**Université Abderrahmane Mira « Bejaia » Faculté des Sciences Humaines et Sociales Département Science de l’Information et de Communication**

****

**Support pédagogique destiné aux étudiants de Licence 3 Information**

**Intitulé du module :**

**Techniques de rédaction dans la presse électronique**

**Élaboré par M. SAHNOUN Nasreddine - Maître de conférences classe B**

**Année universitaire 2023/2024**

**Informations sur le cours**

Etablissement : Université Abderrahmane MIRA, Bejaia Faculté : Sciences Humaines et Sociales Département : Information et Communication. Intitulé de la matière : Techniques de rédaction dans la presse électronique. Unité d'enseignement fondamentale Public cible : 3ème année Information. Coefficient : 03 Crédits : 5 Durée : 14-16 semaines Horaires : 45 heures Enseignant :Dr Nasreddine SAHNOUN Enseignement : Cours et TD Contact: [nasreddine.sahnoun@unive-bejaia.dz](mailto:nasreddine.sahnoun@unive-bejaia.dz) Disponibilité : Au Département: Samedi et Dimanche, de 12h00 -13h00

I

**Présentation du cours**

La conquête du cyber frontière a généré l'appellation de « l’information et la communication numérique ». Ce concept désigne une nouvelle ère socioéconomique, postindustrielle, qui a transformé les relations et les pratiques sociales et professionnelles du fait de la diffusion généralisée des technologies de l'information et de la communication.Désormais, le rythme des activités au sein des médias et particulièrement de la presse suit automatiquement la cadence du développement des techniques d’information et de communication, qui deviennent au fil de temps inévitable. Le cours « techniques de rédaction de la presse électronique » vise à comprendre la nature des évolutions et mutations apportées par la technologie numérique sur le plan de la rédaction journalistique. Il esquisse un ensemble de connaissances dont le but est de consolider les acquis théorique et pratiques de l’apprenant au sujet des techniques de rédaction dans la presse. Ce cours s’adresse aux étudiants licence 3 information. Il leur permet d’identifier les différentes règles et techniques de rédaction journalistique, d’acquérir une lisibilité rédactionnelle dans le domaine de la presse électronique. Il permet une conceptualisation dialectique entre les deux dimensions d’apprentissage à savoir la théorie et la pratique permettant ainsi, de se familiariser avec les outils nécessaires pour la maîtrise de techniques et règles rédactionnelles dans la presse électronique. Orientée vers un axe très dynamique en sciences de l’information et de la communication, ce cours sera principalement dirigé à décortiquer les nouvelles dispositions, règles et techniques rédactionnelles engendrées par l’ère de numériques au sein de l’activité de la presse. Si, il est inspiré en majorité du programme proposé dans le canevas de Licence Information, certains ajustements et modifications ont étaient apporté prenant en considération l’environnement et dynamique générale de la spécialité en question.

**3- Contenu du cours**

Le cours est reparti en six grandes unités d’apprentissage qui proposent une mise à jour succincte des enseignements antérieurs, tout en permettant d’acquérir des compétences en matière de rédaction journalistique numérique. Chaque unité d’apprentissage est scindée en thèmes traitant d’un contenu pédagogique qui permet l’assimilation des concepts clés et la réalisation des objectifs opérationnels en relation avec votre domaine d’apprentissage « l’information ».

II

Cette assimilation est ponctuée par des tests d'apprentissages qui cernent les concepts et notions mises en œuvre. L'ensemble des unités d'apprentissage sont décrites ci-dessous. Le plan détaillé du cours est disponible en accédant au cours en ligne via l’espace de formation E Learning.

**Introduction générale**

L’introduction se veut comme une description générale de l’environnement informationnel et communicationnel avec l’explosion de la communication et l’évolution des pratiques informationnelles vers le numérique, particulièrement la presse.

**Axe I : Contexte historique évolution des moyens de communication**

La première partie constitue un recueil d’informations et de données qui se présente sous la forme d’une approche historique qui retrace d’une manière assez exhaustive les différentes évolutions des moyens d’information à travers l’Histoire, avec cependant un accent mis sur l’Histoire de la presse écrite.

**Axe II : La presse écrite règles et techniques de rédaction**

La deuxième unité d’apprentissage s’articule autour des bases fondamentales sous-jacentes à la rédaction journalistique et les composantes d’un article de presse. L’unité est consolidée par une compilation assez généraliste des diverses catégories journalistiques.

**Axe III : La presse en ligne genèse et évolutions**

Dans cette partie nous allons aborder la définition de la presse électronique, retracer les différentes étapes d son apparition et de son développement, avec un accent mis sur la corrélation entre l’apparition d’internet et le développement de la presse en ligne. **Axe IV : Les particularités de la presse électronique**

Ce quatrième axe présentera les caractéristiques particulières de la presse électronique.

**Axe V : La presse électronique et le virage rédactionnel**

Il sera question dans cette partie d’identifier et d’énumérer les évolutions et changements subies par la presse électronique sur le plan du contenu informationnel et particulièrement rédactionnel.

**Axe VI : Le journalisme web, une activité en plein mutations**

Le sixième et dernier axe sera consacré à l’activité du journalisme sur le web, l’énumération des mutations qu’elle enregistre, de usages et de adaptations qu’elle entretienne à l’intérieur d’un environnement socio-professionnel hybride.

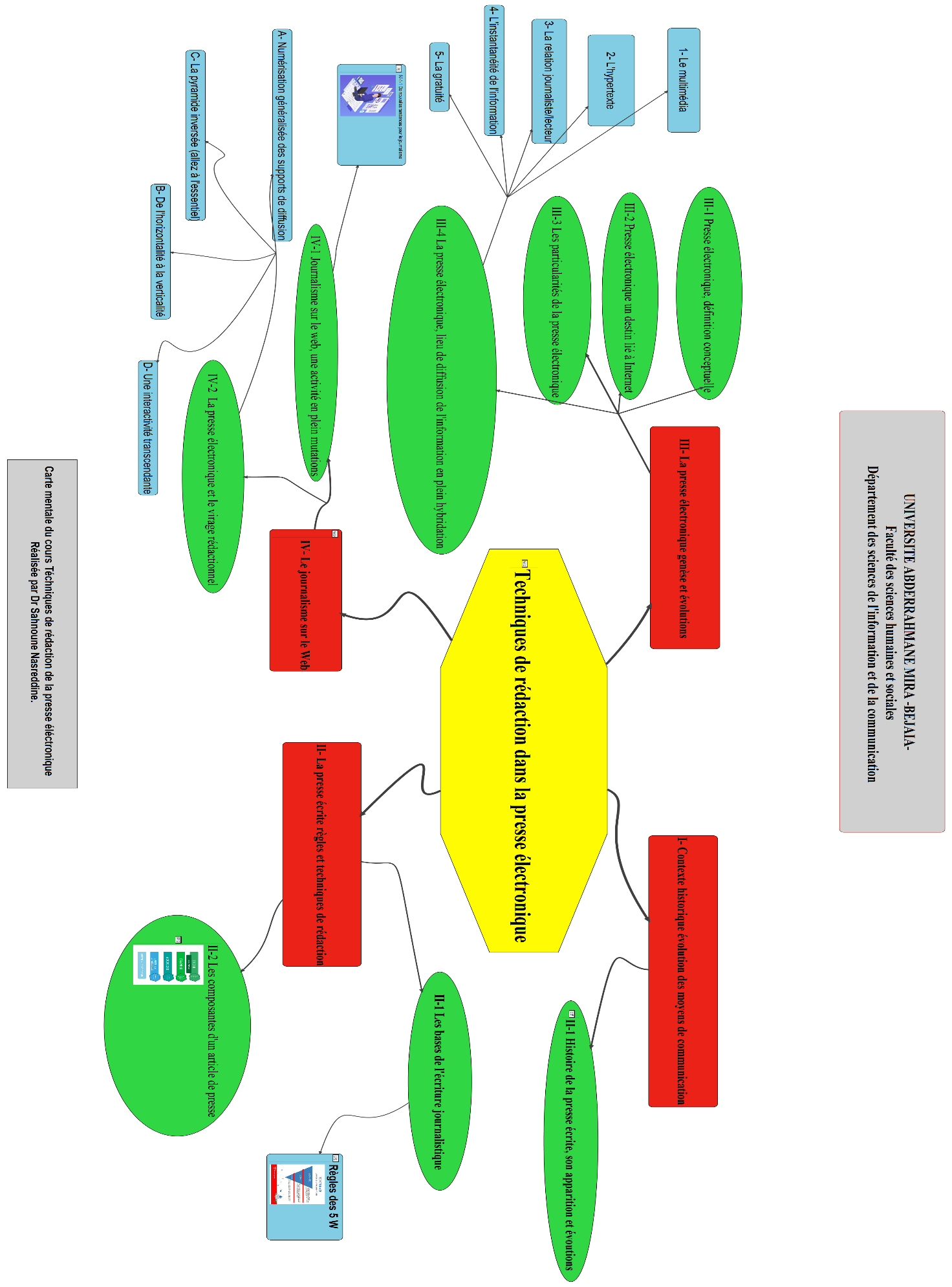
. III

**Objectifs généraux du cours**

Ce cours est destiné aux étudiants L3 information. Le but étant d’initier les étudiants aux différentes techniques de rédaction journalistique, acquérir les règles de lisibilité rédactionnelle. Au-delà de cet apprentissage, il détaille les techniques les plus récentes d'adaptation de l'écriture aux nouveaux défis des entreprises de presse avec cependant un accent sur les techniques de rédaction dans la presse électronique. Il convient de préciser qu’en parlant de presse en ligne nous faisons référence aux versions en ligne des médias imprimés.

IV

**Figure 1 : Carte conceptuelle du cours**



**Source : Élaborer par l’auteur**

V

**Les prérequis**

Pour pouvoir tirer le maximum de ce cours, l’apprenant est censé détenir :

* Une connaissance assez exhaustive des différentes règles et techniques de rédaction dans la presse écrite et audiovisuelle.
* Détenir des notions de base en informatique (utiliser un ordinateur au quotidien pour naviguer sur Internet, gérer votre courrier (mail), manipuler des fichiers (photos, vidéos, document, etc.), échanger et partager des informations avec les autres, savoir utiliser les fonctions de base de la bureautique, ...

**Visées d’apprentissage**

La compétence visée par ce cours, dans son ensemble, est : « d’être capable de rédiger un contenu informationnel précisément pour la presse électronique avec la maitrise des techniques propres à ce domaine ». C’est un exercice constructif qui implique la mobilisation des savoirs, la mise en œuvre des savoir-faire associées à un savoir-être de professionnel. …….

A l'issue de ce cours, l’étudiant sera capable de,

* **En termes de savoir :**
* D’identifier et de définir les caractéristiques rédactionnelles de la presse en générale et de la presse électronique en particulier.
* De connaître les différentes évolutions rédactionnelles dans la presse électronique.
* **En termes de savoir faire**
* D’élaborer et d'organiser un contenu informationnel pour la presse électronique.
* De structurer un article de presse électronique.
* D'adapter et d’appliquer les différents genres journalistiques à un contenu informationnel de la presse électronique.
* **En termes de savoir être :**
* D’initier l'apprenant quant au monde professionnel du journalisme en ligne et le respect des règles et techniques rédactionnelles journalistiques.

VI

**6- Modalités d’évaluation des apprentissages**

L’évaluation finale sera calculée sur la base :

**A- Un examen final sur table,** qui porte sur l’ensemble des éléments abordés et expliqués le long du cours pendant le semestre.

* Lors de cet examen, les étudiants auront à répondre à une ou plusieurs questions en relation direct avec le contenu d’apprentissage. Cet examen compte pour 50% de la note finale.

**B- Concernant les modalités d’évaluation du contrôle continu TD**

Cette évaluation correspond à l’autre moitié de la note globale (50%). En plus des exposés oraux présenté en présentiel lors des TD, un travail pratique est demandé à titre individuel visant une mise en application des enseignements et des acquis engrangés lors des unités d’apprentissage. Ce dernier consiste à la rédaction d’un genre journalistique en appliquant les bases de rédaction expliquées pendant les cours, tout en adoptant les nouvelles règles dictées par le virage rédactionnel dans la presse électronique. Le projet individuel est attribué après 8 semaines d’apprentissage, il sera évalué selon les critères suivants :

* Respect des délais de réalisation et de remise des travaux.
* La qualité de production
* La clarté du travail en considérant les étapes suivies pour l’aboutissement au résultat escompté et peut être pertinent en suivant les consignes données, à savoir : Respect et application des règles fondamentales d’écriture journalistique. Adoption des aspects et techniques de rédaction en ligne.

Outre les présentations orales et les travaux pratiques, d’autres critères et éléments seront comptabilisés dans l’évaluation continue, à savoir : la participation pendant les séances d’apprentissage et la dynamique apportée au sein du groupe. La note finale « moyenne générale » est repartie comme suite :

Figure N°2 : Modalités d'évaluation généraleSchéma établi par SAHNOUN Nasreddine

**LA NOTE FINALE QUI ASSURERA LA VALIDATION DE CETTE MATIÈRE DOIT ËTER SUPERIEURE OU EGALE A 10.**

VII

**Liste des figures**

|  |  |
| --- | --- |
| Figure N° 1 : Carte conceptuelle du cours | V |
| Figure N° 2 : Modalités d'évaluation générale | VII |
| Figure N°3 : Évolution des moyens de communication à travers l’histoire | 14 |
| Figure N° 4 : Nature des plans d'un article de presse | 18 |
| Figure N° 5 : Processus de fabrication de l’information | 19 |
| Figure N° 6 : La loi de proximité | 39 |
| Figure N° 7 : Titres, types et styles | 41 |
| Figure N° 8 : La pyramide inversée | 41 |
| Figure N° 9 : Les différentes étapes de rédaction web | 45 |

VIII

**Liste des abréviations**

|  |  |
| --- | --- |
| **TIC** | Technologie de l’Information et de Communication |
| **ARPANET** | Advanced Research Projects Agency Network |
| **UCLA** | University Of Calofornia |
| **DARPA** | Defense Advanced Research Projects Agency |
| **NCP** | Network Control Protocol |
| **Le système TCP/IP** | Transmission Control Protocol/Internet Protocol |
| **BBS** | Bulletin Board Systems |
| **NSFNET** | The National Science Foundation Network |
| **WWW** | World Wide Web |
| **CERN** | Centre Européen de Recherche Nucléaire |
| **AFP** | Agence France Presse |
| **PQN** | Presse Quotidienne Nationale |
| **APS** | Agence Presse Service |
| **ADN** | Acide désoxyribonucléique |
| **ANRAV** | Agence Nationale Régulation Audio-Visuelle |
| **SNTF** | Société National Transport Ferroviaire |
| **ANEP** | Agence Nationale d’Edition et de Publicité |
| **SEO** | Search Engine Optimization |
| **URL** | Uniform Resource Locator |

IX

**Sommaire**

[Introduction générale 12](#_Toc156048657)

[Chapitre I : Historique d’évolution des moyens d’information et de communication 14](#_Toc156048658)

[1.1 Histoire de la presse écrite, son apparition et évolutions 15](#_Toc156048659)

[Chapitre II : La presse écrite règles et techniques de rédaction 17](#_Toc156048660)

[**2.1 Les bases de l’écriture journalistique 17**](#_Toc156048661)

[**2.2 Les composantes d’un article de presse 18**](#_Toc156048662)

[**Figure N° 4 : Nature des plans d'un article de presse 18**](#_Toc156048663)

[**2.3 La typologie des genres journalistiques 19**](#_Toc156048664)

[**1.3.1 L’information commentée 19**](#_Toc156048665)

[**1.3.2 L’information rapportée 20**](#_Toc156048666)

[Chapitre III : La presse en ligne genèse et évolutions 25](#_Toc156048667)

[**3.1 Presse en ligne, définition conceptuelle 26**](#_Toc156048668)

[**3.2 Presse électronique un destin lié à Internet 28**](#_Toc156048669)

[Chapitre IV : Les particularités de la presse électronique 32](#_Toc156048670)

[**4.1 Les typologies de la presse électronique 34**](#_Toc156048671)

[Chapitre V : La presse électronique et le virage rédactionnel 36](#_Toc156048672)

[**5.1 Les nouvelles base rédactionnelles dans la presse électronique 36**](#_Toc156048673)

[Chapitre VI : Le journalisme web, une activité en plein mutations 47](#_Toc156048674)

[**2.1 Les nouveaux usages et adaptations du journalisme web 50**](#_Toc156048676)

[VI Conclusion 54](#_Toc156048677)

[Références bibliographiques 56](#_Toc156048678)

X

# Introduction générale

*Postulats : « Besoin et mère de l’invention ou l’innovation ».* *L’esprit comme la nature a horreur du vide. (Victor Hugo 1869) ».[[1]](#footnote-1)*

L’explosion de la communication est un symbole fort de la mondialisation, l’interaction généralisée des systèmes d’information et de communication constitue sûrement l’une des principales facettes de cette mondialisation. En effet, il est possible de communiquer instantanément à l'autre bout de la planète. Ce processus d’interaction a été notamment accéléré par l’apparition d’l’Internet qui se présente comme une formidable technologie d’information et de communication en plus d’être un moyen d'unification des cultures et de brassage des populations. L’incroyable développement des communications modernes et des technologies de l'information avec la dimension globale qu’il engendre, permet de partager simultanément savoir et culture où que l'on soit dans le monde. Cela eu un impact croissant sur la façon dont les entreprises, les organisations, les hommes et les cultures fonctionnent et interagissent que ce soit au niveau local ou global.

