

Quelques observations sur la presse en ligne Des enjeux de l'étude du Web comme média d'information

Baptiste Campion

Volume 22, numéro 2, 2000

Le Web
The Web

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1087890ar>
DOI : <https://doi.org/10.7202/1087890ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Association Canadienne d'Ethnologie et de Folklore

ISSN

1481-5974 (imprimé)
1708-0401 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Campion, B. (2000). Quelques observations sur la presse en ligne : des enjeux de l'étude du Web comme média d'information. *Ethnologies*, 22(2), 41–60.
<https://doi.org/10.7202/1087890ar>

Résumé de l'article

Cet article aborde les spécificités du Web sous un angle précis au départ de l'étude des sites Web de différents journaux. Dans un premier temps, le texte interroge les spécificités de construction du « récit d'information » en ligne, notamment à travers le rapport au temps induit par sa structuration et l'utilisation des ressources du Web, ou l'articulation entre le support électronique et le support imprimé. Dans un second temps, la question soulevée est celle de la possibilité du développement du Web en tant que média (d'information) à part entière. Il s'agit de s'interroger sur le « statut médiatique » de ces objets polymorphes que sont le Web et ses sites. En effet, bien que partout disponible, bien que susceptible d'utiliser de manière inédite les possibilités propres à ces supports que sont l'interactivité ou la multimodalité, le portail Web des journaux semble avoir besoin de référents dans la presse traditionnelle afin de pouvoir se positionner en tant que média d'information. On aura recours à la notion d'intermédialité pour décrire la situation d'un dispositif technique qui doit encore s'affirmer comme média légitime.

QUELQUES OBSERVATIONS SUR LA PRESSE EN LIGNE

Des enjeux de l'étude du Web comme média d'information

Baptiste Campion

Département de Communication, Université catholique de Louvain (UCL)

Internet serait *le* média planétaire par excellence. Mais cet objet présente la caractéristique peut-être unique d'être très dispersé, très éclaté, tant du point de vue géographique que culturel ou de ses utilisateurs. Ceux-ci, les internautes, et les contenus spécifiques (potentiellement « tout ») semblent s'articuler pour participer à la définition d'un objet social. Il est donc incomplet, semble-t-il, d'aborder chacune de ces deux faces d'Internet sans chercher à la relier à l'autre. Aussi, dans le cadre de cet article, afin de mettre en relief les approches du réseau à proprement parler anthropologiques ou ethnologiques, je me propose de soulever un certain nombre de questions relatives à ce qu'on peut appeler « les contenus » d'Internet. Il s'agira de montrer sur la base de l'exemple particulier de la presse en ligne comment le réseau, point de rencontre d'un outil de diffusion multiple et de pratiques sociales, est susceptible de remodeler, de participer à la définition d'une activité aux fonctions éminemment sociales comme la presse d'information. Au final, ce qui sera interrogé est la notion de média perçue à travers le Web.

Presse en ligne : les problématiques soulevées

Le développement de la presse en ligne suscite un certain nombre de questions dont témoignent les études qui commencent à être publiées sur le sujet. Les (éternellement) « nouvelles » technologies de l'information et de la communication (NTIC), qui sont à la fois de nouveaux outils et de nouveaux supports, sont en effet susceptibles d'affecter la plupart des domaines qui constituent l'identité même du travail du journaliste. L'usage des NTIC soulève par exemple de manière peut-être plus forte les difficultés à contrôler les sources d'information ; la diffusion dans le réseau des réseaux pose des problèmes

déontologiques (ou simplement de légitimité) ; et enfin la logique interactive du « journal à la carte » remet en cause la place même du journaliste comme instance nécessaire de production de l'information (Antoine et Grevisse 1998 : 19-23).

Mais il est un autre champ digne d'intérêt sur lequel je vais tâcher ici de tracer quelques repères : celui du *récit d'information* en lui-même. Car les exemples cités ci-dessus partent un peu tous de la même idée (même si c'est à nuancer), soit que l'*information* comme donnée (produit ?) existerait par ailleurs et que les technologies de l'information viendraient perturber les canaux reconnus de diffusion et de légitimation. Mais il me semble que parallèlement à cette évolution des choses, le développement des technologies de l'information dans le secteur de l'information nous amène nécessairement à nous interroger sur les formes du récit d'information, sur le « produit ». Qu'est-ce que cela implique d'utiliser Internet comme un *média d'information* ? On partira de l'hypothèse reprise à Philippe Marion selon laquelle « chaque média, selon la façon dont il mobilise, combine et multiplie nos matériaux d'expression familiers [...] possède [...] sa propre énergie communicationnelle » (Marion 1995 : 188). Il s'agit de s'interroger sur la part que peuvent prendre ces technologies dans la construction du récit véhiculé, considérant qu'elles participent à la construction de la signification du message.

Au-delà de cette question de départ, que je vais développer sur la base d'une lecture exploratoire des sites Web de quelques quotidiens belges et français, cette interrogation permettra en outre d'interroger la pertinence de nos outils conceptuels pour un objet aussi particulier que le réseau.

Ceci m'amène à une première réflexion, élémentaire mais ô combien nécessaire. Les fameuses NTIC sont, comme le montrent par exemple les significations multiples du terme « multimédia », un mot-valise que chacun peut reprendre à son compte, en fonction de ses visions et objectifs (Flichy 1994 : 6). Mais il me semble nécessaire de distinguer au moins deux versants de ces technologies, qui sont souvent confondus dans le discours quotidien. Il semble en effet exister une sorte de frontière floue entre l'utilisation des NTIC en vue de « produire » quelque chose, par exemple de l'information (NTIC comme *outil*), et l'utilisation de ces « mêmes » technologies comme *support* de diffusion et donc, en fin de course, de réception. Sans chercher à revenir à un modèle télégraphique de la communication, il convient de remarquer que ces deux usages renvoient à deux pôles différents du processus de communication : l'émission et la réception. Et il serait abusif (ou réducteur) d'assimiler sans

recul l'un à l'autre sous prétexte qu'on y utilise des technologies de la communication et de l'information.

Ce n'est pas parce qu'un journaliste reçoit ses dépêches par exemple par le biais du réseau et non plus par télécopieur que la « nature » de l'information sera radicalement changée. Par contre, il est vrai que la nature de son travail (sa façon de le faire, de le concevoir, les responsabilités qui lui incombent dans la chaîne de production) aura peut-être changé. Réciproquement, il est possible de s'interroger sur les implications de la publication de récit d'information sur un support donné (papier ou Web). Le questionnement sur la place des NTIC dans le récit d'information journalistique touche donc à des domaines relativement différents, et il convient ici de bien circonscrire le cadre de la réflexion qui va être menée par la suite. Je me concentrerai donc uniquement sur le « produit fini », sur ce qui est accessible au grand public, au récepteur.

