et le nombre d'éléments de réponse mentionnés</i>	424
17.2. LES JUGEMENTS À L'ÉGARD DU WEBJOURNALISME	426
17.2.1. <i>Résultats de la comparaison inter-groupes prenant pour unité de mesure le temps de parole</i>	426
17.2.1.1. L'âge	426
17.2.1.2. Le genre	431
17.2.1.3. Le support principal	433
17.2.1.4. La stratégie d'intégration	437
17.2.1.5. La stratégie d'implication	439
17.2.1.6. Le modèle économique	443
17.2.1.7. Le titre	445
17.2.2. <i>Résultats de la comparaison inter-groupes prenant pour unité de mesure le nombre d'éléments de réponse mentionnés</i>	450
17.2.2.1. Stratégie d'intégration	455
17.2.2.2. Stratégie d'implication	456
17.2.2.3. Modèle économique	458
SYNTHÈSE	459
CHAPITRE 18 : BILAN SUR L'IMPACT DES STRATÉGIES MANAGÉRIALES	461
18.1 L'INTÉGRATION PHYSIQUE DES RÉDACTIONS : CRISTALLISATION DES STRATÉGIES DE PÉRENNISATION DE L'IDENTITÉ	461
18.2. LES STRATÉGIES D'IMPLICATION : POINT DE DÉPART DE LA CRISE CONVENTIONNELLE	463
18.3. LES MODÈLES ÉCONOMIQUES : LE FREEMIUM POUR ANNIHILER LES RÉSISTANCES	466
18.4. RETOUR CRITIQUE SUR LES RÉSULTATS ET LA MÉTHODE	467
CHAPITRE 19 : VERS UN NÉO-JOURNALISME ?	469
19.1. RETOUR A DES VALEURS ANCIENNES	469
19.2. CRITIQUE DU TEMPS PRESENT ASSORTIE D'UNE NOSTALGIE POUR UN PASSE IDEALISE	470
19.3. REINTERPRETATION DE L'ANCIEN DANS UN CADRE NOUVEAU	473
19.4. LE COMPLEXE DU WEBJOURNALISTE	475
ÉPILOGUE : DEUX ANS APRÈS LES ENTRETIENS	477
ACTUALISATION DES DONNÉES HISTORIQUES	477

<i>Le Soir</i>	477
<i>La Libre Belgique / La Dernière Heure</i>	479
<i>La RTBF</i>	481
<i>RTL</i>	483
<i>L'Écho</i>	487
<i>Les Éditions de l'Avenir</i>	488
<i>Sudpresse</i>	490
<i>Le Vif L'Express</i>	492
<i>7sur7</i>	493
<i>Belga</i>	495
UN RETOUR DE L'ENSEMBLE DES ENQUÊTÉS ?.....	497
CONCLUSION	499
DES JOURNALISMES EN LIGNE.....	499
UN JOURNALISME EXCLU ET EXPOSÉ	501
UN JOURNALISME CRITIQUE.....	502
<i>Le rôle de la critique dans la reconfiguration de l'organisation interne des rédactions</i>	504
<i>La critique comme nœud identitaire</i>	505
TABLE DES ILLUSTRATIONS	509
BIBLIOGRAPHIE	513