Cette dimension de globalisation via le rapprochement informationnel et communicationnel a été illustrée depuis des années durant. Parmi les pionniers à y avoir fait allusion Marshal Macluhan. Ce dernier*,* devint célèbre, en 1964, dès la parution de son livre « Pour comprendre les médias », non pas, certes, en proposant aux chercheurs une approche originale ou une théorie plus féconde, mais parce qu’il annonçait la fin de l’enfer de la pensée écrite et abstraite, la « retribalisation » de l’humanité grâce à la télévision, le « village global » pour bientôt, le jour où les satellites cesseraient de porter des bombes pour permettre enfin aux hommes de mieux « communiquer » les uns avec les autres. Les épigones de Macluhan, aujourd’hui, sont légion. Encouragés par les ingénieurs, ils voient dans les expériences menées avec les nouveaux médias, avec des engins spatiaux ou avec ces outils expérimentés, des grandes villes du monde un premier pas vers la communication de tout un chacun avec tous et inversement.

Philipe Breton et Serge Proulx[[2]](#footnote-2) considèrent que la diffusion à grande échelle des informations et l’explosion de la communication remontent à l’irruption des premiers outils électroniques. Ils affirment que l’optimisation et le déterminisme de l’activité numérique créent une nouvelle idéologie multidimensionnelle. La production de l’information se distingue par sa capacité de réunir plusieurs domaines ; il s’agit d’une hybridation et d’une diversification des méthodes de production, mais aussi des usages.

La notion d’usage sous-entend une dynamique interactionnelle mobilisant des acteurs et des activités de manipulation et d’exploitation de dispositifs info-communicationnels.[[3]](#footnote-3) L’usage constitue une utilisation stabilisée d’un objet, d’un outil, pour obtenir un effet.[[4]](#footnote-4) L’avènement d’Internet et des technologies web constituent l’une des rampes de lancement réussies du numérique, suivies par d’autres développements d’outils accessibles au grand nombre d’usagers. Cette période est marquée par l’utilisation croissante des micro-ordinateurs, d’outils logiciels et de smartphones qui favorisent l’usage par un accès direct aux ressources informationnelles. De plus, les évolutions logicielles, avec le développement d’interfaces spécialisées, ont permis la couverture d’un champ beaucoup plus large, accessible aux usagers, quels que soient leurs niveaux et leurs besoins. Depuis la baisse continuelle des prix du matériel et des logiciels, l’amélioration des moyens de stockage, d’exploitation et de communication, la prolifération et l’usage des TIC n’ont cessé de se généraliser.[[5]](#footnote-5)

La presse électronique n’est pas en reste de cette nouvelle dynamique. Étroitement lié à l’apparition, développement puis généralisation du réseau d’internet et de ses usages, avec l’ensemble des remous et bouleversements que cette technologie a engendrée dans le domaine de l’information et de la communication, la presse électronique vie aux rythmes de ces évolutions. En effet, l'univers de la presse et, surtout, de la diffusion des informations n'a pas échappé à cette redéfinition, il est considéré comme l'un des domaines les plus touchés par l'avènement d'Internet.

# Chapitre I : Historique d’évolution des moyens d’information et de communication

Les médias et la communication ont traversé de nombreuses étapes historiques depuis l’ère de la communication non verbale, des dessins et symbole des différentes civilisations humaines passé par l’ère du langage et de la parole humaine, puis au stade de l’impression par Gutenberg et au début des médias de masse sous toutes leurs formes. Pour enfin connaître l’émergence de l’Internet, de la communication numérique et divers TIC.

Depuis toujours, l’homme a eu soif de nouvelles, à la fois exactes, fraîches et complètes, et par conséquent, il a inlassablement cherché à développer et adapter des dispositifs et des techniques afin d’y parvenir. Ainsi, des siècles durant, humain, comme TIC ont toujours vécu au grée et aux rythmes des évolutions des moyens d’information et de communication et de leurs usages.

**Figure N°3 : Évolution des moyens de communication à travers l’histoire**

Source : Élaborer par l’auteur

# 1.1 Histoire de la presse écrite, son apparition et évolutions

L’invention de l’imprimante marqua un virage important avec l’établissement graduelle d’une forme de démocratisation de l’accès au savoir et par-dessus tout à l’information, qui était autrefois, exclusivement restreint à une certaine élite, « la bourgeoisie, l’Eglise ». Elle marqua aussi l’éclosion de la presse écrite qui suivra un processus d’évolution technologique soit, sur la forme ou le contenu.

La plupart des chercheurs s'accorde à situer l’apparition de la presse écrite aux milieux de 15 siècle. Ces derniers conviennent à définir la presse écrite sur la base de trois critères :

* L'utilisation de l'imprimerie (et donc de la presse d'imprimerie, la machine servant à imprimer).
* La périodicité (Le temps), publication régulière (lien entre le journaliste et le lecteur, rendez-vous fixe).
* Le troisième élément n’est autre que l’humain : un rédacteur.[[6]](#footnote-6)

Depuis ses débuts, la presse écrite est passée par diverses étapes que nous pourrions résumer dans les points suivants :

* Théophraste R-Enaudot fondateur de la Gazzette (1631), comme le premier journaliste au sens moderne du terme (recueille d’information venant de la Cour de Paris et de l’étranger, lutte pour la vérité).[[7]](#footnote-7)
* Journalisme (comme métier rémunéré) salarié apparition vers 18 siècle.
* Révolution Française, liberté d’expression et d’opinion affirmée par la Déclaration des droits de l’Homme et du Citoyen (26 aouts 1789) qui pose les fondements concrets de cette profession.
* Première guerre mondiale, apparition des premiers syndicats, l’entre-deux guerres ; Prémisse d’une structuration de la profession sur un plan juridique.
* Définition Tautologique : identité sociale floue et vague du métier de ces contours, circoncis autour de l’exercice du métier sans en définir les savoir ou savoir-faire requis, les compétences…qui selon Ruellan[[8]](#footnote-8) demeure un univers fluide, aux modes des gestion flous, tributaire des conjectures politiques et économiques. [[9]](#footnote-9)Profession ouverte mêlant autonomie de la pensée (caractère libéral) et contraintes du salariat. Les démocraties libérales ne reconnaissent pas l’exclusivité de la liberté de parole.
* La presse écrite vivra au rythme des évolutions et transformations technologiques que connaitra l’humanité et le domaine et métiers de l’information et de la communication et donc, plusieurs mutations, sur la forme et la périodicité.
* Au début la presse écrite était surtout : (Occasionnel, mensuel, hebdomadaire...Passé par une presse quotidienne et de plus en plus spécialisée et enfin arrivée à la presse en ligne développée vers la fin des années 90 qui va dessiner les grands traits de la presse d’aujourd’hui (Presse Numérique ou Digital).
* Le développement de l'imprimerie dans la deuxième moitié du XVe siècle favorise l'apparition de certaines formes comme :

Libelle, feuille pliée en quatre et de caractère souvent diffamatoire, du placard et de l'almanach.

Libelle : Court écrit satirique, diffamatoire.

Placard : (au début caractère religieux) est un [avis](https://fr.wikipedia.org/wiki/Opinion) écrit ou imprimé qu'on affichepubliquement.

L’almanach :Lecture très populaire et figuraient après la [Bible](https://fr.wikipedia.org/wiki/Bible) parmi les ouvrages les plus imprimés et les plus lus. Désigne un calendrier comportant des indication astronomiques et météorologiques ainsi que des renseignements d’ordres variés.[[10]](#footnote-10) Un almanach peut-être : un [calendrier](https://fr.wikipedia.org/wiki/Calendrier) reprenant les grandes dates du calendrier, les fêtes religieuses, portant des [éphémérides](https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89ph%C3%A9m%C3%A9ride_(astronomie)) telles que les [phases de la lune](https://fr.wikipedia.org/wiki/Phases_de_la_lune) ou la durée des jours (calendriers lunaire et solaire).une publication annuelle contenant des renseignements divers, tels que des recettes de cuisine ou des trucs et astuces. Ils étaient traditionnellement diffusés par des [colporteurs](https://fr.wikipedia.org/wiki/Colportage), et lus par un public majoritairement populaire[[11]](#footnote-11)

* L’âge d’Or, (fin de XIX et milieux de XX e siècle), la presse écrite a connu une véritable explosion comme vecteur d'information à la fin du [xixe siècle](https://fr.wikipedia.org/wiki/XIXe_si%C3%A8cle) et au début du [xxe siècle](https://fr.wikipedia.org/wiki/XXe_si%C3%A8cle). Elle occupa une position de [monopole](https://fr.wikipedia.org/wiki/Monopole) de fait, avant que la [radio](https://fr.wikipedia.org/wiki/Radiodiffusion) et la [télévision](https://fr.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9l%C3%A9vision) ne s'imposent, à leur tour, sur le marché des [médias](https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9dia). En France, la [loi sur la liberté de la presse](https://fr.wikipedia.org/wiki/Loi_du_29_juillet_1881_sur_la_libert%C3%A9_de_la_presse) est promulguée le 29 juillet 1881.
* Enfin, naissance et généralisation de la presse électronique, avec l’apparition, développement, puis généralisation de la technologie d’Internet.

# Chapitre II : La presse écrite règles et techniques de rédaction

Le journaliste produit de l’information avec ce qu’il voit et ce qu’il entend. Mais quand il transmet les faits qu’il observe, il donne une forme à son exposé. C’est la définition même de l’information : mettre en forme, du latin in formatio, in-forme … etc.[[12]](#footnote-12)

La production de « nouvelles » ne se limite donc pas à la relation des faits. Il y a dans le champ de l’information un éventail de formes journalistiques aussi large que la distance entre l’observation et l’interprétation.[[13]](#footnote-13)

Les différentes techniques de journalisme consistent tout d’abord à rechercher l’information, puis à la vérifier par des recoupements entre plusieurs sources. Le journaliste doit observer une neutralité dans sa sélection de sources.

Toute une chaine de rédaction collabore dans la réalisation d’un article (reporteur, rédacteur en chef, l’imprimeur, le correcteur. Cette organisation classique a été bouleversée par l’avènement de la presse en ligne, voir par la suite).

## **2.1 Les bases de l’écriture journalistique**

L'écriture journalistique est une forme d'écriture basée sur la transmission de l'information. Elle nécessite de respecter de nombreux critères et de règles comme par exemple :

* La définition de l'angle ;
* Le respect de la ligne éditoriale ;
* Une qualité d'écriture irréprochable, transmission de l'information claire et concise etc…
* L’objectivité, ne pas prendre parti…

La rédaction d’un article journalistique obéit à un distinguo assez binaire, avec d’un côté les faits, rapportés factuellement, et de l’autre le commentaire des faits, le moins subjectif possible. La rédaction journalistique obéit à la règle dites des « 5 W » : qui, quoi, où, quand et pourquoi ? Ou les bonnes questions : qui constituent la règle d’or de tout article. Ces questions permettent de faire un tour d’horizon factuel de l’évènement décrit. On peut y ajouter deux interrogations complémentaires : comment ?

Who ? Qui est concerné ? What ? Que se passe-t-il ?Where ? Où cela se passe-t-il ?When ? Quand cela se passe-t-il ?Why ? Pourquoi ? Quelle est la motivation ou l’enjeu ?

## **2.2 Les composantes d’un article de presse**

Un article de presse contient généralement :

* Un titre, qui doit de préférence être accrocheur : exemple : « Un Coup de Poker », « Comment perdre 5kg en un mois » ?
* Un (des) sous-titre (s),
* Un chapeau (résumé de l’article en quelques lignes),
* Une attaque (une introduction courte, concise), souvent le « qui – quoi – quand » ;
* Le corps de l’article, (développement, argumentaire)
* Un développement souvent découpé en sous-parties par des intertitres (mise en valeur d’une idée, reliée à un sujet) et une chute : conclusion, interrogation ou note d’humour.

Le plan de l’article peut être d’ordre chronologique ou explicatif (causes, conséquences). Exemple : le sujet des inondations qui se répète chaque année avec l’arrivée de la saison hivernal, pourrait prendre une forme explicative (cause et conséquence en expliquant les différentes causes et responsabilités de chacun…). Ou bien, chronologique : le même sujet inondation de 2001, déroulé la chronologie des événements, la veille, un ciel noir, fortes rafales de vent glacial, alerte météo…5h du matin : première goutte de pluie, 5h15 tout s’accélère….

## **Figure N° 4 : Nature des plans d'un article de presse**

Source : Élaborer par l’auteur

Le processus de fabrication de l’information suit un schéma classique qui débute par le choix d’un sujet, la définition d’un angle éditoriale, passé par la collecte, la vérification, la structuration de l’information, et enfin la diffusion. Cette démarche s’inscrit à l’intérieur d’une ligne éditoriale et le respect d’une déontologie et éthique professionnelle.

À noter que ce processus a évolué, avec l’arrivée d’Internet (voir par la suite).

**Figure N°4 : Processus de fabrication de l’information**

**Source : Élaborer par l’auteur**

## **2.3 La typologie des genres journalistiques**

Le journaliste produit de l’information avec ce qu’il voit et ce qu’il entend. Mais quand il transmet les faits qu’il observe, il donne une forme à son exposé. En presse écrite tout comme les autres médias, nous comptabilisons plusieurs classements et techniques de rédaction, toutefois en presse écrite les journalistes font appel souvent à une dizaine de formes journalistiques scindées en trois grands genres de rédaction journalistiques informationnelles.

### **1.3.1 L’information commentée**

**1. Le billet**

Le journaliste (l’auteur du billet) nous fait part de son opinion, sa réaction face à un événement d’actualité ou un sujet secondaire. L’article est court, souvent mis en évidence par un en- cadré, mis en italique... Le ton est assez libre, souvent humoristique, fantaisiste ou encore sarcastique.