Si le présent article n'abordera pas à proprement parler la question de la réception (voire de l'effet de ces technologies sur le lecteur de nouvelles), cette question sera néanmoins présente, en filigrane : l'étude des spécificités propres à ces produits diffusés dans le Web est une étape nécessaire à l'étude des pratiques et des usages tournant autour de ceux-ci, à l'étude de *ce que les gens en font*. Les technologies en général et les médias en particulier sont un instrument privilégié de rapport au monde. Mais, pour comprendre ce rapport, il convient également de s'intéresser aux interactions entre ces technologies et le monde. L'objectif de cet article sera de chercher à tracer des pistes d'étude du Web en tant qu'il médiatise notre relation au monde qui nous entoure.

C'est dans ce cadre que je me propose donc de parler de « récit multimédia d'information » pour désigner la mise en forme du récit d'information à travers un support multimédia (à ne pas confondre avec un récit « plurimédiatique » d'information, c'est-à-dire qui se développerait à travers plusieurs médias différents : le naufrage du Koursk, la catastrophe du Concorde, la mort de la princesse Diana, etc.).

Le récit d'information en ligne ?

Ces précisions en tête, on peut maintenant s'intéresser au récit d'information en ligne. Avec cette première question : que peut-on appeler « source d'information » dans Internet ? Car le réseau des réseaux est souvent présenté comme étant *en soi* une source d'information. (On trouve « tout », dans Internet.) Il s'agit donc de s'interroger sur les lieux privilégiés d'information

dans la toile, en entendant l'information dans le sens qu'elle prend dans l'expression « presse d'information ». Comment le réseau peut-il nous informer, nous, citoyens, sur l'évolution du monde qui nous entoure ?

Pour éviter ici un travail de découpage ou de typologisation de ce que l'on peut trouver dans le net, dans la mesure où ce n'est pas l'objet de ma réflexion, je prendrai simplement en compte des sites qui se définissent eux-mêmes comme des lieux d'information, en référence à des médias « reconnus » existant par ailleurs (journaux, radios, télévisions) : nous allons nous baser sur les sites Web de quelques titres de la presse écrite.

Il est vrai que cette démarche est partielle et partiale dans la mesure où ces sites ne rendent pas nécessairement compte de l'ensemble de ce qui existe dans le net ou de ses possibilités en matière d'information. Mais il est possible de justifier cette limitation relative en soulignant que : 1/ les véritables journaux 100 % en ligne sont encore relativement rares en Europe francophone ; et que 2/ il semble plus facile de marquer les spécificités du récit en ligne à travers la confrontation entre le support multimédia et un support plus « classique » (le journal, par exemple), à travers la mise en évidence des recoupements et différences flagrantes entre ces deux modèles de structuration. Je précise enfin que je reviendrai sur cet aspect en conclusion de ce texte. Cela me permettra de conclure par quelques ouvertures sur les implications épistémologiques d'une étude du Web en tant que média.

Les observations qui suivent se basent donc sur une lecture exploratoire des sites de différents journaux belges et français, à savoir *Le Soir*, *La Libre Belgique*, *Libération* et *Le Monde*¹. Ces journaux ont été retenus ici dans la mesure où on y rencontre diverses possibilités, divers choix qui balayent selon moi assez bien l'ensemble des caractéristiques actuelles des sites Web des organes de presse. Ils ont donc été choisis moins pour leur « représentativité » statistique que pour leur caractère « exemplaire », voire « sur-représentatif ». Je ne cherche pas à évaluer l'importance relative des différentes logiques les unes par rapport aux autres, mais simplement à identifier ces logiques et les questions qu'elles

1. *Le Soir* : <http://lesoir.be> ; *La Libre Belgique* : <http://www.lalibrebelgique.com> ; *Libération* : <http://www.liberation.fr> ; et *Le Monde* : <http://tout.lemonde.fr>. Pour parler d'un journal « en général », j'utiliserai le titre de celui-ci ; pour référer à un site en particulier, en le distinguant du journal, je mentionnerai son URL. Cette analyse a été effectuée de mai à juillet 2000.

posent à l'analyste. Quels sont les axes principaux qui définissent cette forme de récit d'information ?

La temporalité

Une des premières caractéristiques du récit d'information est peut-être de découper le temps. Le journal, périodique, découpe les jours ou les semaines, tandis que les bulletins d'information radio ou télévisés ponctuent de leur rythme nos journées. Il semble dès lors intéressant de se pencher sur la logique temporelle (extrinsèque, c'est-à-dire indépendante du message en lui-même) qui anime les sites de ces grands journaux d'information, afin de les situer par rapport aux médias plus classiques.

Ceci peut nous fournir les premières observations intéressantes sur les spécificités du récit d'actualité multimédia. En effet, on constate que les sites des journaux retenus combinent, chacun à leur manière, des logiques temporelles différentes. Par « logiques temporelles différentes », j'entends une combinaison sur un même support/objet (le site), se répercutant en fin de compte sur le message tel qu'on peut le lire, de découpages du temps selon des logiques multiples (le même support fait cohabiter des temporalités distinctes). En clair, se côtoient dans le même site (dans le même « journal ») une dimension relevant d'un découpage régulier du temps (par exemple la publication de la nouvelle édition tous les jours à une heure donnée) et une temporalité plus irrégulière (que ce soit de l'« aléatoire prévisible »², comme les dépêches de l'Agence France presse (AFP) en temps réel ou presque, ou de l'a-temporel à travers des dossiers d'actualité plus ou moins permanents). Les versions électroniques des différents quotidiens présentent ainsi la particularité de mélanger simultanément ces logiques, faisant qu'on n'a pas, bien souvent, « une » édition du journal, mais une sorte de canevas de base relativement fixe doté d'ailes à géométrie variable (essentiellement définie par la « maquette » du site qui fait qu'il est toujours pareil, bien que changeant) qui vont varier au

-
2. Par cet oxymoron, je veux dire qu'on ne sait pas « ce qui va sortir », mais il y a une sorte de garantie de mise à jour régulière, mais sans se baser sur une temporalité stricte. Le terme « aléatoire » renvoie ainsi au contenu de l'information, et la notion de « prévisible » s'attacherait plutôt à cette quasi-certitude que le site est remis à jour d'heure en heure, si pas plus rapidement. (Mais n'est-ce pas au fond ce qui caractérise un journal : on sait à l'avance qu'il paraîtra, mais on ne sait pas nécessairement à l'avance ce qu'on y trouvera ?)

long de la journée, de la semaine ou de l'actualité. C'est par exemple ce que font tout.lemonde.fr et www.liberation.fr avec leurs actualisations en cours de journée ou la diffusion « en temps réel » de dépêches d'agence (afp.liberation.com). Le journal, grâce au Web, pourrait développer une dimension de « quasi-direct » par rapport à l'actualité en train de se faire, ou plus exactement qui vient de se faire³.