**2. La caricature**

La caricature est un genre d’information commentée que l’on retrouve surtout dans la presse écrite, mais aussi sur le web. Dans certains cas, elle prend la forme d’un dessin animé. La caricature dénonce, illustre l’actualité et la dédramatise, elle peut être dérangeante et provocatrice, plutôt humoristique, elle invite à réfléchir. C’est une représentation dessinée d’un événement d’actualité, d’une situation controversée, telle qu’elle est perçue par un membre de l’équipe éditoriale d’un journal

**3. La critique**

La critique correspond à une forme de commentaire le plus souvent associé au domaine des arts et de la culture. On la retrouve aussi très présente dans le domaine des sports. C’est le domaine par excellence du journalisme d’opinion, où la subjectivité du critique peut être totale.

**4. L’éditorial**

Est l’expression d’une opinion. Ce qui compte c’est le point de vue personnel de l’éditorialiste de la publication. Le mot « éditorial » désigne aussi les choix du contenu du journal, les diverses rubriques, les titres à la Une... etc. Ces choix sont faits en fonction des lecteurs visés, ils reflètent les orientations, la tendance ou les engagements du journal. C’est sans doute la forme la plus à part de l’objectivité journalistique. Critiquer et mettre en perspective l’actualité dans un ton libre, voici le mot d’ordre de l’éditorialiste. Texte souvent signé du rédacteur en chef reflétant la ligne du journal, c'est à dire la position de la rédaction sur un thème d'actualité. L’éditorial implique des capacités d’analyse et de critique des faits d’actualité. Vifs, piquants, tantôt saignants tantôt élogieux, les éditos sont courts, mais efficaces. En tant que tels, ils n’apportent pas grand-chose. Mais, ils aident avant tout à connaître les prises de position du média qu’ils représentent. C’est le propre de l’édito : parler de tout et de rien.[[14]](#footnote-14)

### **1.3.2 L’information rapportée**

Le terme est utilisé lorsqu’il s’agit de rapporter les éléments importants d’une réunion, d’une conférence de presse, d’une manifestation. Le journaliste qui assiste à ce genre d’événement rédige chronologiquement ce qu’il a vu et entendu. Il raconte sans commenter, l’évènement auquel il a été témoin.

**1. L’entrevue (interview)**

Format de base de tout journaliste : l’interview, est le résultat d’une conversation entre un interviewé et le journaliste. Les réponses sont retranscrites à la suite des questions posées, avec la plus grande précision. Le but d’une interview est simple : extraire des informations, point de vue de l’interlocuteur sur un sujet précis, sans aucune retouche journalistique. L’interview est un moyen de collecte de l’information essentiel à toute démarche journalistique. Elle permet à la personne interrogée d’exposer elle-même son propos. La fidélité aux propos tenus par la personne interviewée y est une qualité primordiale. Le journaliste peut suivre chronologiquement le déroulement de la conversation lors de la mise en forme, ou regrouper les propose par thèmes. La qualité de l’entrevue dépend beaucoup de la clarté des questions, du contexte dans lequel elle se déroule, le temps que l’interviewé peut consacrer. Pour une entrevue filmée, l’environnement visuel et la qualité sonore sont importants pour valoriser le propos de la personne interviewée. Exemple : Interview d’un directeur, d’un responsable, d’un expert, d’une personnalité….

**2. Le portrait**

Le portrait, lui, se situe entre l’analyse et l’interview. Personnes inspirantes, atypiques, au parcours de vie rempli… La première mission du professionnel de l’information est de repérer des profils passionnants (un chanteur, un acteur, un footballeur…).

Le portrait, c’est d’abord de l’humain. Des échanges avec les personnes sont nécessaires et en sont sa base. Trois éléments restent prépondérants :

* Une rétrospective du parcours accompli,
* Des citations de la personne,
* Sa personnalité.

Exemple : Le football, c’est toute sa vie. « Zidane : Il ne cesse de jouer au ballon depuis ses 9 ans. Une passion précoce qui l’a amené à devenir footballeur professionnel. Son prochain transfert dans un très grand club est prévu au prochain Mercato, », du média qu’ils représentent.[[15]](#footnote-15) Le portrait met en scène un sujet par des moyens multiples. La personne est le centre de l’article. En étudiant des archives, en questionnant l’environne- ment, les amis, les voisins, les collègues de travail, les témoins, par un entretien (interview)... le journaliste contextualisera le sujet. La structure du portrait correspond davantage à celle du reportage qu’à celle de l’interview.

**3. Le reportage**

Le reportage est un texte narratif. Il décrit généralement un événement dont le « reporter » a été témoin et pendant lequel, il a noté différents éléments plutôt factuels qui serviront de base à son reportage. Chronologique ou pas, total ou partiel, le reportage est un exercice de neutralité. Les mots d’ordre d’un reportage sont : C’est une expérience, (récit vécu par le journaliste). Un travail de terrain. Trouver une bonne idée, (capter le public, se distingué par rapport aux autres). Dépeindre la vie quotidienne et faire appel aux 5 sens (Transporter le lecteur, l’aspect interaction intense). Un reportage n’est pas une enquête. Le reportage est une description de l’évènement. Cela nécessite que le journaliste se documente au préalable. Sur le terrain, il observe les situations, il collecte toutes les informations, (texte, images, son), pose des questions, essaye d’en savoir le plus possible sur tous les aspects de la situation. Lors de la rédaction de son sujet (ou montage audio ou vidéo), il relate ce qu’il a vu et entendu. Un reportage se lit, s’écoute ou se regarde comme une courte histoire, stylisée par son auteur. Il est structuré par une introduction. Le journaliste construit un récit, une introduction, un développement et une conclusion. Le lecteur (ou le téléspectateur ou l’auditeur) découvre l’événement à travers l’expérience relaté du journaliste. Exemple : Tout le monde parle du coronavirus et des gens qui regrettent d’être confinés ? Dans ce cas, parlons des survivalistes qui avaient prévu le confinement depuis des années. L’idée plaira davantage et sera moins exploitée.

**1.3.3 L ’information expliquée**

**1. L’analyse**

C’est le type d’article de presse le plus souvent utilisé. L’exercice consiste à relater un événement ou tenir compte d’une situation en appuyant l’information principale de faits, d’arguments, de citations, d’analyse … Le volume d’une analyse est constitué, généralement de plusieurs paragraphes, parfois sous-titrés. L’analyse se base sur le même principe que la synthèse mais laisse une place plus importante à la réflexion et au décryptage des journalistes, leur avis, des comparaisons ou encore des retours historiques. L’analyse est le fruit de la démonstration, du raisonnement du journaliste. L’engagement du journaliste étant plus grand, le pouvoir de sensibilisation auprès du lecteur l’est également.[[16]](#footnote-16) L’analyse est un article de fond, l’étude en profondeur d’un fait d’actualité, permettant d’en faciliter la compréhension. Le journaliste rassemble les faits et les analyse. Il les replace dans leur contexte et les croise avec d’autres faits pour faire apparaître des constantes...de nouvelles questions, il provoque une réflexion. L’analyse n’est pas une opinion. L’analyse privilégie un aspect du sujet traité et s’appuie sur une solide documentation.

**2. La chronique**

La chronique est un genre journalistique diversifié. Elle vise à partager une information, nous pouvons la retrouver sur les différents médias, radio, presse papier, web, télé... La chronique repose sur la personnalité du journaliste, de son média et sa façon de raconter l’actualité et la lecture qu’il en a.

**3. Le dossier**

Le dossier présente une vue d’ensemble d’une situation. Dans la forme, il peut contenir des interviews, des extraits de reportage, de l’analyse, des portraits, un ensemble d’articles (photos, vidéos, textes, graphismes...). Le dossier favorise la compréhension des éléments mis en relation les uns avec les autres. Il est souvent constitué d’une introduction (état de la situation ou de la problématique) d’un contenu composé d’éléments divers (connaissance la plus complète possible du sujet) et une conclusion, un constat.

**4. L’enquête**

L’enquête elle, nécessite encore plus de rigueur. Aucun droit à l’erreur : précision, documentation et preuves sont ainsi les maîtres-mots qui accompagnent au quotidien les journalistes d’investigation. Les enquêtes se reconnaissent par leur caractère inédit. Alors que le reportage se concentre sur des choses vues et entendues, l’enquête, elle, se base surtout sur des éléments cachés, invisibles et écartés des informations grand public. Le but d’une enquête est de démêler le vrai du faux. En plus de la discrétion, l’enquêteur doit compter sur des sources et des réseaux fiables et enfin appuyer ses arguments sur des preuves irréfutables. L’enquête est une initiative du journaliste. Une intuition, un tuyau et le journaliste part vérifier ses pistes par un travail proche d’une démarche scientifique. Il crée le sujet. L’enquête touche souvent des sujets sensibles ou un problème dont les répercussions sont importantes pour le public. Le journaliste exerce sa pensée critique, cela demande de l’indépendance et d’être préservé des pressions éventuelles. C’est le journaliste qui crée l’information en suivant les pistes d’une problématique complexe, d’un sujet caché ou gardé secret. Il remet en question des réalités, ou ce qui semble être réalité aux yeux du grand public, pour faire émerger les véritables enjeux.

Une enquête comporte des recherches, des interviews, des reportages, des analyses...en s’assurant bien de la véracité de toutes des sources.[[17]](#footnote-17) Exemple : Enquêter sur les réseaux de Herraga en Algérie ? Aurais-tu les coordonnées de tel endroit ? Connaitrais-tu quelqu’un susceptible de m’en parler ? Il existe par ailleurs d’autres genres journalistiques comme par exemple :

**5. La brève**

Plus court que la brève n’existe pas dans le milieu journalistique. Elle se caractérise par sa très petite taille et n’a qu’un objectif : informer en deux ou trois phrases d’un événement factuel. Pas d’adverbe ni d’adjectifs, ou même de titre. Le mot d’ordre de la brève est de synthétiser ou résumer. Texte court, sans titre, sans paragraphe distinct. Pas de commentaires, pas d’analyse. En une phrase ou deux, sans titre, la brève énonce une information brute.[[18]](#footnote-18) Exemple : 18 écoliers (qui) ont été blessées, dont 4 grièvement, dans l’accident d’un autocar scolaire (quoi) vendredi 15 décembre (quand) dans la commune de Sidi Aiche, dans la Wilaya de Bejaia (où). L’autocar s’est couché sur une camionnette qui tentait de le doubler sur une ligne continue (comment).

**6. Le filet**

Le filet est un [genre journalistique](https://fr.wikipedia.org/wiki/Genre_journalistique) voisin de la [brève.](https://fr.wikipedia.org/wiki/Br%C3%A8ve) Il entend répondre aux mêmes questions que celle-ci (trois des [cinq W](https://fr.wikipedia.org/wiki/QQOQCCP) : qui, quand, où…) ainsi qu'aux questions comment et pourquoi. Le filet est un article court, (un seul paragraphe) présentant une information dans ses grandes lignes. Son format laisse peu de place à l’analyse et le commentaire. Le filet est toujours titré.[[19]](#footnote-19)

**7. La synthèse**

Elle présente l'événement où la situation aussi complètement que possible. La synthèse est un type d’article très utilisé, voire même celui qui est le plus utilisé. Elle résume et décrypte les principaux aspects actuels d’une situation, d’un fait qui se déroule depuis quelques temps. Elle se base sur différents arguments, une analyse (bien que peu poussée), et des citations. Sa taille est variable mais contient souvent plusieurs intertitres.[[20]](#footnote-20)

**8. Le fait divers**

Genre journalistique qui s’adresse à tous, peut arriver n’importe où, n’importe quand et peut prendre une grande ampleur. Le journaliste doit donc le traiter avec la plus grande prudence. La neutralité du journaliste est essentielle. S’il passionne autant, c’est parce qu’il alimente les discussions, et l’imagination des gens (c’est le cas de la rumeur). Un fait divers suscite plus ou moins d’intérêt en fonction de sa proximité par rapport aux lecteurs. C’est ce que l’on appelle en journalisme « la loi de proximité ». On parle de proximité en termes de géographie, de temporalité ou encore d’affection. Exemple : Qui a tué le petit Anis ? Un petit enfant issu d’un environnement rural retrouver dénombré dans une forêt pas loin de son domicile, sans habits, pourtant les première recherche du même endroit précédemment étaient infructueuses… querelles familiales ?[[21]](#footnote-21)

# Chapitre III : La presse électronique, genèse et évolutions

La presse électronique est principalement née du besoin pour la presse traditionnelle de trouver de nouveaux lecteurs et d’élargir son audience. Le public étant toujours plus attiré par la télévision, la perte de lecteurs pendant les années 1980 a poussé les grands groupes de presse à rechercher de nouvelles manières d’augmenter leurs revenus et d’assurer leur survie. C’est pendant ces années- là qu’ils ont eu recours successivement aux technologies du vidéotex, de l’audiotex et du fax. Yannick Estienne[[22]](#footnote-22) affirme, que la presse en ligne ne prend réellement son essor qu’au moment de la deuxième vague de création de sites qui débute autour de 1998. Si, à cette date, la plupart des journaux disposent déjà d’une version Internet, les projets éditoriaux en ligne prennent une toute autre dimension. Entreprises et groupes de presse accélèrent leur diversification multimédia en mettant en œuvre les moyens d’une politique ambitieuse. Des stratégies vont rapidement se dessiner. Dans les entreprises de presse, la structuration de l’activité web passe notamment par la constitution de pôles ad hoc (Multimédia, Numérique, Internet). L’auteur ajoute qu’à cette époque, l’investissement afflue en direction des services web ainsi que des filiales multimédia qui se créent en cascade. Les entreprises et groupes de presse optent pour différentes stratégies qui s’échelonnent entre l’internalisation de l’activité web et l’externalisation complète ou partielle de ces activités. La création de filiales multimédia, sociétés dont le capital est le plus souvent partagé entre des investisseurs extérieurs à l’entreprise ou du groupe de presse, représente une voie intermédiaire. La stratégie de mise en filiale de cette presse en ligne donne un levier de financement, tout en permettant aux éditeurs de garder le contrôle sur la stratégie économique et la politique éditoriale. Par conséquent, la majorité des quotidiens se dotent de filiales spécialisées dans la production et l’édition multimédia. L’opération de mise en ligne des journaux s’est faite, généralement, d’une manière progressive dans les rédactions de la presse écrite. Comme le soulève le Docteur Arjoun Samir[[23]](#footnote-23), cette presse électronique a une origine américaine et son histoire remonte à 1992, année de la mise en ligne du Chicago Tribune. En 1993, le quotidien San José Mercury News crée une version en ligne. Les sites offrent alors de nombreuses informations supplémentaires qu’on ne retrouve pas dans l’édition imprimée : textes complets des conférences et différents communiqués non publiés dans le journal, mais aussi le fil déroulant de dépêches d’agences. Depuis lors, le mouvement est allé très vite. Si en 1994, on comptait toujours sur les doigts de la main le nombre de journaux passés à la diffusion en ligne, le magazine suisse Webdo en dénombrait plus de 6.000 au 15 juin 1999.[[24]](#footnote-24) Ne nous saurions au jour d’aujourd’hui comptabiliser le nombre de journaux en ligne dans le monde (vu l’attractivité et hybridation que traverse ce domaine). Toutefois certains indicateurs laissent penser un basculement du centre de gravité dans le digital. Le témoignage du directeur du journal le Monde en France Louis Dreyfus vont dans ce sens. A titre indicatif : les ventes en France des versions numériques du quotidien le Monde deviennent majoritaires au cours de ce second semestre 2018. Les marges étant supérieures à celles du papier. S’ajoute à cela le nombre d’abonnés qui est aussi en constante augmentation. 165.000 abonnés numériques avec une progression de l’ordre de 13,8% sur un an en France selon la même source.[[25]](#footnote-25)

## **3.1 Presse en ligne, définition conceptuelle**

Parler de presse en ligne ne va pas de soi et nécessite d’entreprendre la définition de celle-ci. La notion de presse en ligne fait d’abord référence à un contenu d’information produit dans le cadre d’un projet éditorial. L’information véhiculée par des supports numériques est une notion beaucoup plus large, allant de la simple donnée au propos le plus élaboré. L’information de presse se situe explicitement dans le cadre des médias et de leur rôle traditionnel dans une société : exercer un rôle de médiateur entre les événements, les phénomènes, les problèmes qui parcourent une société et chacun des membres de celle-ci ».[[26]](#footnote-26) L’expression *«* en ligne *»* est devenue banale pour désigner un ensemble de technologies qui se sont développées depuis deux décennies, un agencement qui ne cesse de s’amplifier pour envahir tous les secteurs privés et professionnels. La presse écrite n’a pas échappé à ce bouleversement. Sur le plan lexical, le mot « en ligne » renvoie à l’ensemble des procédés techniques et numériques que l’individu utilise afin de produire une activité ou d’aboutir à des résultats. Néanmoins, la technologie signifie plutôt la capacité à conceptualiser ou expliquer et à définir certains procédés et activités. C’est, en d’autres termes, le savoir sur la technique et sur la pratique. La technique est aussi L’ensemble des moyens, des procédés mis en œuvre dans la pratique d’un métier, d’un art, d’une activité quelconque.[[27]](#footnote-27) Dans cette définition, la technique apparaît comme un ensemble de procédés qui vont être utilisés dans la pratique de tel ou de tel métier. Internet, dans son développement quotidien, bouleverse les pratiques sociales. L'univers de la presse et, surtout, de la diffusion des informations n'a pas échappé à cette redéfinition, il est considéré comme l'un des domaines les plus touchés par l'avènement d'Internet. Cela signifie, dans le cas de la pratique journalistique, que la technique constitue l’ensemble des moyens utilisés pour pratiquer le journalisme. Pour [Jean-Marie Charon,](https://www.cairn.info/publications-de-Jean-Marie-Charon--11559.htm) [Patrick Le Floch](https://www.cairn.info/publications-de-Patrick-Le%20Floch--22528.htm) [[28]](#footnote-28) : la notion de presse en ligne fait d’abord référence à un contenu d’information produit dans le cadre d’un projet éditorial. L’information de presse se situe explicitement dans le cadre des médias et de leur rôle traditionnel dans une société : exercer un rôle de médiateur entre les événements, les phénomènes, les problèmes qui parcourent une société et chacun des membres de celle-ci. La presse en ligne offre un contenu qui est le fruit d’un traitement journalistique. Par-là, il faut entendre d’abord la recherche, la collecte, l’analyse et la présentation des faits. C’est également la présentation des nouvelles, des événements, de l’actualité, disponibles sur le fil des agences, dans les principaux médias d’actualité, ainsi que sur le Web lui-même et ses multiples sources, du blog individuel à la plus institutionnelle. C’est bien sûr le choix des sujets les plus signifiants, l’élaboration d’une hiérarchie, la validation de contenus proposés par les non-journalistes. C’est enfin l’accueil et la modération des différentes formes de contribution issues du public lui-même.

## **3.2 Presse électronique un destin lié à Internet**

Nous nous pourrions parler de presse en ligne sans évoquer la technologie d’Internet. En effet l’avènement de la presse en ligne et son développement est étroitement lié à l’apparition puis l’extension de la technologie d’Internet. La diffusion d’Internet constitue le véritable développement d’un nouveau média d’information qui justifie alors pleinement l’appellation de presse en ligne. Internet est présentée comme un élément catalyseur du changement. Annie Lenoble-Bart et Annie Cheneau-Loquay,[[29]](#footnote-29) estiment que : « Les nouvelles technologies renouvellent un certain nombre de questionnements. Leur apport aux débats démocratiques est indéniable, malgré d’évidentes limites. Le web s’impose aujourd’hui comme un espace majeur pour la presse. Les journalistes adaptent leurs façons de travailler tandis que les citoyens modifient leurs usages de l’actualité *»*. Internet : Internet est l’abréviation d’Inter-Connected-Network, il est considéré comme le plus important réseau d’information, de communication et de télécommunication dans le monde contemporain. Il est qualifié de nos jours *«* De réseau des réseaux *».* D’un point de vue technique, Internet est une technologie basée sur le Codex, un dispositif technologique qui permet aux utilisateurs d’accéder et de transmettre des informations numérisées en utilisant des habilités techniques adéquates.[[30]](#footnote-30) Internet se présente donc comme une mégastructure intégrant simultanément un nouveau système de communication (échanges point à point) et un nouveau système de diffusion médiatique (où chaque point de réception peut devenir un point de diffusion) ». Internet est né de la rencontre et la collaboration improbable entre deux cultures « D’un côté, la culture de l’innovation technique portée par l’establishment scientifique et militaire américain, et de l’autre, la « culture de la liberté » partagée sur les campus des universités américaines par de jeunes hackers en informatique imprégnés des valeurs d’autonomie individuelle, de partage et des coopération qui avaient fleuri pendant la décennie 1960, en particulier sur la côte Ouest, sans toutefois que ces hackers soient eux-mêmes nécessairement des acteurs directs de ces mouvements de contestation et de contre-cultures ».[[31]](#footnote-31) Cette rencontre à donner naissance dans un premier temps à ARPANET (1969) : « Advanced Research Projects Agency Network *»* Premier réseau à transfert de paquets (ancêtre d’internet). Cette même technologie considérée comme l’ancêtre d’internet connaitra plusieurs évolutions pour enfin arriver à la révolution d’aujourd’hui. Nous pourrions résumer cette histoire en quelques dates importantes.

**Éléments de compréhension**

Guerre froide entre les Etats-Unis et l’Union Soviétique.Dans un contexte de guerre froide, l’envoi de Spoutniks dans l’espace par l’Union Soviétique en 1957, incite le Ministère de la défense Américain d’accélérer le rythme des recherches sur la télécommunication. L’ARPA (Advanced Research Project Agency/ agence de recherche avancée) est créée avec l’objectif de développer les réseaux de télécommunication et de mettre en place un système de décentralisation des données pour faire face à une éventuelle attaque nucléaire de la part de l’Union Soviétique. Par la suite, nous assistons à la création d’ARPANET en collaboration avec l’UCLA (University Of Calofornia), à Los Angeles. (Est le premier réseau à transfert de paquets développé aux États-Unis par la DARPA. Le projet fut lancé en 1966, mais ARPANET ne vit le jour qu'en 1969. Après un processus de développement endogène, on assiste à la naissance d’un réseau interuniversitaire en 1969.

* Dans son ouvrage intitulé *«* Internet pour les journalistes *»*, Serge Courrier (COURRIER, p 32)[[32]](#footnote-32) explique, que pendant l’évolution des usages d’ARPANET, les milliers d’architectes du réseau ne chôment pas. Il montre que, pour essayer de mettre un peu d’ordre dans les initiatives disparates menées aux quatre coins des Etats-Unis, un groupe de travail met au point une sorte de langue commune, un ensemble de règles qui régit l’envoi et la réception de messages. En janvier 1970, le Network Control Protocol (NCP) voit ainsi le -jour sous la houlette du futur père d’Internet : Vinton Cerf.
* Deux ans plus tard, en 1971, le nombre d’ordinateurs connectés sur ARPANET s’élève à vingt-trois.
* En 1972, le système du courrier électronique fait son apparition. En 1973, ce projet prend une dimension mondiale, notamment après la création d’une liaison entre l’University College of London en Angleterre et le Royal Establishment en Norvège.
* A partir de 1974, le système TCP/IP est introduit pour mieux gérer ce réseau ; il est confié l’année d’après à la DARPA (Defence Advanced Research Project Agency). Agence de projets avancée de défense
* En 1977, les communautés scientifiques de plusieurs pays entament une collaboration pour la première fois à distance.
* En 1979, nous assistons à la première initiative de création d’un groupe de nouvelles (News Group) pour les dirigeants politiques et les scientifiques, une inspiration qui met en relation plusieurs pôles de décision et d’importants centres de recherche au niveau mondial. En 1981, plusieurs tentatives de décentralisation dans les réseaux de recherche voient le jour. Les programmeurs utilisent désormais les micro-ordinateurs comme serveurs et développent les BBS (Bulletin Board Systems) autour d’une zone géographique étroite. Cette technique attire de plus en plus d’utilisateurs, elle permet de construire un large réseau d’ordinateurs interconnectés par une ligne téléphonique. Ce réseau fait apparaître Usenet, un réseau international de forums électroniques.
* L’année 1984 est décisive pour ARPANET, qui se voit divisée en deux sections destinées à distinguer les activités militaires (MILNET) et les activités civiles (ARPANET).
* En 1986, les premiers réseaux Internet voient le jour par l’infrastructure NSFNET.
* En 1989, 60.000 universitaires branchaient leurs ordinateurs au réseau. La DARPA met fin aux activités d’ARPANET en 1990, et à NSFNET en 1991.
* En 1992, on assiste à la naissance de (**W**orld **W**ide **W**eb**)** par le CERN (Centre Européen de Recherche Nucléaire en Suisse), qui permet désormais une meilleure collaboration sur le réseau ; il offre la possibilité de consulter les données en textes, images et sons dans un temps record. Selon les chiffres diffusés par cette instance, environs, 1.000.000 d’ordinateurs étaient connectés sur le réseau à cette époque.
* 1994 (naissance d’Amazon et de son algorithme) ; 1998 (naissance de Google) ; 1999 (naissance de Tivo) ; 2002 (lancement de Google News) ; 2003 (rachat par Google de Blogger) ». Mais c’est l’année 2004 qui va voir l’arrivée de ladite web 2.0 ou web collaboratif.[[33]](#footnote-33)
* Depuis, nous assistons à un déploiement massif de cet outil technologique. Marie-Joseph Bertini [[34]](#footnote-34) Révolution qui résulte de ces interférences et de ces mutations techniques, sociales, économiques, culturelles et politiques.

L’histoire de la presse électronique court sur une quarantaine d’années. Celui-ci fut d’abord marginal et limité à quelques pays. C’est avec la généralisation d’Internet qu’il prend une place toujours plus significative au cœur de la profession.

* Les premiers pas du journalisme en ligne furent surtout affaire de transposition des anciens contenus dans de nouvelles normes techniques.
* Une fois digérées les conséquences de, « la bulle », le Web 2.0 s’imposant, le journalisme en ligne pouvait inventer ses spécificités.
* Les interrogations à propos du modèle économique constituent une contrainte forte qui confronte chaque rédaction à des choix difficiles d’organisation.
* Quelles que fussent les options retenues trois dimensions propres au journalisme en ligne s’imposent :
* Veille de l’information appuyée sur les sources et ressources numériques Écriture et narration “multimédias” (combinant texte, son, image, liens)
* Interrelation en continu avec le public.

L’avènement de la presse en ligne, en tant que phénomène social et médiatique, est étroitement lié à l’histoire d’internet, (exposé antérieurement et lors des cours) nouveau média de communication de masse. Ce dernier est d’abord le symbole des nouvelles technologies de l’information nées dans les dernières années du siècle passé. Il est ensuite devenu, grâce à l’émergence du « web 2.0 », un nouveau lieu d’expression publique. Internet, qui n’était au départ qu’un outil au service de l’armée américaine, est devenu le média de communication connaissant la plus forte croissance. S’il a fallu 38 ans à la radio pour obtenir avoir 50 millions d’auditeurs dans le monde et 13 ans à la télévision pour obtenir la même quantité de téléspectateurs, il n’a fallu que quatre ans pour voir émerger 50 millions d’internautes.[[35]](#footnote-35) En 2008, on en comptait plus d’un milliard. Les derniers chiffres font état de près cinq milliard d’internautes dans le monde. D'après le site Internet Live Stats, le monde comptait 4,79 milliards d'internautes en 2020, soit 5,5% de plus qu'en 2019. C'est 166% de plus qu'il y a 10 ans.[[36]](#footnote-36)

# Chapitre IV : Les particularités de la presse électronique

En se servant des nombreux atouts caractérisant le réseau Internet, la presse en ligne apporte à ses utilisateurs une information spécifique. Il devient difficile d’assimiler complètement ce contenu en comparaison de celui de la version papier. Pour les fidèles, la presse en ligne semble présenter de nombreuses particularité, qu’Ardjoun Samir[[37]](#footnote-37) actuellement enseignant à l’École de Journalisme d’Alger résume dans les points suivants :

**Le multimédia** : Le terme multimédia qualifie un produit ou un service qui mêle, grâce à une traduction en langage informatique des données jusqu’ici explorées séparément, des textes, des sons, de la vidéo, des photos, des dessins, etc... Abuín Vences, [[38]](#footnote-38) estime que la presse en ligne est le résultat de la confluence entre trois médias de masses : de la presse, elle prend sa profondeur ; de la radio, sa simultanéité ; de la télévision, ses images. Elle représente aussi la troisième crise vécue par la presse écrite, suite à l’apparition de la radio dans les années 30, et de la télévision dans la décennie 1950. Si l’écrit reste encore le principal support des sites de presse, la vidéo et le son commencent à acquérir une place de plus en plus importante notamment sur les sites de presse quotidienne. Il est désormais possible d’insérer l’image, le son ou la vidéo dans le même processus éditorial*.* La plupart des titres font ainsi appel à des prestataires extérieurs comme les agences de presse ou encore à des sites de vidéo d’information en ligne. Les vidéos peuvent également être fournies par des chaînes de télévision, par exemple, TF1 propose plusieurs sites de presse quotidienne régionale. Enfin, même si cela reste l’exception, certains sites de presse se sont lancés dans la production de contenus vidéo. La part croissante de la vidéo souligne le caractère de plus en plus pluri-média que prennent les sites d’information. Il semble que les entreprises de presse, qui ne peuvent plus uniquement s’appuyer sur leurs compétences dans l’écrit, doivent de plus en plus rechercher d’autres dispositifs pour offrir des contenus multimédias distingués.

**2- L’hypertexte :** grâce aux hyperliens et aux hypertextes, l’information acquiert une nouvelle dimension, une nouvelle profondeur. On relie l’article à des documents complémentaires tels que des cartes géographiques, des notices biographiques, des textes officiels, des informations de nature économique, culturelle ou des articles antérieurs. Le journaliste peut également mettre à la disposition du lecteur une partie de ses sources afin d’étayer ce qu’il avance (références numérisées). La presse écrite s’affranchit, en quelque sorte, des contraintes espace-temps et peut espérer augmenter son crédit auprès des lecteurs. L’arrivée sur Internet de la presse écrite élargit le contenu de l’information offerte en se basant en grande partie sur les avantages des liens hypertextes.