Toutefois, il convient de nuancer cette possibilité : ainsi, le site lesoir.be axe avant tout la temporalité de ses éditions sur celle de la diffusion de l'édition imprimée (mise à jour du site avec l'édition imprimée du jour quotidiennement à 12 h 45, c'est-à-dire bien après la parution de cette édition imprimée). Face aux possibilités offertes, il y a donc des habitudes, des règles que se sont données les acteurs, ou simplement une volonté délibérée de maintenir une forme de lien fort (dans ce cas-ci à travers la temporalité) entre les deux supports⁴.

Réciproquement, le Web semble également permettre une inscription de ces journaux dans la durée (ou du moins permet aux journaux de prétendre à une telle inscription). Alors que le quotidien est par définition lu et jeté après lecture, le Web permet de garder une présence, une dimension (relativement) plus permanente au produit médiatique, et ce de différentes manières.

Il y a par exemple le cas tout à fait à part d'un journal comme *La Libre Belgique*, dont le site Web n'est qu'une vitrine publicitaire, quelques pages dans le réseau qui visent à dire que le journal existe. Le site est d'ailleurs réalisé par la régie publicitaire⁵. Dans ce cas très particulier, le site s'inscrit dans une

-
3. En fonction des rubriques et des heures, on peut trouver de une à six dépêches par heure dans afp.liberation.com. Dans la logique du direct, ou du quasi-direct à travers des actualisations régulières des dépêches, notons le site officiel de la Société du Tour de France (<http://www.letour.fr>) qui permet, durant la course, de suivre « en direct » les péripéties des coureurs, le site étant actualisé de minute en minute aux moments forts de la course (hommes de tête, écarts, événements divers, etc.). Direct, mais aussi permanence relative, puisqu'on peut retrouver dans le site toutes les dépêches de l'étape du jour ou des étapes précédentes ou même encore les consulter plusieurs semaines après la fin de la course.
 4. Des facteurs d'ordre économique entrent sans aucun doute en ligne de compte : c'est probablement une façon de la part du *Soir* d'éviter une forme de concurrence entre les deux supports. On posera cette question plus loin.
 5. À noter l'exception des pages sportives : le site donne accès à un autre site qui reprend une partie des pages sport de la *Libre*, mais il convient de noter que celles-ci sont hébergées par un autre serveur et sont réalisées « artisanalement » (bénévolement ?) par des journalistes passionnés. Ce cas est à part dans la mesure où ce site, *La Libre*

sorte d'éternel présent. Complètement isolé des fluctuations de l'actualité, il est une sorte d'ancre fixe dans le cybermonde. Bien que très particulier (voire caricatural) de par son aspect figé et sans appel, on retrouve en réalité une logique assez semblable dans le site Web d'un quotidien comme *Le Figaro*⁶, même si ce dernier est « actualisé » quotidiennement, en ce sens qu'on peut y voir la une et les principaux titres du jour. Mais pour le reste, le site du journal est avant tout (voire uniquement, car il n'y a pas de prétention d'informer le lecteur sur autre chose que le groupe de presse) un « site institutionnel », comme il se nomme lui-même, qui n'a dès lors pas à se positionner de la même manière que les sites de journaux qui fournissent un « contenu » en prise directe avec l'actualité. Le site institutionnel aurait ainsi avant tout une sorte de fonction « identitaire » : nous existons, voilà qui nous sommes.

D'autres journaux peuvent s'inscrire dans une logique (en partie) axée sur la durée tout en s'inscrivant dans le flux de l'actualité, par exemple à travers la constitution de dossiers relativement permanents sur différents thèmes ou sujets d'actualité (situation en Russie, élections américaines, etc.), voire des sujets de société (évolution des sciences et techniques, dossier fin de millénaire, etc.). C'est également dans cette logique que peuvent prendre place les suppléments divers (*Le Monde interactif*, *Victor*, etc.), développant parfois dans la toile une logique propre moins calquée (du fait de leur inscription dans la « durée ») sur la logique du « supplément hebdomadaire », car « toujours là ».

Enfin, dernier axe d'inscription des versions en ligne de journaux dans une certaine durée : la logique de l'archivage (accès public, réservé ou payant aux archives), qui permet au journal de se positionner comme une base de données⁷. Ce sont ici en quelque sorte les spécificités techniques du support

sports, ne fait pas véritablement partie du site de la *Libre Belgique*, même s'il est difficile voire impossible de nier le lien qui existe entre les deux, ou entre la *Libre sports* et le journal. Cette situation est toutefois à expliquer par des spécificités organisationnelles propres au journal, et non par le réseau lui-même ! Par contre, on pourrait considérer que la souplesse offerte par le réseau (possibilité de relier des sites hébergés par des serveurs différents en un ensemble plus ou moins cohérent) contribue à révéler ces spécificités.

6. <http://www.lefigaro.fr>

7. Franck Rebillard fait le même constat en ce qui concerne la presse spécialisée en informatique, mais situe l'offre de ce service essentiellement dans une première phase d'intégration des supports électroniques. Cette dimension aurait ensuite tendance à perdre de son importance. Nous reviendrons par la suite sur les travaux de Rebillard (Rebillard 2000 : 147 et suivantes).

multimédia qui permettent au journal de prétendre à ce rôle nouveau (ou du moins à le faire « automatiquement », explicitement, et peut-être à le rendre plus visible, car on n'a pas attendu Internet pour archiver les journaux). Internet offrant ici un « mariage fécond » entre la *matérialité* du support et un des aspects du message véhiculé : le support se prêterait bien à un lien entre la démarche de publication (diffusion de l'information) et celle de l'archivage (la numérisation permettant des formes de classement et d'indexation automatique, des possibilités de recherche, etc.).