**3- La relation journaliste/lecteur :** L’évolution de la relation journaliste/lecteur est sûrement l’une des principales différences entre le journalisme papier et le journalisme en ligne. L’interactivité entre le journaliste et son lecteur ne se manifeste pas avec Internet puisque, depuis l’invention du courrier des lecteurs, émetteurs et récepteurs dialoguent. Mais Internet donne une ampleur nouvelle à l’interactivité, transforme les rapports entre le journaliste et son lecteur. Grâce au courrier électronique et autres dispositifs, le lecteur peut réagir à un article, demander des précisions à l’auteur. Si, autrefois, la distinction entre le journaliste et son lecteur était évidente de par le système de production des quotidiens papiers, l’instantanéité et l’interactivité que permettent les caractéristiques techniques d’Internet les rapprochent considérablement. Cette interactivité a le mérite de renforcer la fonction communautaire du journal comme en témoigne la multiplication des forums de discussion sur les sites web des journaux. La discussion porte sur des thèmes lancés par le journal ou même par les lecteurs. Le fait que le lecteur soit de plus en plus critique et, surtout, qu’il dispose désormais des moyens de faire part de ses réactions, oblige le médiateur à rechercher une plus grande fiabilité. Selon le rapport de mission de Marc Tessier et Maxime Baffert sur la presse au défi du numérique en France,[[39]](#footnote-39) d’autres outils permettent aux internautes d’interagir avec un site. Par ces outils, le journal donne une place plus accrue au lecteur, qui se retrouve placé au centre du site, voire même fournisseur de contenu : sondages, forums, chats, commentaires sur les articles, possibilité d’écrire à l’auteur ou de lui soumettre une information. Ainsi, le forum est très largement utilisé (75 % de la PQN, 48% de la PQR et 54% de la presse magazine), tout comme les sondages en ligne (50% de la PQN, 48% de la PQR et 30% de la presse magazine). Les chats sur un site de journal avec un invité sont, par contre, un peu moins fréquents (42% de la PQN, seulement 9% de la PQR et 16% de la presse magazine). En effet, dans la version papier, on peut qualifier cette relation de « verticale » : le journaliste qui détient l’information la transmet aux lecteurs après l’avoir mise en forme. Sur le web, les frontières sont beaucoup moins nettes. Les rôles sont de moins en moins définis et l’internaute peut être, tour à tour, consommateur et/ou producteur de savoir. Il existe donc une relation très étroite entre l’activité en ligne et son public. Dans une approche collaborative, les sites d’information en ligne constituent un patrimoine exceptionnel, ils permettent la création de plusieurs chaînes de dialogues avec le lecteur.

**4- L’instantanéité de l’information :** cette capacité à intégrer une temporalité (digitale) de plus en plus courte aux événements procure de grands avantages à l’information sur Internet, notamment parce que nous vivons dans des sociétés qui consomment vite et tout de suite. Cependant, la réactivité proposée par la presse en ligne est déterminée par un double rôle. La concurrence entre les différents titres déjà présents dans les versions papiers se voit accentuée. Désormais, le laps de temps entre l’arrivée d’une dépêche et sa publication en ligne est presque immédiat. Cette course aux scoops n’est pas sans risque, car si le temps de la rédaction et de l’annonce d’une information s’est considérablement réduit, c’est également celui de la vérification qui se voit diminué. Remarque : Nous pourrions rajouter comme cinquième élément la gratuit.

## **4.1 Les typologies de la presse électronique**

La presse électronique s’impose comme un lieu de diffusion de l’information en plein hybridation. Sur un plan purement journalistique au sens classique du terme (diffusion d’information), nous pourrions selon le Professeur Balarbi Samira[[40]](#footnote-40) enseignante à l’Université de Bouira recenser deux catégories de presse électronique.

* Une presse purement électronique ou numérique, pas de support papier (le pure-players).
* Une autre presse ou lu support papier est transposé sur le web en version numérique.

Néanmoins, en considérant l’aspect qui touche aux lieux de diffusion de l’information dans sa dimension globale, mêlée à l’aspect et de l’usage des technologies numérique, celui du multimédias, de l’hypertexte, de la relation journaliste/publics et enfin l’instantanéité de l’information ; Rebillard comptabilise en reprenant le travail de Deuez[[41]](#footnote-41) sept lieux de diffusion multiple de l’information en ligne. Pour réaliser cette typologie, deux aspects ont été pris en compte par cet auteur : celui de la modalité de publication, divisée en quatre catégories ; modèle éditorial, publication authoritative, publication distribuée, niveau méta éditorial, et celui des genres constitués socio historiquement, (information d’opinion, information générale, information spécialisée). Ces deux aspects ont été analysés en rapport avec leur traitement de l’actualité. Ils on conduit à ces différentes formes :

1- La version électronique de médias existants(la presse en ligne). Il s’agit des journaux en ligne, ainsi que de sites de chaînes de radio et de télévision. C’est la vitrine internet des médias traditionnels. Du fait de sa capacité intrinsèque à convoquer le plus grand nombre possible d’utilisateurs.

2- La version électronique des agences de presse(agences de presse en ligne AFP, APS…) comme dans le cas précédent, il s’agit de la vitrine utilisée par les agences de presse pour présenter leur contenu sur internet. Le degré d’interaction offert aux lecteurs est pratiquement inexistant.

3- Les publications exclusivement internet (les webzines)**.** Il s’agit des publications d’information journalistique dont la diffusion s’opère exclusivement sur internet. Rebillard rappelle que ces lieux de diffusion « ont un temps été considérés comme l’expression d’une refondation de l’information journalistique. Avec le temps, selon lui, l’euphorie est quelque peu retombée. L’auteur distingue d’un côté les web-fanzines, consacrés à l’information d’opinion et adoptant l’autopublication, dont le modèle fondé sur le bénévolat a fini par s’essouffler, et, de l’autre, les webmagazines, semblables à leurs homologues de la presse en ligne de par leur modèle économique fondé sur la « niche » éditoriale ou leur dépendance financière vis à vis de grandes entreprises ou d’institutions.

4- Les publications individuelles exclusivement internet (les blogs)**.** Après avoir connu une forte expansion qui peut s’expliquer par le mythe de l’opportunité offerte à tous de produire de l’information, les blogs connaissent aujourd’hui moins « d’engouement ». Ils constituent, en tout cas, l’une des plus grandes réussites dans le domaine de l’autopublication et forment aujourd’hui un espace que les journaux en ligne ont intégré à leur offre d’information. Les « composantes informationnelles de plateformes multiservices (les portails).

5- Les grands portails, qui offrent un large éventail de services (messagerie instantanée, annuaires de recherche, téléchargements de logiciels et archives). Ces composantes favorisent l’interaction entre les participants afin de capter le plus grand nombre possible de lecteurs-utilisateurs.

6- Les regroupements automatisés d’informations d’actualités (agrégateurs). Ces agrégateurs présentent des données indexées « à partir des moteurs de recherche ». Ils visent aussi bien le grand public qu’un public plus spécialisé.

7- Les services documentaires d’archives journalistiques (base d’archives). Il s’agit de bases de données extraites des sites de presse et représentant d’importantes sources documentaires.[[42]](#footnote-42)

# Chapitre V : La presse électronique et le virage rédactionnel

Il serait invraisemblable d’aborder le sujet de la presse électronique sans s’arrêter sur les évolutions et changements subies par cette dernière sur le plan rédactionnel. L'écriture journalistique est en profonde mutation, notamment avec l’avènement du numérique et de l’espace web tout comme les métiers d'information. D'un point de vue pragmatique, il est légitime d'éprouver le besoin d'une sorte de codification des usages. Alain Joannès[[43]](#footnote-43) postule que l’avènement des technologies de l’information et de la communication en réseau modifie irrémédiablement les conditions dans lesquelles s’exerceront les savoir-faire fondamentaux du journalisme, collecter, vérifier, analyser, structurer, diffuser…etc en plus du caractère rédactionnel. Si à la base la presse écrite et la presse électronique utilise relativement les mêmes règles (règles des 5W), genres et techniques de rédaction journalistiques print, la technologie d’internet a entrainée diverses évolutions et mutations au point où certains auteurs et professionnels parlent de rupture. En témoigne, le fait que de plus en plus de journalistes délaissent les méthodes rédactionnelles dites traditionnelles au profil de nouvelles pratiques basées sur la collaboration et la coopération en réseaux. Toutefois d’autres préfèrent tempérer, en parlant plutôt d’un processus de continuité dans les pratiques journalistiques. A partir de là, en considérant l’aspect qui touche aux lieux de diffusion de l’information dans sa dimension globale (précédemment cités), mêlée à l’aspect et de l’usage des technologies numérique, celui du multimédias, de l’hypertexte, de la relation journaliste/publics et enfin l’instantanéité de l’information ; nous pourrions résumer les évolutions que connait la presse électronique sur une plan rédactionnel en plusieurs aspects. Celles-ci touchent particulièrement à la forme, aux supports de diffusion et du contenu.

## **5.1 Les nouvelles base rédactionnelles dans la presse électronique**

Les W, comme d’autres principes élémentaires, continuent à dessiner une technique minimale de l’écriture journalistique. Les enjeux d’écriture ont cependant nettement évolué avec l’avènement d’Internet. Les questions de lisibilité, d’ergonomie, de découpage des textes et des récits se sont posées différemment dans le cadre de ce nouveau média. En retour, elles ont interpellé les médias traditionnels, confrontés à cette nouvelle concurrence.Au-delà de ces questions très empiriques, Internet a également obligé les journalistes à s’interroger sur l’interactivité et sur la place laissée au public, dans un modèle classiquement très unilatéral.

En effet,écrire pour la presse électronique est bien un métier à part entière. Certes, tout le monde a appris à écrire à l’école, mais tout le monde ne sait pas écrire vite et bien pour être lu par ses lecteurs. L’arrivé d’Internet, puis son développement et par la suite sa généralisation ne manquera de bouleverser la sphère rédactionnelle avec l’apparition d’un nouvel espace de rédaction qui est celui du web. En effet, rédiger pour la presse électronique rajoute une couche de complexité technique au problème et pose plusieurs interrogations. Comment adapter mes contenus à la lecture à l’écran ? Comment capter l’attention des internautes en quelques secondes ? Comment être mieux référencé par les moteurs de recherche ?

Les nouvelles base rédactionnelles dans la presse électronique se caractérisent par un ensemble d’éléments, de mutations et de de bouleversements. Les techniques de rédaction et de lecture dans la presse électronique répondent à certaines normes et une organisation qui conjuguent respect de techniques et règles de rédaction journalistique de base (style d’écriture, contenus, titraille, typographie…etc, et les impératifs web (référencement, accessibilité, ergonomie etc…)

Selon Gabrielle Denis,[[44]](#footnote-44) pour attirer et retenir les internautes, il faut :

* Choisir des sujets qui intéressent les lecteurs. (Actualité, insolite, intrigant, …)
* Construire son article en hiérarchisant les informations. (La pyramide inversée)
* Rédiger de façon simple, directe et concrète. (Concision, style, lange…)
* Faciliter la lecture à l’écran. (Ergonomie, Eye Tracking « zones les plus vues » ).
* Veiller à la qualité technique du contenu. (Extensions, Hypertextes, Balisage Html…).

**1. Choisir un sujet**

Si le métier de journaliste devait se résumer à un verbe, ce pourrait être le verbe choisir. Qui suppose à la fois la liberté, c’est-à-dire une série de possibles, et du jugement, c’est-à-dire un système de valeurs ou de critères de référence. Devant le flux d’information disponible (pile du millier de dépêches, médias, web…), le journaliste doit évaluer ce qui est important et le rendre intéressant. En veillant à répondre aux besoins des lecteurs, spectateurs ou internautes. Le choix du sujet déterminant, il dessine les contours, l’angle, la nature du contenu et son traitement médiatique. Le choix du sujet devrait répondre à certains éléments : L’originalité, le traitement le plus efficace et la faisabilité.

**Remarque :** Il est préférable de consulter régulièrement les statistiques d’audience de votre site pour repérer les contenus qui ont été les plus lus ou les plus relayés. Cela vous permet de de comprendre le pourquoi du comment pour par la suite, reproduire des modèles qui marchent.

Varier les types de contenus et les traitements, quelques pistes : Se différencier des autres publications, une vision différente. Adopter un nouvel angle. Variez tout simplement les types de traitement ou d’angle autour d’un même sujet. En voici quelques pistes :

* Articles d’actualités.
* Articles de synthèse
* Listes (« 10 conseils pour… »).
* Interviews d’experts, de clients, de personnalités.
* Tutoriels, modes d’emploi.
* Vidéos, infographies, photos… etc.[[45]](#footnote-45)

**2- Choix d’un angle ultraprécis**

Véritable ADN d’un site, la ligne éditoriale constitue l’identité qui transparaît à travers ses lignes et le distingue (du site d’à côté). Écosystème autour d’un contenu, la ligne éditoriale se compose d’éléments structurants au premier rang desquels les réponses à 2 questions clés : (pourquoi on écrit ?) et ( à qui on s’adresse ? Public cible). De là, découleront :

* Le rythme de publication (quotidienne, hebdomadaire, mensuelle…).
* Les sujets et les rubriques (pour créer des rendez-vous avec le lecteur).
* Les différents formats éditoriaux (article, dossier, brève, foire aux questions, interview…) et la place réservée aux visuels, bases pour élaborer les gabarits éditoriaux.
* Le ton : ludique ou sérieux ? institutionnel ou décalé ? formel ou décontracté.
* Si vous vous adressez aux générations Y ou Z (nés après 1980), la question du tutoiement se posera certainement.[[46]](#footnote-46)

**3- Définition de sa cible « public cible »**

Avant de parler de moteurs de recherche, d'algorithmes, et de mots-clés, focalisons-nous sur l'élément central : le lecteur (persona)*.* Cela implique de définir et circonscrire son public cible, donc s’interroger à qui s’adresse-t-on ? La persona est la représentation virtuelle de votre lecteur, client, abonné. Cette représentation se base sur des critères tels que votre environnement, l'industrie dans laquelle évolue votre client, ses caractéristiques démographiques (âge, situation familiale, professionnelle), ses revenus, ou encore son comportement en ligne. Mieux vous définissez votre persona, plus grandes seront vos chances de proposer un contenu pertinent ciblé sur ses besoins spécifiques, le tout avec le ton éditorial adapté. Gani[[47]](#footnote-47), propose cinq étapes pour la définition du persona(s).

1- Définir 3 à 6 personas correspondant aux principaux publics visés par le site (si le choix peut s’avérer délicat, il est recommandé de ne pas dépasser ce nombre pour se forcer à prioriser).

2- Se nourrir de toutes les sources d’information possibles : statistiques Web, enquêtes en ligne, contenus communautaires, contacts directs, anecdotes rapportées par des personnes en contact avec le public (accueil, centre d’appels, service clients, commerciaux, recruteurs…).

3- Renseigner les critères déterminants en fonction de vos objectifs.

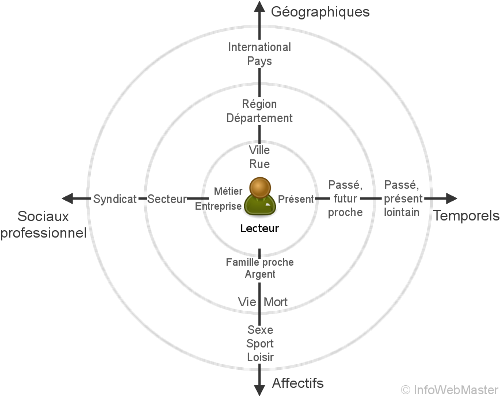
4- Ajouter des caractéristiques complémentaires : besoins spécifiques, parti pris, état d’esprit.

5- Partager et faire réagir les parties prenantes : rédacteurs, « valideurs », mais aussi toute personne en contact de près ou de loin avec le public visé.

**La loi de proximité**

Une loi de proximité est un principe journalistique qui précise qu'une information est plus ou moins importante selon sa proximité par rapport au lecteur. Utilisé à bon escient cela permet de rédiger du contenu qui sera utile et satisfaisant au lectorat. Autrement dit : parle-moi de moi, tu m’intéresses ! Afin de rédiger du contenu utile et satisfaisant pour son lectorat, le journaliste applique un ensemble de critères pour sélectionner l’information à traiter: sa proximité par rapport au lecteur et l’intérêt que l’information peut présenter pour lui.