On le voit, sur le plan de l'inscription temporelle, les journaux en ligne combinent différentes logiques allant d'une forme de quasi-direct (avec la différence qu'à l'inverse du direct télévisuel dont « les paroles s'envolent » une fois celui-ci terminé, l'écrit de la dépêche reste « permanent », pour un temps du moins) à la prétention d'une pérennité plus grande qu'on pourrait attendre d'une bibliothèque ou d'une base de données. En fait, il semble que les sites Web de journaux existant par ailleurs peuvent éventuellement se concevoir comme une sorte de « points d'ancrage » dans le réseau, un site, un lieu « toujours déjà là » et pourtant chaque fois différent.

Mieux qu'un « point d'ancrage », le journal pourrait même prétendre à des fonctions autres (nouvelles) que celle de l'information. Les sites www.liberation.fr et tout.lemonde.fr nous donnent des exemples de ces potentialités : outre l'information, ils proposent au lecteur des services plus commerciaux, comme des accès à des sites de courtage en ligne (www.liberation.fr), ou des adresses électroniques (tout.lemonde.fr), une « boutique » ou des pages de liens. Dans cette optique, ces sites auraient alors tendance à se positionner comme des « lieux de vie » du Web, comparables (au moins partiellement) aux portails comme par exemple Yahoo.

Le site d'un journal serait donc « toujours déjà là », à l'inverse du journal qui cesse d'exister le soir pour ressusciter sur de nouvelles bases le matin, tel le Phénix renaissant de ses cendres. Le journal en papier est écrit, produit, distribué, lu et jeté. Le produit fini est par nature immuable : une fois imprimé, il ne peut plus évoluer, ou alors il faut sortir d'*autres* éditions. Le site Web d'un journal est au contraire « permanent », en ce sens qu'il est accessible 24 heures sur 24, qu'il présente toujours des articles ou des dossiers, dans une logique qui pourrait à la limite être indépendante du rythme de parution de l'édition imprimée (en fait, des journaux comme *Libération* ou *Le Monde* combinent les deux logiques à travers leur site : le gros du contenu informatif est fourni par l'édition papier et est donc actualisé selon le rythme de parution du journal,

mais s'ajoutent sur ce « calque » de l'édition imprimée une logique plus transversale de dossiers, des services offerts et des suppléments qui démarquent plus ou moins nettement le site Web de l'édition imprimée⁸).

Mais aussi « chaque fois différent » parce que le site est régulièrement actualisé et peut même l'être « en direct » ou presque en fonction des besoins de l'actualité. Autrement dit, chaque visite, chaque lecture consiste donc en une re-découverte partielle de la manière dont le site a été reconfiguré depuis la dernière visite, et ainsi de suite. Il deviendrait donc difficile, dans le cas de la presse en ligne, de par exemple renvoyer à *une* édition précise du journal, à cause de cette dimension extrêmement plastique (peut-on parler de *flux* ?). Car une édition dépend du moment de la journée où elle est consultée, mais aussi de facteurs purement techniques comme le navigateur employé. Ainsi, le site Web du *Soir* ne peut être lu que par certains navigateurs et, selon les possibilités du navigateur utilisé, on pourra ou non avoir accès à certaines fonctions du site.

Articulations

Si l'on prend en considération les sites Web de journaux qui possèdent par ailleurs (et avant tout, pourrait-on dire) une édition imprimée, on peut considérer à ce stade que, pour le lecteur, il n'y a guère de problème d'identification ou de légitimation de l'information (encore que la question mériterait d'être posée) dans la mesure où elle est estampillée du sceau du journal-institution qui prête son titre au site Web.

Par contre, si la référence à l'édition papier est explicite et évidente à travers la reprise du titre, les choses se brouillent dès qu'on s'intéresse à ce qui est offert dans les sites. J'ai montré ci-dessus comment le média Internet pouvait donner aux journaux l'opportunité d'une autre organisation temporelle de diffusion de l'information, ou à des formes de rubriquage plus transversales, mais aussi plus souples (le réseau permet ainsi de réutiliser sans problème le même article, la même information à travers des mises en forme, des

8. À noter que ces dossiers, etc., puisent bien souvent leur matière dans les archives de l'édition imprimée. Dans *liberation.fr*, le dossier consacré à la Russie reprend ainsi les différents articles parus sur le sujet dans *Libération*. Dans un dossier consacré à la presse en ligne, le magazine spécialisé *Yahoo ! Internet Life* parle de « cannibalisation » de l'édition imprimée par le site Web, tant en termes de contenus que de lectorat ou de ressources publicitaires (Mathé 2000 : 34).

constructions différentes), et bien sûr à toute une série de services commerciaux. Ceci amène à s'interroger sur le statut même de ces produits à la fois volatiles et permanents, qui changent en restant les mêmes, qui proposent toujours des articles, mais aussi, de plus en plus, de multiples services qui s'éloignent parfois assez fort de la logique du simple « journal ».

Institutionnellement, une ambiguïté gagnerait également, sur ce plan, à être clarifiée : celle du positionnement du site Web par rapport au journal. En effet, on peut supposer qu'historiquement, la plupart des sites des journaux se sont constitués de manière vraisemblablement artisanale, expérimentale (pour « être dans le Web ») sur la base de l'édition imprimée, avant de se développer et de s'institutionnaliser (ainsi, *Le Monde interactif* à l'origine du site Web du *Monde* est une filiale du Groupe Le Monde S.A.), voire de développer des logiques et des produits spécifiques. Ce n'est pas sur la dimension institutionnelle que je me penche, mais il convient de noter que cela se fait en étroite relation avec des intérêts et des enjeux industriels et financiers, parfois très éloignés des logiques éditoriales, et exacerbés ces derniers temps par l'engouement plus ou moins général pour la « nouvelle économie ». Et ces logiques industrielles ont, semble-t-il, une importance sur la définition même de l'identité du journal ou du produit diffusé, même si on ne s'en rend pas compte. En effet, les sites Web *lesoir.be*, *www.liberation.fr* ou *tout.lemonde.fr* sont-ils respectivement les sites Web du *Soir*, de *Libération* ou du *Monde*, ou alors sont-ce là des publications électroniques des groupes de presse éditant ces quotidiens, qui entretiennent des liens avec les éditions imprimées, mais non nécessaires et obligatoires ? Partie intégrante du journal, excroissance ou nouveau produit ?