Figure N°5 : La loi de proximité



Source : http://glossaire.infowebmaster.fr/loi-de-proximite/

**4- Choisir le titre**

Le titre est un micro-contenu. Soigner sa titraille permet de comprendre rapidement de quoi il s’agit, nous incite à poursuivre la lecture et, s’il est actif, à cliquer dessus. Le mot d’ordre pour le titre est clarté.

* Les deux à trois premiers mots d’un titre (ou d’un lien) demeurent significatifs pour la poursuite de la lecture ou la provocation du clic.
* Le titre devrait contenir le maximum d’information : informatif et précis.
* Un titre doit être court et concis en plus d'être significatif et explicite pour plus de visibilité.
* Placer l’information primordiale dès le début du titre renforce donc son pouvoir d’attraction.
* Eliminer certains articles (le, la, les, un, etc.) pour faciliter le balayage.

Votre futur lecteur doit avoir une idée bien précise de ce qu’il s’attend à lire et vous devez susciter suffisamment son intérêt (curiosité) pour lui donner envie d’aller plus loin. Le titre focalise tous les regards. Imposant, car la feuille de style l’affiche dans un corps nettement plus important que le reste du texte. Vu en premier, déterminant, il constitue une porte d’entrée que le lecteur franchira ou pas vers le contenu. Le titre, c’est aussi la balise h1, fondamentale pour le référencement naturel.

Pour résumer : **LE MAXIMUM D’INFORMATION EN UN MINIMUM DE MOTS**.

Un titre doit faire sens et être accrocheur.

Plusieurs formes de titre :

* Titre choc : sujet polémique, sujet de tous les jours, Mystérieux, Titre à promesse, Titre simple et fort, Scoop ou analyse, Les insolites.

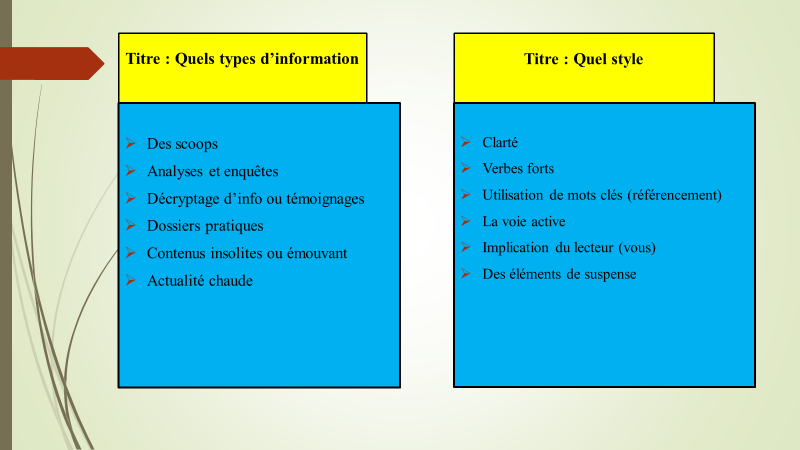
**Choses à éviter dans le choix du titre**

* Pas de jargon ou de langage trop spécialisé sauf si on s’adresse à des spécialistes (médecins, ingénieurs…)
* Pas d’acronyme « sauf organismes ou institutions connus », ANRAV, SNTF, ANEP.
* Pas de mots trop complexe ou nom propres de personnes inconnus préférer le titre ou fonction de la personne. (Directeur de ressources humaine, le Doyen, le Recteur…).

Outre ces recommandations l’élaboration du titre doit répondre à trois conditions

* Respect d’une ligne éditoriale cohérente.
* Le prise en compte du SEO (référencement).
* La capacité a suscité le partage sur les réseaux sociaux.

Figure N°6 : Titres, types et styles

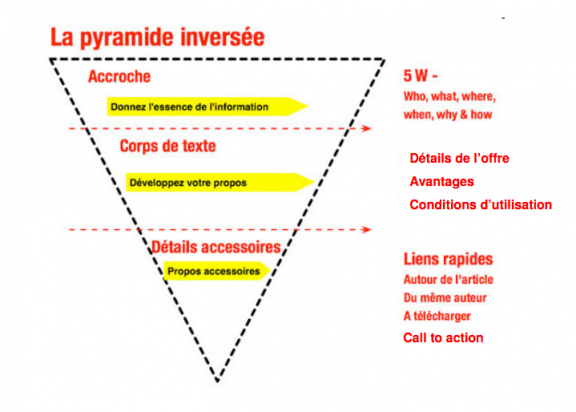


Source : Élaborer par l'auteur

**5- Construire son article selon le plan en pyramide inversée**

Consiste à rédiger un article en commençant par donner les informations les plus intéressantes au début, avant de rentrer progressivement dans les détails. Ce qui implique de placer tout en haut de l’écran les éléments principaux pour les inciter ensuite à scroller plus bas. Cette construction prend tout son sens sur Internet où les internautes veulent savoir tout de suite s’ils ont atterri sur la bonne page Web. Ce qui implique de placer tout en haut de l’écran les éléments principaux pour les inciter ensuite à scroller plus bas. La principale difficulté pour le rédacteur Web est donc de hiérarchiser ses informations, de la plus directe à la plus éloignée, en suivant le cheminement de pensée de son lecteur, étape par étape. Voire le schéma suivant :

Figure N°7 : La pyramide inversée



**Source : http://digitalgeria.com/technique-de-la-pyramide-inversee-la-base-de-la-redaction-web/**

**6- Soigner son style de rédaction, un langage courant, pour une lecture fluide**

La conception rédaction dans la presse électronique exige d'aller à l'essentiel en toute simplicité. Toutefois, simplicité ne signifie pas simplisme. Le style direct permet d'avoir un message percutant et ciblé vers l’internaute. Le niveau de langage doit être courant pour faciliter la lecture.[[48]](#footnote-48) Le choix du vocabulaire doit être adapté à la cible. L'écriture d'un texte destiné à la lecture sur écran doit avoir un style naturel. Ciblé, il donne une information claire et utileau lecteur. Un texte trop généraliste n'a pas de valeur ajoutée, ce qui risque d’entraîner l'abandon de l'internaute et augmente drastiquement le taux de rebond. L'usage des expressions à la forme active est recommandé. En effet, la forme passive est moins adaptée pour une compréhension immédiate à la première lecture. Le contenu textuel doit être construit et structurépour faciliter la lecture de l'internaute. Le texte doit être aéré avec de nombreux sauts de ligne. La phrase « idéale » devrait contenir un maximum de 12 à 24 mots, correspondant ainsi à la rétention immédiate de l'information (12 mots/100% - 24 mots/50%). Retirez les adjectifs de trop, les adverbes non essentiels à la compréhension du message. Une des techniques reconnues consiste à repérer la conjonction ou la locution conjonctive de coordination à l’intérieur d’une longue phrase, ou la lecture à haute voix.[[49]](#footnote-49)

**8- La lisibilité**

La lisibilité ne se conçoit, en journalisme, que dans le cadre d’un contrat de lecture respectueux du public. Il ne s’agit pas d’une technique de communication persuasive, mais bien d’offrir une information claire et compréhensible. La lisibilité n’est pas limitée au texte. Son application vise à éviter l’effet (essuie-glace) qui entraîne le lecteur dans un parcours distrait et rapide de son journal. La précision de l’information sera toujours privilégiée à l’accroche. Mais c’est à l’équilibre de ce couple (information/accroche) qu’il faut tendre. La lisibilité se traduit en principes d’écriture des phrases brèves des structures de phrases simples et linéaires une limitation des adverbes “charnières” une ponctuation épurée (pas de point-virgule, ni de parenthèses) des termes simples et concrets des acronymes explicités des formes actives des temp présentifiés (absence de passé simple) … Dans la pratique, ces principes seront adaptés aux différents genres et au style propre à chacun. Le “test du souffle” sert d’évaluation pragmatique à la lisibilité.[[50]](#footnote-50)

**Le couple magique : informer et accrocher**

Pour bien comprendre la lisibilité, il faut tout d’abord distinguer, comme on le fait en anglais, la lisibilité matérielle d’un texte, ses aspects graphiques et typographiques (legible) de sa lisibilité intellectuelle, dans ses aspects cognitifs (readability). D’emblée, cette distinction inclut les éléments d’accroche et d’information, couple magique des techniques d’écriture journalistique. Dans ce duo, c’est l’équilibre parfait qui est souhaité. Mais il est rare. En cas de conflit, c’est pourtant toujours l’information qui doit dominer. Le but ultime est de permettre au public de disposer d’une information et de la comprendre de la manière la plus complète et autonome possible. Les techniques d’accroche, de séduction et d’éveil d’attention se mettent au service de la fonction d’information. Comme le mentionne François Richaudeau (Richaudeau, 1978), un texte efficace est un texte qui permet une lecture efficace, c’est-à-dire qui permettra au lecteur d’être enrichi d’une information nouvelle. La lecture des médias d’information ne relève en rien de la lecture obligatoire.[[51]](#footnote-51)

**9- Le respect de la ponctuation, pour un bon usage des signes en typographie**

La ponctuation fait partie intégrante de la compréhension et du sens de la phrase. Les signes de ponctuation aident à comprendre le sens d’un texte en présentant les différentes parties. Ils contribuent également au sens de phrases et de mots, et même parfois créent à eux seuls le sens.[[52]](#footnote-52)

**10- Le découpage du texte par unité d'information, pour faciliter la lecture à l'écran**

Diviser l’article en plusieurs paragraphes est un excellent moyen de ne pas perdre le lecteur en cour de chemin, il est impératif d’aérer le texte pour que l’internaute s’y trouve, il est préférable donc de diviser les textes en 2, 3 voire 4 paragraphes pour qu’il soit relativement court, Par ailleurs ne pas oublier de mettre un sous-titre avant chaque paragraphe, ainsi, le lecteur pourra savoir de quoi on parle. (Écrire des paragraphe courts et claire : un paragraphe = une idée). Un paragraphe s'articule autour d'un messageà transmettre pour capter le lecteur avec une idée percutante et faciliter la mémorisation. Les retours à la ligne sont réguliers, au maximum toutes les 4 à 5 phrases. Les phrases courtes de 10 et 12 mots, ne soit pas plus d’une ligne et demie (pour un écran de 13 pouces) sont à privilégier.

**11- La concision**

Dans la mesure où la lecture en ligne nécessite un effort de concentration important, la concision est fondamentale dans la rédaction pour la presse électronique, mais elle ne doit pas mener à l’imprécision non plus.[[53]](#footnote-53) Concision (tout est écourté) : titre, paragraphe, choix de mots, tournures grammaticales.

Pourquoi employer plusieurs mots quand un seul suffit ?

Permettre de raccourcir et de simplifier

Éviter les verbes Être et Avoir pour aller droit au but.

La concision permet de simplifier et de dynamiser le contenu.

**Exemples**

**Le mot précis : remplacer avoir**

|  |  |
| --- | --- |
| L’usine avait alors plus de 300 ouvriers | Employait, comptait, rassemblait |
| L’huissier a fait un procès-verbal | Dressé, établi |

**Substituez un mot précis aux subordonnées relatives pour alléger les phrases.**

|  |  |
| --- | --- |
| Des personnes qui ne font pas partie de l’entreprise | Externes |
| J’apprécie le fait qu’il arrive toujours à l’heure | Sa ponctualité |

**Remplacez-les participes présents.**

|  |  |
| --- | --- |
| Des champignons pouvant être mangés. | Comestibles |
| Les personnes appréciant beaucoup le jazz | Les amateurs de jazz |

**12- Tenir compte de l’ergonomie Web**

**Soigner la mise en page**

Création d’irrégularité visuelles sur lesquels l’œil peut s’accrocher.

Evitez d’écrire des phrases en majuscules.

Aller vite à l’essentiel,les internautes ne disposent que de quelques secondes, ils doivent comprendre très vite ce qu’ils vont trouver sur votre site. (Allez à l’essentiel et placez vos arguments les plus forts en haut de page).

L’œil peut lire trois mots à la fois... Pour augmenter la lisibilité de vos textes, tentez de rédiger des phrases plus courtes et plus simples.

**13- Optimiser l’accessibilité des contenus**

Métas-données, liens hypertextes

Mise en forme

Contenu on-page (Balisage, URL, vidéo, image, Hypertexte…).

Maillage (interne/externe).

Figure N°8 : Les différentes étapes de rédaction web

**Source : Élaborer par l’auteur**

En résumé rédiger pour la presse électronique suggère de :

* Se mettre dans la peau de l’internaute. Dans plus de 50% des cas l’internaute est mobinaute « lit sur un petit écran tandis qu’il est sollicité par son entourage en plus des annonces et notifications ».
* S’adapter à cet environnement « mode de lecture et support digital ».
* Tenir compte de l’ergonomie Web.
* L’information doit être donner rapidement. Les éléments les plus importants doivent de préférence apparaitre dans l’introduction et les titres. Le lecteur est en mesure de scanner l’article en un coup d’œil.
* Contenu avec une introduction bien construite (un plan) avec en sus des titres accrocheurs.
* Soigner son style d’écriture, « clarté, pertinence et concision ».
* Publier des contenus ciblés qui correspondent aux requêtes des internautes.
* Optimiser au mieux ses mots-clés pour qu’ils soient repérés par Google.
* Publier le plus régulièrement possible des contenus nouveaux (mis à jour).
* Utiliser des formules spécifiques, insérer des mots clés, des liens, des images et des balises.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Différences** | **Rédaction presse** | **Rédaction web** |
| **La différence de support** | La rédaction presse, est axée sur l’impression papier, sur tissu, sur plastique… en résumé, sur tout support physique. Elle concerne généralement le secteur journalistique (**article de presse, édito**…) et publicitaire (**brochures, flyers**…). | La rédaction web concerne tous les textes destinés aux supports virtuels : ordinateurs, smartphones, tablettes… Les différents contenus rédigés sont les **habillages de site web,** les**articles de blog**, les **fiches produits**, les **statuts** sur les réseaux sociaux… |
| **La différence de cible** | La rédaction presse ou **rédaction de presse**, concerne plutôt un public à la recherche d’information objective et établie. Notez cependant que la rédaction web peut aussi s’adresser à un public à la recherche d’informations. | La rédaction web est centrée sur le webmarketing. Les rédacteurs web produisent généralement des contenus promotionnels pour vendre un produit ou un service d’une entreprise. |
| **La différence dans la technique rédactionnelle** | La rédaction presse est plus libre. Les contraintes liées au référencement et aux algorithmes des SERP (Google, Yahoo, Bing…) ne sont plus prises en compte. Le rédacteur de presse se contentera d’écrire des textes pertinents et agréables à lire. | La rédaction pour le web est régie par plusieurs règles : - Textes conformes au [référencement naturel](https://www.laplume.mg/agence-referencement-naturel-seo-madagascar/) - Contenu cohérent avec la ligne éditoriale de l’entreprise - Principe de la pyramide - Champ sémantique - Balises HTML |
| **La différence de mise en page** | La rédaction presse on se contente de rédiger un titre et des paragraphes | Lorsqu’on rédige pour le web, il existe certains codes à respecter : - Rédaction de la balise title (titre du contenu affiché sur les moteurs de recherche) : - Rédaction de la balise H1, H2, H3, etc. (titre du contenu et sous-titre). - Mise en gras des mots importants (mots-clés, longue traine…) - Respect du nombre de mots (un contenu qui souhaite bénéficier d’une bonne visibilité sur Google devrait dépasser les 500 mots). - Maillage interne |

Comme vous l’aurez remarqué, les points de dissemblance entre la rédaction web et la rédaction print sont assez nombreux. Les règles et les usages sont différents entre ces deux formats d’écriture. Si vous souhaitez uniquement offrir des contenus de qualité à votre lectorat, les [services d’un journaliste (rédacteur de presse)](https://www.laplume.mg/blog/actualites/redacteur-de-presse-fiche-metier/) feront amplement l’affaire. Par contre, si vous souhaitez séduire les internautes tout en améliorant votre visibilité sur internet, il faudra faire appel à un rédacteur web.[[54]](#footnote-54)

**Chapitre VI Le journalisme web, une activité en plein mutations**

Profonde et incontournable, la transformation digitale met les contenus en première ligne. Smartphone de tous les instants, ordinateur omniprésent, tablette à portée de main… l’information sous toutes ses formes envahit notre quotidien et nos vies professionnelles. L’image fixe attire les regards mais la révolution à l’œuvre génère d’innombrables mots, qui, si digitaux soient-ils, n’en restent pas moins des mots. Jamais on n’a autant écrit ni diffusé de textes. L’écriture Web n’est plus l’apanage des médias, loin s’en faut, à moins qu’entreprises et institutions ne soient devenues des médias. Écrire pour le Web, un blog, l’intranet ou les outils métiers s’impose à de nombreux professionnels, toujours plus nombreux, dont ce n’est pas le métier initial, voire principal. Selon Arjoun Samir,[[55]](#footnote-55) aborder la question du journalisme sur le web est devenue une tâche peu aisée, cette activité hétérogène se présente comme une représentation professionnelle qui échappe à toutes les définitions assimilées auparavant. Plusieurs spécialistes en Sic trouvent des difficultés à entourer scientifiquement ce phénomène. Denis Ruellan[[56]](#footnote-56) admet que le journalisme est :Un univers fluide aux modes de gestion flous et mouvants, à la lecture professionnelle métissée par nature. Dans un contexte dominé par la société de l’information, la presse web élargit son statut et son processus d’expansion à l’ensemble des acteurs humains.

En effet, à l’instar de la majorité des phénomènes en Sic, l’optimisation de l’activité journalistique crée de nouveaux rapports socioprofessionnels. L’explosion technologique signe le début d’une nouvelle ère post industrielle, et une modification dans les principes de fonctionnement général. L’organisation traditionnelle de la presse laisse la place à une modélisation basée sur une alliance entre l’informatique et Internet.

Pascal Lapointe[[57]](#footnote-57) écrit : « Bien sûr qu’Internet modifiera la façon de faire le journalisme… Et cette évolution ne fait que commencer. À mesure que les journalistes et les médias prendront de l’assurance dans le cyberspace… la direction que prendra ce nouvel univers dépendra beaucoup de nous et de la façon dont nous apprivoiserons l’outil ». L’évolution du journalisme vers cette pratique multimédia laisse entrevoir encore plusieurs zones d’ombres, et son déploiement sur plusieurs sphères désoriente totalement sa véritable identification. Dans cette optique, plusieurs tentatives d’identification ont été réalisées par les spécialistes en Sic ; un manifeste général, qui retrace les bouleversements du journalisme web. En effet, le panorama général des différentes mutations, qu’a subi l’activité, sera résumé selon Martin[[58]](#footnote-58) en quatre points majeurs :

1- Le prolongement de la presse sur le web est considéré comme une fissure dans l’homogénéité du travail médiatique, nous assistons à la création d’un nouveau média amélioré par les capacités technologiques offertes. Le même auteur mentionne : « En basculant sur le Web, le journalisme ne change pas simplement de support, il change aussi de nature. Ce n’est ni une transmutation, c’est un autre média»*.* De plus, les attentes et les réactions des lecteurs du Web, parce que le support est différent, ne sont pas les mêmes que celles de la presse écrite ». Le lecteur à soiffe de nouveauté, de scoop, d’informations promptes. Effectivement, ce média est très généraliste, il mobilise plusieurs domaines et spécialités qui seront incorporés dans son processus de production et de diffusion. Cette codification est jugée comme très vague pour qu’elle puisse être contenue par un seul média.

2- Cette expérience est synonyme d’une indéfinition des rôles et des lieux. Les prémices d’une spécialisation sont absentes, les indices d’une véritable structuration ont disparu. Des lacunes dans l’organisation humaine et matérielle sont constatés, en résumé : « Les frontières entre journalistes et experts, entre pouvoir et média, deviennent floues, et tout un chacun peut participer anonymement à faire circuler l’information, de façon virale et incontrôlée ».

3- La mission « noble » du journalisme fait ses adieux dans ce contexte. Désormais, les responsables du secteur de la presse en ligne cherchent dans la rapidité et la vitesse de diffusion. La majorité des professionnels actuels défendent l’idée d’un service minimal et d’une massification de l’opération informationnelle.

Les enquêtes profondes, les grands reportages et le journalisme d’investigation perdent leurs statuts, ils laissent la place à un besoin d’information très médiocre, qui selon Jean-Marie Charon, passe sans cesse d’un sujet à l’autre sans pouvoir en assurer un réel suivi.

# 4- Le quatrième élément de l’élaboration de cette nouvelle forme de journalisme concerne le rôle de l’élément central de l’activité. Le journaliste perd de sa valeur professionnelle et son statut de compétiteur puisqu’il reste assis derrière son écran pratiquant la veille sur Internet à la recherche d’information. Charon réalise une distinction entre les deux formes de la pratique : «Le journaliste debout, dont l’ensemble de l’activité consiste à aller chercher l’information, journaliste exposé, enquêteur et voyageur (…) le journaliste assis qui reste au sein de la rédaction l’essentiel de son temps » [[59]](#footnote-59). Ajouter à ces mutations les questions relatives au financement et à l’économie de la presse qui ont pris un nouvel essor. L’arrivée des TIC semble effacer un certain nombre des fondements de l’activité journalistique d’un côté, et faire évoluer de nouvelles visions et relations d’un autre. De ce fait, certains chercheurs estiment que les journalistes ne cessent de perdre leur statut professionnel pour devenir, avec le temps, collecteurs d’information et ramasseurs de fil d’agences.[[60]](#footnote-60)

**De nouvelles tendances pour le journalisme web**

Le bouillonnement lié à Internet fait émerger plusieurs formes de médias. Nous assistons aujourd’hui à la manifestation d’un nouveau journalisme basé sur la technique du web et le support numérique. La nouvelle organisation du journalisme web est centrée autour des moyens technologiques disponibles dans les salles de rédaction. Le management participatif accompagne cette évolution et accélère ce protocole. Cette insertion technologique est inévitable. Pour Mercier Arnaud et Pignard-Cheynel Nathalie,[[61]](#footnote-61) les recherches sur l’extension des territoires du journalisme s’attachent également à analyser des pratiques et des formats journalistiques spécifiques au numérique ou qui connaissent un regain d’intérêt grâce aux possibilités techniques des dispositifs socio numériques comme par exemple : Le data journalisme :appelé le journalisme de données (data journalism en anglais), ou journalisme de bases de données (database journalism), est un mouvement visant à renouveler le journalisme par l'exploitation de données statistiques et la mise à la disposition de celles-ci au public..[[62]](#footnote-62)

Le web documentaire : Selon [Franck Rondot,](http://www.franck-rondot.com/) le web documentaire est une nouvelle forme de narration, utilisant comme support de diffusion internet et dont la fonction principale est de raconter une ou plusieurs histoires de façon interactive. Le webdocumentaire est un moyen d’expression récent issu du genre journalistique et adapté à internet. L’objectif est de produire une narration web qui mêle texte, image et son. Le webdocumentaire prend sa source à partir de faits réels mais avec un travail particulier sur la scénarisation de la production.[[63]](#footnote-63)

Les news games : Actualité des jeux vidéo.

Le live blogging : Elle combine lecture de textes, écriture en direct en direct sur son blog et projection de films d'archives de fêtes familiales.

Le SEO (Search engine optimization*)* : Optimisation du moteur de recherche.

## **2.1 Les nouveaux usages et adaptations du journalisme web**

Le journalisme web utilise globalement les mêmes bases, genres et techniques de rédaction que la presse classique. Il explore tous les formats éditoriaux des différents médias en particulier celui de la presse écrite. Cela signifie, dans le cas de la pratique rédactionnelle, que la technique constitue l’ensemble des moyens utilisés pour pratiquer le journalisme. Les évolutions se constatent particulièrement autour des supports de diffusion des informations avec de nouvelle approche dans la transmission, le partage, des alternatives que propose le web qui s’appuient sur les fonctionnalités et potentialités des technologies numériques en ligne. A cela vient se greffer l’aspect interactivité et interactionnisme (aspect collaboratif du public), le caractère multimédia et enfin celui de la temporalité digitale, qui implique une mise à jour continuelle.

Le processus de numérisation généralisé des supports de diffusion et de partage des informations, viendrait s’intégrer au domaine appelé soft dont figure : Les applications : avec une diversification des canaux, blog, réseaux sociaux, site internet… . Mais encore le côté esthétique : joindre, image, texte et vidéo. Les écrans se sont diversifiés (I phone, ordinateur, la presse écrite. La miniaturisée privilégier les récepteurs mobiles…), tout comme les publics, ce qui implique selon certains auteurs une spécialisation plus importante**.** La diversification des supporte est accompagnée par la profusion de sources, l’ubiquité, la diversification des modes de diffusion, et plus particulièrement l’instantanéité dans la transmission de l’information qui représentent des atouts qu’il conviendra désormais de maîtriser. Une nouvelle cartographie médiatique s’éloigne des principes traditionnels basés sur la feuille et le stylo est en train de se dessiner ; les journalistes travaillent désormais dans un environnement de technologie généralisée. Nous assistons alors à la naissance des « Infocrates»selon le terme d’Alain Bron.[[64]](#footnote-64)

De l’horizontalité à la verticalité. Sur le plan structurel, les mots d’ordre sont la verticalité au lieu de l’horizontalité. Alors que la rédaction dans la presse écrite traditionnelle passe par plusieurs services, « chaine rédactionnelle se compose de plusieurs personnes et services », actuellement nous assistons à l’élimination des intervenants. L’allègement de la structure rédactionnel, de l’encadrement et des effectifs des rédactions en ligne ont poussé les journalistes à se substituer aux éléments manquants de la chaîne de production de l’information.[[65]](#footnote-65)Jean-Marie Charon[[66]](#footnote-66) explique que « Les principes du journalisme classique fondés sur le travail de groupe et une limitation dans les notions et les temporalités sont bousculés par une introduction massive de nouveaux usages et rituels journalistiques ». Le changement des plans de travail engendre une participation quasi-totale du journaliste à toutes les étapes de la production de l’information. Saisir ses textes, composer ses articles, coopérer et participer à la réalisation des nouvelles tâches deviennent son quotidien. Plusieurs opérations disparaissent et d’autres apparaissent, le journaliste devient l’élément central de cette démarche. L’allègement de la structure rédactionnel, de l’encadrement et des effectifs des rédactions en ligne ont poussé les journalistes à se substituer aux éléments manquants de la chaîne de production de l’information. Les modifications concernent aussi le mode de fonctionnement des rédactions, où l’enjeu consisterait à créer puis développer les conditions optimales pour que s’exerce la nécessaire polyvalence des journalistes du futur. Joannes Alain, postule que les rédactions doivent, à cet effet, pouvoir se reconfigurer à tout moment[[67]](#footnote-67), et le journalisme gagnerait à réaliser la symbiose de l’individualisme, gage d’originalité et de diversité, et du travail coopératif, source d’efficacité et de crédibilité. Par ailleurs les techniques de rédaction web exigent d’aller à l’essentiel. Le journalisme multimédia, qui impose une nouvelle conception de l'écriture de presse privilégiant la mise en valeur de l’information Technique de la Pyramide inversée. Au-delà de ces interrogations très empiriques, internet a également obligé les journalistes à s’interroger sur l’aspect interactif et la place laissé au public(s) dans un schéma traditionnellement très unilatéral. Celle-ci est particulièrement dictée par le caractère rédactionnel interactif (lecteur comme coproducteurs de l’information, puis de sa diffusion), où toute personne même n’ayant aucune connaissance des règles journalistique et des techniques de rédaction pourrait transmettre et relayer une information. Grevisse Benoît, estime que l’écriture ou la stratégie rédactionnelle sous l’ère numérique est devenues technique individuelle et collective, avec l'adéquation d'un produit de presse à son public. Le même auteur explique que cela est rendu possible grâce d’un côté, au journalisme multimédia, qui insuffle une nouvelle conception de l'écriture de presse privilégiant la mise en valeur de l'information. Et de l’autre côté, à un journalise narratif, qui a permis de concevoir un rapport à un lecteur autonome, de s'affranchir d'un journalisme formaté (traditionnel) et de poser la question de la responsabilité sociale de l'information. On retrouve donc les principes fondateurs de la pratique journalistique avec la lisibilité, la sélection de l’information, la stratégie rédactionnelle (édition, mise en valeur) et les genres journalistiques. Avec la possibilité d’explorer tous les formats éditoriaux des différents médias en particulier celui de la presse écrite. Le journalisme narratif est aussi une conclusion critique en forme de déclaration d’intention. Grevisse suggère de ne pas penser l’écriture journalistique en suivant des modèles figés même s’ils paraissent modernes comme le story-telling, mais au contraire à accepter une recomposition permanente des formes et du style pour que le journaliste continue d’être celui qui « met le monde en forme.[[68]](#footnote-68) au bénéfice de son public, et quel que soit le support. En effet, alors que les modalités narratives nouvelles, sont selon Pierre Morelli et Alain Joannes[[69]](#footnote-69) plus en phase avec la multiplication des supports et des formes d’accès à l’information, avec la fragmentation du temps, la segmentation des cibles et la volatilité qui caractérise le comportement de l’individu hypermoderne ; Le traitement du multimédia, s’attache quant à lui, à situer l’activité journalistique dans le cadre sociotechnique que construit le dispositif informatique. La prise en compte des conditions particulières de la lecture des internautes (rapidité, parcours superficiel) conduit à des formes d’écriture simplifiées, concises. (Aller à l’essentiel). Toutefois, la dimension multimédia et l’interactivité viennent compléter et enrichir ces formats textes d’où la formule de l’auteur : « Le texte explique, le multimédia montre et l’interactivité démontre ». La mise en place des liens (hypertextes), ainsi que le référencement sont deux étapes très importantes du journalisme interactif, ce qui conduit à une nouvelle organisation des rédactions et à une conception plus collaborative du travail. Pour sa part, Ricardo Augusto López Díaz, parle d’un contrat journalistique à partir de deux types de contrastes : un contraste interne, où le corpus a été construit à partir d’un élément commun (les journaux électroniques), mais diversifié de par ses « marques » ou titres. Dans une étude intitulée « Les discours en interaction de la presse en ligne », Ricardo Augusto López Díaz suggère une théorisation de la coproduction journalistique. Selon ce dernier l’analyse sémio linguistique de la presse en ligne peut nous conduire à l’introduction des éléments théoriques d’une coproduction journalistique, processus qu’il définit comme l’interaction discursive des textes produits par les instances médiatiques et réceptrices dans le contrat qui surgit dans le cadre numérique de la communication. La temporalité digitale est un autre aspect de ce virage rédactionnel, ce qui vaut à boucler en permanence. Une action qui répond à la vitesse de diffusion et de circulation de l’information avec des mises à jour chaque minute/heure). La dimension temporelle : l’immédiateté a remplacé la périodicité, caractéristique de la presse : quotidienne, hebdomadaire, mensuelle etc. Le rythme de production éditoriale traditionnel s’est révélé inadapté aux exigences de « temps réel » induit par le nouveau média. Face aux « pure players », qui référencent l’actualité en temps réel, les journaux ont dû s’adapter pour conserver leur spécificité de valorisation du travail de journalisme et d’éditorialisation.[[70]](#footnote-70) Dans la pratique, ces principes seront adaptés aux différents genres et au style propre à chacun.