Il n'a pas été possible d'obtenir auprès des différents journaux des informations sur la logique d'articulation entre le Web et le quotidien. Toutefois, sur la base de l'observation et de la lecture des sites proposés, il est possible d'émettre l'une ou l'autre hypothèse. En effet, l'architecture d'un site ou même sa logique informatique et technique peuvent donner des indications sur la philosophie dans laquelle peut s'inscrire un tel site. Ainsi, le site du *Monde* a été en grande partie refait, relooké et réorganisé au cours du premier semestre 2000 : le site *www.lemonde.fr* est devenu *tout.lemonde.fr*. Ce changement d'adresse, anodin (probablement en partie dû à des facilités d'organisation des ressources informatiques du serveur), combiné au « relookage » de la page d'accueil marque, semble-t-il, une évolution dans les rapports explicites que peut entretenir l'édition électronique avec son « grand frère » de papier. Car on constate, dans le choix des rubriques proposées, que l'édition quotidienne

du *Monde* n'apparaît bel et bien plus que comme *un* des services⁹, un des contenus offerts à l'internaute par le site, aux côtés d'autres contenus/services que sont *Le Monde Interactif*, *Le Monde de l'éducation*, voire des services plus commerciaux comme la fourniture d'adresses électroniques ou d'accès à Internet.

Il est intéressant de constater que la plupart de ces rubriques ou sous-rubriques existaient dans le site ou dans le journal (ou les publications du Monde S.A.) avant le remaniement, et qu'on s'est en quelque sorte contenté de le déplacer dans la hiérarchie des pages et des liens accessibles à partir de la page d'accueil : elles ne sont plus « subordonnées » à l'information du quotidien.

La logique technique confirme ce « redéploiement », puisque les rubriques principales ont désormais leur adresse caractérisée par le premier mot de l'URL : *interactif.lemonde.fr*, *finances.lemonde.fr*, *sortir.lemonde.fr*, etc. et ne sont donc plus des *sous*-rubriques du journal. La partie du site reprenant spécifiquement les informations du journal *Le Monde* (indépendamment des rubriques spécialisées comme la finance, la culture ou des suppléments) a quant à elle pour adresse *info.lemonde.fr*. Le site semble consacrer, par cette restructuration et le rééquilibrage de ses différentes parties, le passage d'une logique où le site Web était *le site du journal* à une logique où le site Web est une sorte de vitrine beaucoup plus générale des différentes activités d'édition (électronique ou classique) du Groupe Le Monde S.A. Le site le dit d'ailleurs à peu près explicitement en proposant dans sa page d'accueil des liens vers des informations dans « *les [différents] sites du Groupe Le Monde* ».

Le site Web, objet polymorphe

Le cas du site assez vaste du Groupe Le Monde et des multiples services qui y sont proposés pose en filigrane la question du statut même d'un site Web

9. Remarquons que la partie « quotidienne » est elle-même redéfinie dans le site par rapport à la mise en forme de l'édition imprimée. Le quotidien imprimé reprend chaque jour une série de pages financières, culturelles, etc. Par contre, dans le site, la rubrique *info.lemonde.fr* se limite aux informations générales (politique, société, international), tandis que la finance ou la culture sont placées dans des sous-sites spécifiques (*finances.lemonde.fr*, *livres.lemonde.fr*, *sortir.lemonde.fr*) dont la mise à jour n'est pas nécessairement quotidienne. Les pages culturelles du site développent de plus une logique d'« accumulation » (livres présentés jour après jour dans l'édition imprimée), alors que l'information au sens strict remplace toujours celle de la veille et ainsi de suite.

en tant qu'objet médiatique. Car un site Web (il me semble intéressant de « dissocier » les notions de site Web — particulier — et « du Web » en général, pour les considérer à des niveaux différents) est un objet très particulier dont l'« existence médiatique » est difficile à préciser. Potentiellement, tout le monde peut faire « son » site, également accessible : le particulier égal à la multinationale¹⁰. On peut « tout » y mettre, au sens que les sites Web ne sont pas (encore ?) des objets socialement définis : il n'y a pas un contenu « obligé » et on y retrouve de ce fait tant de la publicité, que du commerce, de l'information, des créations ou des choses beaucoup plus privées. Souvent, un peu tout à la fois. L'ambiguïté tient au fait qu'un site Web est un « espace » ouvert, mais un espace virtuel au sens où il est susceptible de se plier à un certain nombre de projets différents (pas de « prédéfinition », de « préformatage » obligé). Un site Web peut être publicitaire, une vitrine ou un lieu d'information. Il semblerait que nous nous trouvions encore dans une phase relativement expérimentale du développement des sites Web par les particuliers, les entreprises, les organisations : même si on peut intuitivement dire que beaucoup de sites Web se basent sur des logiques proches les unes des autres (ne fût-ce que par imitation, copie, etc., donnant lieu à ce qui pourrait être des genres) ce n'est pas pour autant qu'a été définie une manière collective de les utiliser (« être dans le Web » semble une nécessité, mais on ne sais pas toujours « pour quoi faire »).

Un site Web est donc (encore) un espace « ouvert » où se pratique le mélange des genres et des projets de communication, faute peut-être d'un consensus social sur ce qui est « admissible » de la part de ce supposé espace médiatique (le débat existe, bien sûr, mais semble loin d'être tranché). Un site Web semble être (ou peut être perçu) comme un lieu qui concentre plusieurs fonctions de la communication (voir la théorie déjà ancienne de Roman Jakobson), puisqu'il permet à la fois de parler du monde comme de parler des partenaires de la communication ou de la relation qu'ils entretiennent, comme tout média (au sens large), en somme. À la différence que dans le cas des sites Web, il n'y aurait pas encore véritablement de « socialement admis » propre au Web et permettant une véritable intégration sociale des contenus véhiculés. Les débats qui existent actuellement concernant le contrôle ou l'interdiction de sites néonazis ou pédophiles témoignent d'une forme de négociation sociale

10. Cette vision idéaliste est cependant à nuancer fortement. Voir les remarques faites dans Campion et Lits (2001).

en cours, mais par défaut : il s'agit de définir ce que le Web n'est pas (ne doit pas être), mais pas tellement ce qu'il est.

Et ce constat fait pour les sites Web en particulier est à croiser avec la dimension d'Internet en général et sa façon de s'inscrire socialement comme moyen de communication de masse. L'Internet est un peu un objet schizoïde : il existe un discours social très actif à propos du « Web » en tant que totalité, mais sans qu'on puisse pour autant considérer qu'il corresponde à *une* réalité. Car les multiples sites qu'on y trouve définissent chacun à leur manière « leur » réalité de référence. Mêlant à la fois le local et le global, les discours, les récits, les contenus diffusés dans le Web sont confrontés à des difficultés théoriques d'identification de la réalité et des partenaires de la communication. À l'inverse des médias de *broadcast* traditionnels pour qui la diffusion au plus grand nombre dans une aire donnée constitue en soi — intrinsèquement, dirait-on si on ne craignait pas tomber dans le péché d'essentialisme¹¹ — une sorte de contrainte orientant le développement même des projets de communication. Internet est un outil qui présente de formidables potentialités techniques, qui restent encore à être en partie apprivoisées par la société. (Ce n'est pas parce que le Web permet une communication bidirectionnelle que ne peut par exemple pas se développer une logique basée au contraire sur la diffusion.) Or, les concepteurs, les créateurs et les utilisateurs de sites semblent hésiter, chercher leurs marques. Ce qui est techniquement possible n'est pas nécessairement socialement acceptable (ou même souhaitable si nous nous plaçons sur le plan de l'éthique).

À l'inverse des médias traditionnels qui se sont constitués autour d'un axe, d'une logique principale (qu'on pense à la logique de la diffusion et du nombre qui a accompagné le développement de médias tels que la presse ou la radio), le Web n'a pas de logique, ou plus exactement, en a plusieurs, parfois contradictoires. On peut reprendre ici les arguments avancés par Dominique Wolton par lesquels il montre que « pour l'essentiel, le Net n'est pas un média » (Wolton 1999 : 105) :

[...] pour qu'il y ait une *communication de type médiatique*, il faut un lien entre l'émetteur, le message et le récepteur, c'est-à-dire une représentation

11. Pour se rassurer, notons que l'histoire des techniques de communication s'est rarement montrée déterministe. Ainsi, le téléphone ne sert pas à retransmettre à domicile pièces de théâtre et concerts, alors que la TSF s'est développée sur le modèle du *broadcast*, deux choses inimaginables avant la Première Guerre mondiale (voir Flichy 1991).

de qui dit quoi, à qui, par quel message, avec quelle intentionnalité, et au travers de quelle réception, pour reprendre les catégories classiques de H. Lasswell (Wolton 1999 : 103).

Or, Internet en tant que tel n'a apparemment pas (encore ?) défini de telles représentations. On peut faire l'hypothèse que c'est chaque site Web qui, individuellement, à son échelle, définit les représentations dans lesquelles s'insère son discours. Ce qui, dans le cas de la presse en ligne, nous renvoie à une sorte de « nécessité » (à l'heure actuelle, on peut du moins le supposer) de référence aux modèles, voire aux institutions (« *Le journal* ») des médias traditionnels. Pour s'affirmer en tant que média (et non par exemple — c'est une hypothèse — en service uniquement commercial), les conquérants du cybermonde ont *besoin* des médias traditionnels, ne fût-ce que comme référence, comme horizon contradictoire. Autrement dit, que les sites d'information en ligne prétendent faire la même chose ou autre chose que les médias traditionnels, ils ont besoin de ces médias traditionnels pour affirmer leur « identité médiatique ». Peut-être le réseau est-il trop vaste pour que des formes de récit d'information puissent se démarquer clairement sans la couverture reconnue des médias d'information traditionnels ?

Dans son dossier consacré aux médias en ligne, le magazine *Yahoo ! Internet Life* cite les propos de Christophe Agnus, fondateur du magazine *transfert* qui présente la particularité d'articuler une version papier et une version en ligne : « en France, un journal n'est pas crédible s'il est uniquement sur le Web. Je pense qu'un Webzine ne peut pas exister sans support papier » (Mathé 2000 : 37). À noter qu'Yves Thiran va dans le même sens :

Si la nouveauté du support Internet est incontestable, son potentiel « révolutionnaire » reste sujet à caution. En pratique, l'Internet agit comme un aiguillon. Il ne génère une dynamique nouvelle que lorsqu'il bénéficie du relais des médias traditionnels (Thiran 2000 : 43).

Ce sont, en dernier lieu, ces médias traditionnels qui ont le dernier mot, triant parmi les *scoops* ou les ragots que peut véhiculer le réseau, leur donnant ou non une résonance, dit Thiran.

Ceci lui permet d'affirmer que la concurrence entre « nouveaux médias » et médias traditionnels n'est de ce fait bien souvent qu'apparente. D'autant que ceux-ci et ceux-là appartiennent peu ou prou aux mêmes groupes industriels. D'autres auteurs font le même constat, mais sur la base d'arguments différents. Ainsi, Franck Rebillard, sur la base d'une étude diachronique de

l'évolution de la presse spécialisée en multimédia à travers sa diversification sur des supports comme le cédérom et le Web, conclut qu'au terme de l'évolution (il recense trois phases sur lesquelles je reviendrai plus loin) des deux supports, le *modus vivendi* qui semble la plupart du temps adopté est celui de la *complémentarité* (Rebillard 2000 : 159). En effet, une fois dépassé le stade expérimental (une fois atteint le « régime de croisière », pourrait-on dire), « la version électronique constitue le complément pratique de la version papier » (Rebillard 2000 : 160).

La question de l'articulation entre les différents types de supports paraît donc un des enjeux essentiels de l'utilisation du Web comme média d'information. Le Web, si on suit ces auteurs, ne jouirait pas (encore ?) de l'autonomie nécessaire pour s'affirmer en tant que tel comme média d'information. Pour fonctionner, ainsi que pour permettre à l'analyste de l'aborder, il conviendrait donc d'intégrer la compréhension du réseau dans une sorte de zone médiatique indéterminée, que j'appellerai *zone intermédiaire*, reprenant ce concept intéressant aux chercheurs du Centre de recherche sur l'intermédialité (CRI). On peut en effet utiliser la notion d'*intermédialité* pour décrire la situation dont semble relever la presse en ligne, si on se base sur les observations exploratoires faites ci-dessus :

Transdisciplinaire par définition, l'intermédialité décrit l'intersection où se croisent les médias qui caractérisent la production culturelle contemporaine. Elle est à la fois un cadre d'étude empirique et historique [...] et un sujet de réflexion conceptuelle sur les implications discursives et épistémologiques de cette nouvelle interpénétration des médias qui existent simultanément dans une dimension locale et mondiale¹².

En faisant référence à André Gaudreault et Philippe Marion, j'émets ici l'hypothèse selon laquelle le réseau permettrait la naissance de nouvelles formes de récit d'information en tant qu'objet technique, mais pas encore en tant que « média autonome », à part entière. Il n'aurait pas encore « rendu tangible et crédible sa part d'opacité propre » à même de lui permettre de s'imposer comme

12. Extrait du texte de présentation de l'objet et des objectifs du CRI, site Web du centre. <http://cri.histart.umontreal.ca/cri/fr/presentation1.htm> (01/03/2000). La page n'est malheureusement plus accessible à l'heure actuelle, mais le nouveau texte de représentation reprend la même optique (<http://cri.histart.umontreal.ca/cri/fr/about.asp>, 11/07/2000). Si je reprends toutefois le texte plus ancien, c'est simplement qu'il m'apparaît comme présentant plus clairement les apports de cette notion à notre objet.

média autonome (Gaudreault et Marion 2000¹³). La presse en ligne existe en tant que dispositif technique de diffusion d'information, mais n'apparaîtrait pas encore comme institution reconnue de diffusion d'information.

Relevant de cette zone intermédiaire, le réseau est donc « obligatoirement » référé aux autres médias, qui servent en quelque sorte de « jauge », de grille d'évaluation, d'où peut-être certaines difficultés d'« affirmation identitaire » des sites de journaux en ligne. À l'échelle des sites analysés ci-dessus, on peut considérer que ce qui légitime cette information en ligne, ce sont bien les quotidiens de papier qu'on trouve derrière. Ce qui nous ramène à ce qui apparaît dès lors comme une *nécessaire* non-concurrence entre supports, évoquée ci-dessus (Thiran, Rebillard). Dans cette première étape vers une autonomisation (?) du récit d'information en ligne, le réseau reste d'abord dans un rapport de « subordination aux institutions environnantes » (Gaudreault et Marion 2000).

De plus, il est possible d'établir un parallélisme entre ce regard original sur la médiagénèse et les travaux de Rebillard sur la presse multimédia cités ci-dessus. La théorie de la double naissance des médias « s'appliquerait » en quelque sorte en partie dans ces observations empiriques. En effet, au cours de sa période d'observation, Rebillard découpe en trois phases l'évolution des journaux spécialisés quant à leur manière d'intégrer ces nouveaux supports que sont Internet et les cédéroms :

De 1994 à 1998, la presse consacrée au multimédia connaît trois grandes phases quant aux modalités de son extension sur cédérom et sur le Web. La première consiste en une série d'expérimentations originales [...] Mais ces tentatives tournent court, et très vite les nouveaux supports électroniques de la presse écrite vont être classiquement réorientés [...] jusqu'à ce que les cédéroms et les sites Web trouvent leur véritable complémentarité avec les éditions imprimées des revues [...] (Rebillard 2000 : 146)¹⁴.

Autrement dit, de l'exploration des (nombreuses) possibilités techniques du nouveau support (il identifie notamment multimodalité, interactivité et hypertextualité, ce qui se traduit par de l'archivage en ligne, la création de

13. Les auteurs développent la théorie de la *double naissance* des médias : une première fois en tant que dispositif technique et une seconde fois en tant qu'institution singulière (reconnaissance, « légitimation » et institutionnalisation progressive de ce qui n'était jusqu'alors qu'un nouveau procédé technique).

14. Notons que je résume ici fortement le propos de Rebillard, qui aborde d'autres questions. Pour plus de détails, se référer à l'article de l'auteur.

forums, etc.) laisse petit-à-petit place à une situation, peut-être moins riche, mais « stabilisée », où les différents supports y trouvent leur compte : l'information en elle-même serait plutôt laissée au support papier, la partie plus pratique au support Web. Replacée dans la perspective des sites que j'ai moi-même étudiés, on constate que c'est peut-être la voie que semble avoir choisi *Le Monde* et dans une moindre mesure *Libération*. L'information en soi, telle qu'on peut l'entendre dans un quotidien, n'est plus qu'une des dimensions offertes par tout.lemonde.fr, ai-je remarqué ci-dessus. Bien que n'ayant pas mené d'étude diachronique, je puis émettre l'hypothèse, en reprenant Rebillard, que *Le Monde* aurait cherché, à travers la récente restructuration de son site, à quitter une dimension plutôt « expérimentale » (phases 1 et 2) pour se rapprocher d'une articulation originale (phase 3) entre les deux supports. Le site tout.lemonde.fr n'est pas *Le Monde*, car il lui est complémentaire, offre d'autres choses, d'autres produits, mais lui reste assez fortement lié parce que ces mêmes produits n'auraient peut-être pas le même sens, la même légitimité s'ils ne « relevaient » pas du *Monde*.

Autrement dit, l'hypothèse que l'on peut faire, quant à l'évolution à venir de la presse en ligne est la suivante : elle resterait pour le moment dans cette zone intermédiaire, mais sous une forme plus stable. Elle doit sa reconnaissance sociale à la légitimité des médias traditionnels que l'on trouve derrière (« c'est le site de tel journal »), mais cette légitimité permet en même temps une certaine émancipation, une certaine autonomisation. Le site peut contribuer à offrir autre chose¹⁵, construit un rapport différent à l'actualité, mais qui n'aurait de sens que dans un rapport avec ce qui serait l'autre « face » du journal.

Ainsi, je parlais ci-dessus des possibilités pour la presse, à travers leurs sites Web, de s'inscrire par exemple dans un rapport de quasi-direct avec l'actualité. Mais on peut considérer, c'est du moins la proposition que je fais ici, qu'à l'inverse de la télévision (où le direct serait une fin en soi¹⁶), la possibilité

15. Mais notons toutefois, et on rejoint ici encore les constats de Rebillard, que la possibilité technique n'entraîne pas nécessairement un usage. Ainsi, les sites observés offrent rarement *autre chose* que du texte, n'utilisant que très peu les possibilités de la multimodalité (images, sons, vidéo), en dehors peut-être de *www.liberation.fr* qui permet de (re)voir différents événements (concerts, interviews, débats) en direct ou en téléchargement (<http://www.liberation.fr/libetv/index.html>).

16. Le direct télévisuel aurait par exemple une forte dimension autoréférente : ce qui légitime, qui fait l'intérêt du direct est *précisément* que ça ce passe en direct. Edmond Couchot a ainsi décrit la fascination du direct « où l'on assiste de loin aux événements

d'utiliser ces logiques de structuration temporelle différentes aurait du sens avant tout par rapport au média « de référence ». L'actualisation régulière (plusieurs fois par jour, voire par heure) du site d'un quotidien est ainsi un « plus » en regard de la logique habituelle du quotidien.

Conclusion réflexive : la notion de *média* comme grille de lecture ?

Les éclairages que peut apporter la notion d'intermédialité sur les questions soulevées ici suscitent d'autres interrogations, qui concernent plus largement la manière dont il est aujourd'hui possible au chercheur, à l'observateur de la vie des médias, d'aborder et de conceptualiser un objet comme Internet. On revient à la question de départ : comment appréhender le Web dans l'espace médiatique ?

En effet, premièrement, si les médias en ligne peuvent (doivent) se référer aux médias traditionnels afin de définir leur identité médiatique, on peut poser la question de à quoi référer « le reste » du réseau, tout ce qui ne relève pas à strictement parler de la presse d'information (sites promotionnels, sites d'entreprises, pages personnelles, institutions, *e-commerce* ou *e-banking*, mais aussi forums, cyberbavardages, etc.) ? Il est vrai que l'on peut considérer que chacune de ces formes d'utilisation du réseau réfère plus ou moins implicitement à d'autres modèles de communication ou références institutionnelles existant par ailleurs (la publicité, la banque, le café du commerce, etc.). Le réseau apparaîtrait alors comme multiforme, multiréférencé (c'est-à-dire que chaque usage appelle un champ de référence différent, en provenance de domaines extérieurs à la nouvelle technologie¹⁷) : d'où l'intérêt de la notion d'intermédialité.

Mais la question qui se pose si on adopte cette perspective proposée par Gaudreault et Marion, est de savoir dans quelle mesure une *autonomisation* des pratiques et institutions du réseau serait réellement possible, afin de considérer qu'Internet permette finalement une perspective *médiacentrée*, c'est-à-dire capable de générer lui-même ses procédures et institutions de reconnaissance et légitimation de son usage en tant qu'institution (éventuellement) médiatique. Car les procédures et dispositifs qui émergent petit-à-petit ne sont-elles pas trop incompatibles, simplement parce que référant

les plus spectaculaires et à leur irréversibilité fatale, en qualité de témoin impuissant jouissant de son impuissance » (Couchot).

17. Concrètement : « évaluer » la presse en ligne en rapport à la presse classique, etc.

à des univers par trop différents ? Si on se réfère à nouveau à Rebillard, il semblerait que dans le cas de la presse, cette autonomisation ne soit pas réellement possible.

Mais dans ce cas, la notion du réseau comme objet unifié, d'Internet comme *média*, n'aurait dès lors pas tellement de sens, le réseau constituant précisément une zone intermédiaire de croisement (sur un même support) de différentes logiques autonomisées les unes par rapport aux autres et reconnues non en référence au réseau mais par rapport aux pratiques référentielles (presse, banque, pub...). On est plus près du *plurimédia* que de l'*unimédia* décrit par certains. À vouloir « à tout prix » rapprocher *média* et *Internet*, on risque en effet de limiter la définition d'un média à des dimensions uniquement techniques, seules à même de réunir les projets et objets disparates que l'on trouve dans le réseau. Or, c'est précisément l'inverse que nous disent Gaudreault et Marion, et c'est pour ça que leur théorie est intéressante pour aborder ce type de « produits » médiatiques...

Cela m'amène à soulever une seconde question, qui est plus d'ordre épistémologique. Ci-dessus, en faisant référence à plusieurs auteurs, j'ai montré comment la presse en ligne avait besoin des médias traditionnels afin d'établir sa propre légitimité. Mais on peut noter, peut-être de façon provocante, qu'il en est de même pour l'analyste. En effet, je l'ai précisé au début de cette réflexion, j'ai choisi de me baser au départ sur les sites Web de journaux qui développaient par ailleurs une édition imprimée. Pour des raisons de facilité, de circonscription de l'objet, de définition. Mais on peut considérer ce postulat de départ comme *biaisé* par cette notion peut-être encombrante de *média*, parce que, partant, il n'est pas possible d'aborder notre objet sans référer explicitement aux modèles des médias plus traditionnels. Le chercheur a également besoin — comme le message — de cette notion de média comme horizon contradictoire, comme outil conceptuel permettant de définir « de quoi il parle » (ne fût-ce que par défaut). D'où peut-être aussi une partie de nos conclusions : la presse en ligne aurait besoin de la presse traditionnelle, faute de cadre conceptuel pour la comprendre en-dehors de ces références rassurantes.

Cela n'est en soi pas gênant dans la mesure où, dans le cadre d'une démarche qui pose la question des *spécificités* du récit d'information en ligne, il convient de définir des termes de comparaison (*spécificité par rapport à quoi ?*). Mais il est nécessaire, me semble-t-il, d'être conscients de ce genre de limites lorsqu'on cherche à étudier les objets se situant à la limite des cadres d'analyse connus et reconnus.

Références

- Antoine, F., et B. Grevisse, 1998, « Le journalisme aux risques d'Internet. Vers de nouveaux métiers de l'information ? », *Louvain*, 87, avril 1998 : 19-23.
- Campion, B., et M. Lits, 2001 (à paraître), « Vers une mondialisation de la communication ? », dans J. Delcourt et Ph. de Woot (dir.), *Globalisation. Babel ou Pentecôte ?* Louvain-la-Neuve, UCL/ESPO (Faculté des Sciences économiques, sociales et politiques).
- Couchot, E., « Un fracassant Big Bang », *Cinémas*, 1, 3.
- Flichy, P., 1994, « Multimédia, objet-valise ou objet-frontière », *Futuribles*, 191, octobre 1994 : 5-10.
- , *Histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée*, Paris, La Découverte, 1991
- Gaudreault, A., et Ph. Marion, 2000, « Un média naît toujours deux fois... », *Sociétés et représentations*, 9.
- Marion, Ph., 1995, « Propositions pour une médiatique narrative appliquée. Lecture d'un reportage photographique de *Paris Match* » : 156-180, dans J. Baetens et A. Gonzalez (dir.), *Le Roman Photo*. Amsterdam, Rodopi.
- Mathé, B., 2000, « L'info à la carte », *Yahoo ! Internet Life*, 2, avril 2000 : 34.
- Rebillard, F., 2000, « La presse multimédia. Une première expérience de diversification de la presse écrite sur cédérom et sur le Web », *Réseaux*, 101 : 141-171.
- Thiran, Y., 2000, *Sexe, mensonges et Internet (Réseaux et transparence)*. Bruxelles, Castells-Labor.
- Wolton, D., 1999, *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*. Paris, Flammarion.