# **VIII Conclusion**

Dans sa constitution atypique, Internet, en tant que média, offre de nouveaux enjeux au secteur de la presse. D'une part, il sert d'interface pour la collecte, le traitement, l’analyse, la réalisation et la diffusion des informations sur un seul support. D’autre part, Internet représente un danger pour la presse traditionnelle en lui imposant une rivalité terrible sur la forme et le contenu. C’est-à-dire que sur le réseau d’Internet, à côté de la presse en ligne, circule une multitude d’informations qui ne relève pas du journalisme. Nous constatons à cet effet, des divergences radicales dans l’interprétation de ce mouvement chez les spécialistes en Sic. James Curran explique que : « Le changement qui touche le journalisme est considérécomme un progrès continu vers des formes supérieures »*[[71]](#footnote-71)* (CURRAN, 2002 :134-154). Cet avis de l’école anglo-saxonne ne fait pas l’unanimité ; plusieurs professionnels se positionnent contre et considèrent que l’organisation actuelle de la presse en ligne est le résultat apparent d’une rupture  
entre deux époques d’adaptation professionnelle. L’insertion de l’informatique et des nouveaux  
procédés scientifiques au sein de la presse traditionnelle a eu des effets rationnels sur l’évolution  
des pratiques et des comportements sans véritablement la bouleverser. Malgré cette distanciation identitaire, il serait une erreur de distinguer ou de dissocier la presse classique de ce nouveau média. Yannick Estienne est l’un des premiers à défendre cette complémentarité entre les deux expériences : « Nous ne perdons donc pas de vue le fait que l’apparition et le développement decette presse s’inscrit dans le cours de l’évolution des médias et ne marque pas une rupture décisive,comme certains le prétendent. Dans une certaine mesure, la presse en ligne conclut un cyclecommencé, à la fin des années 1970, par la numérisation de la production et des contenus. Situéeau confluent des principales innovations technologiques, organisationnelles, économiques etéditoriales, elle constitue de fait un bon terrain d’observation des transformations que les médiasont connues ces dernières années ».[[72]](#footnote-72)Quoi qu’il en soit, à l’heure actuelle, le renversement des mémoires textuelles et des écritures dans l’univers numérique rend possible l’accès à toutes les constitutions du savoir. Dans ce cadre, les TIC envahissent entièrement l’imaginaire collectif et individuel contemporain bien avant d’être un outil et un média solidement diffusé. Les recherches sur la presse en ligne baignent dans une idéologie parallèle aux progrès des nouvelles technologies d’information et de communication. La presse en ligne est, désormais, proclamée comme un média au sens restreint du terme, et non pas un support technique pour la communication. Son dynamisme tient plus à son caractère de multimédia réunissant l’écrit, le son et l’image. De ce fait, quelques chercheurs, à l’instar d’Éric Maigret, Jean-Marie Charon, Nicolas Pélissier considèrent ce média comme un véritable super média, un ogre dévorant tous les autres intermédiaires de l’information. Par son universalité, sa flexibilité, ses modes de transmission et son faible coût d’utilisation, il serait ainsi appelé à devenir le média alternatif du futur. Tout l’enjeu de la pérennité du journalisme à l’ère numérique se situe dans la recherche d’un juste équilibre entre un journalisme à l’ancienne nourri d’enquêtes, de reportages et d’expertise, et les nouvelles pratiques apparues sur Internet : discussions et débats en ligne, proximité avec le lecteur, recommandations et interactions entre les sources d’information.

Lien du cours sur la plateforme E-learning :

<https://elearning.univ-bejaia.dz/course/view.php?id=11937>

Lien carte conceptuelle du cours

file:///C:/Users/nabil/Desktop/FORMATION%20RECRUTEMENT/Carte%20Conceptuelle%20Vue/.~Carte%20conceptuelle-copy.html

Vidéo du cours : à consulter en ligne

<https://www.youtube.com/watch?v=o-m9ngG5qoU>

# Références bibliographiques

**Livres**

AGNES Yves, Manuel du journalisme, La découverte, France, 2002.

ABUIN VENCES Natalia. La publicidad en periódicos electrónicos: creación y evaluación de un modelo de eficacia,. Thèse : Universidad Complutense de Madrid, Espagne, 2007.

ALBERT. P., Histoire de la presse, PUF, Que-sais-je, 2010

BRETON Philippe et PROULX Serge, L’explosion de la communication, Ed. La Découverte, France, 1996.

BRON Alain, « Qui sont les infocrates ? », Terminal, n° 73, Edition L’Harmattan, Paris, 1997.

BOUZIDI, L BOULESNANE, S et BENAISSA, M, L’évolution des technologies de l’Information et de la Communication : la co-construction avec les usages. Interfaces numériques, 6 (3), 2017.

BEGAT Aurélie, La rédaction Web : Créer votre stratégie de contenus et booster votre référencement sur Google, Markéting Book, France, 2021.

COURRIER Serge, Internet pour les journalistes, Victoires Editions, coll. Métiers de journalistes, Paris, 2004.

CHARON Jean-Marie, LE FLOCH Patrick, La presse en ligne, édition la Découverte, France, 2011.

DUFOUR Arnaud, Internet, Paris : Edition presse universitaire de France, 1995.

DENIS Gabrielle, Rédaction Web, écrire pour être référencer, Editoile, France, 2012.

ESTIENNE Yannick, Le journalisme après Internet, Edition L’Harmattan, coll. Communication et civilisation, Paris, 2007.

FOGEL Jean-François et PATINO Bruno. Une presse sans Gutenberg, Grasset, Paris, 2005.

LESLE François, MACAREZ Nicolas, Le multimédia, Editions, Presses Universitaires de France, coll. Que-sais-je ? 1998, France.

GUERIN Serge, La cyberpresse : la presse et l'écrit off line, on line, Edition Hermès, Paris, 1996.

GREVISSE Benoit, Ecritures journalistiques, Stratégies rédactionnelles, multimédias et journalisme narratif, 2 édition, de boeck, Belgique, 2014.

GANI Muriel, Écrire pour le Web, la Boîte à outils, DUNOD, France, 2018.

JOANNES Alain, Le journalisme à l’ère électronique*,* Vuibert, coll. Lire Agir, Paris, 2007.

LAPOINTE Pascal, Le journalisme à l’ère du net : guide pratique, Edition les Presses de l’Université de Laval, Montréal, 1999.

LENOBLE-BART Annie, CHENEAU-LOQUAY Annie, « Les médias africains à l’heure du numérique », Netsuds, n°05, Edition Le Harmattan, France, 2010

LEROUX Patrice, Atelier de rédaction Web, Université de Montréal, Canada, 2014.

MOURIQUAND Jacques, L'Écriture journalistique, [Presses universitaires de](https://fr.wikipedia.org/wiki/Presses_universitaires_de_France) [France,](https://fr.wikipedia.org/wiki/Presses_universitaires_de_France) coll. [Que sais-je ?](https://fr.wikipedia.org/wiki/Que_sais-je_%3F) Chapitre IV. La gamme des genres journalistiques, 2015.

PERRIAULE J*,*La logique de l’usage : essai sur les machines à communiquer*,*Flammarion, Paris, 1989.

RUELLAN Denis, Le journalisme du flou, identité et savoir-faire des journalistes françai*s*, Grenoble, Edition PUG, 1993.

REBILLARD Franck. Le journalisme participatif, un maillon dans la chaîne numérique de l’information d’actualité. Web social : mutation de la communication, éd par MILLERAND F. PROULX S RUEFF J. Québec : P.U.Q., 2010.

RIEFFEL Remy, Sociologie des médias, Ellipses, 4 édition, France, 2015.

VANBREMEERSCH Nicolas, « Pour un journalisme de données », Salte.fr, 30 juillet 2009.

**Revues et articles**

CHARON Jean-Marie, *«* Modernisation et diversification des journaux : quels enjeux ? », Brises, n°11, Dossier : Presse et nouvelle technologies, Edition CDSH, Paris, décembre 1987.

DEUZE Mark, « The web and its journalisms. Considering the consequences of different types of newsmedia online *»,*New Media and Society*,* vol. v, no 2, 2003.

HANS-JUGEN Lüsebrink, « La littérature des almanachs : réflexions sur l’anthropologie du fait littéraire », [Études française*s*](https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89tudes_fran%C3%A7aises), vol. 36, no 3,‎ 2000.

CURRAN James, Media and the making of British society, C1700.2000, Media History, volume. 08, n° 02, London, 2002.

CHARON Jean-Marie, *«* Le journalisme d’investigation et la recherche d’une nouvelle légitimité », Hermès, n° 35, Les journalistes ont encore du pouvoir, CNRS Edition, Paris, 2003.

MERCIER Arnaud et PIGNARD-CHEYNEL Nathalie, « Mutations du journalisme à l’ère du numérique : un état des travaux »*,* Revue française des sciences de l'information et de la communication, *(RFSIC)*, disponible sur internet. Dernière consultation : le 07/10/2014.

MARTIN Bernard, « Manifeste pour un autre journalisme »*,* la Revue XXI*,* n°21, Edition JCK, Paris, 2013.

**Cours et conférences**

BEUGNIES Lauric, Histoire de la presse, Université [Haute École Louvain en Hainaut](https://www.studocu.com/fr-be/institution/haute-ecole-louvain-en-hainaut/1243?origin=document-viewer), 2015/2016.

BERTINI Marie-Josèph, Cours de licence 3 Information et communication, Théorie globale de la communication, Université Nice Sophia Antipolis, France, 2005/2006.

**Thèses et recherches**

ARDJOUN Samir, La presse en ligne algérienne et les modalités d’insertion des NTIC dans les organisations de presse en Algérie, Thèse de Doctorat, Université de Nice Sophia Antipolis, Département SIC, Sous la direction de Nicolas Pélissier, France, 2014.

LOPEZ DIAZ Ricardo Augusto, Les discours en interactsmailion de la presse en ligne. Propositions pour une théorisation de la coproduction journalistique, Thèse de Doctorat, ’UNIVERSITÉ PARIS III SORBONNE NOUVELLE Discipline : Sciences de la Communication et de l’Information, Sous la direction de M. le Professeur Guy LOCHARD, 2014.

**Rapports**

TESSIER Marc et BAFFERT Maxime, RAPPORT AU MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, France, 2007.

**Encyclopédie**

RAYNOUARD François, Lexique roman ou Dictionnaire de la langue des troubadours, comparée avec les autres langues de l’Europe latine.

ROBERT Paul, « Le petit robert », dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, Edition Atlas, Paris, 2001.

**Webographie**

<https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/almanach/>, consulté le 02/10/2023.

<https://www.dicocitations.com/citations/citation-132708.php>, consulté le 23/10/2022.

Ihadjadene Madjid, Chaudiron Stéphane (2010). « Quels modèles pour analyser l’accès à l’information dans les organisations ? », Les Enjeux de l’Information et de la Communication*, Grenoble*, GRESEC, Université Stendhal Grenoble 3. [http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2010-supplementB/ChaudironIhadjadene /index.html. 2010](http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2010-supplementB/ChaudironIhadjadene%20/index.html.%202010), Consulté le 23/10/2023.

<https://24hdansuneredaction.com/presse/4-les-formes-journalistiques/>, Consulté le 16/10/2023.

**Thierry**Herman**and Nicole**Jufer, “L'éditorial, « vitrine idéologique du journal » ?”, Semen [Online], 13 | 2001, Online since 04 May 2012, connection on 02 October 2023. URL: http://journals.openedition.org/semen/2610; DOI: <https://doi.org/10.4000/semen.2610>, consulté le 02/10/2023.

**Roselyne**Koren, “Argumentation, enjeux et pratique de l’ « engagement neutre »  : le cas de l’écriture de presse ”, Semen*[*Online], 17 | 2004, Online since 29 April 2007,. URL : http://journals.openedition.org/semen/2308 ; DOI : <https://doi.org/10.4000/semen.2308>, Consulté 18/10/2023.

<https://yakamedia.cemea.asso.fr/sites/default/files/upload/Je-m-informe-les-differents-genres-journalistiques-compress.pdf>? Consulté le 02/10/2023.

<http://uoh.univ-montp3.fr/j_ameliore_ma_maitrise_du_francais/T-COM-genres/co/genre_journalistique.html>, Consulté le 18/10/2023

<http://uoh.univ-montp3.fr/j_ameliore_ma_maitrise_du_francais/T-COM-genres/co/genre_journalistique.html>, Consulté le 18/10/2023

<https://www.strategies.fr/actualites/medias/LQ2572740C/le-modele-novateur-du-monde.html>, Consulté le 12/01/2024.

<https://www.franck-rondot.com/films-webdocs-webdocumentaire/presentation-webdoc.html>, Consulté le 18/10/2023.

<https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/23322/la-ponctuation/role-et-fonctions-de-la-ponctuation#:~:text=Les%20signes%20de%20ponctuation%20aident,en%20pr%C3%A9sentant%20les%20diff%C3%A9rentes%20parties>. Consulté le 12/01/2024.

<https://www.laplume.mg/blog/actualites/difference-redaction-print-redaction-web/> consulté le 10/01/2024.

1. <https://www.dicocitations.com/citations/citation-132708.php>, consulté le 23/10/2022. [↑](#footnote-ref-1)
2. BRETON Philippe et PROULX Serge, L’explosion de la communication, Ed. La Découverte, France, 1996, p210. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ihadjadene Madjid, Chaudiron Stéphane (2010). « Quels modèles pour analyser l’accès à l’information dans les organisations ? », Les Enjeux de l’Information et de la Communication*, Grenoble*, GRESEC, Université Stendhal Grenoble 3. [http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2010-supplementB/ChaudironIhadjadene /index.html. 2010](http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2010-supplementB/ChaudironIhadjadene%20/index.html.%202010), Consulté le 23/10/2023. [↑](#footnote-ref-3)
4. PERRIAULE J*,*La logique de l’usage : essai sur les machines à communiquer*,*Flammarion, Paris, 1989. [↑](#footnote-ref-4)
5. BOUZIDI, L BOULESNANE, S et BENAISSA, M, L’évolution des technologies de l’Information et de la Communication : la co-construction avec les usages. Interfaces numériques, 6 (3), 2017, 482-498. [↑](#footnote-ref-5)
6. BEUGNIES Lauric, Histoire de la presse, Université [Haute École Louvain en Hainaut](https://www.studocu.com/fr-be/institution/haute-ecole-louvain-en-hainaut/1243?origin=document-viewer), 2015/2016. [↑](#footnote-ref-6)
7. ALBERT. P., Histoire de la presse, PUF, Que-sais-je, 2010. [↑](#footnote-ref-7)
8. RUELLAN Denis, Le journalisme du flou, identité et savoir-faire des journalistes françai*s*, Grenoble, Edition PUG, 1993, p. 140 [↑](#footnote-ref-8)
9. RIEFFEL Remy, Sociologie des médias, Ellipses, 4 édition, France, 2015, pp, 19-20 [↑](#footnote-ref-9)
10. <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/almanach/>, consulté le 02/10/2023. [↑](#footnote-ref-10)
11. HANS-JUGEN Lüsebrink, « La littérature des almanachs : réflexions sur l’anthropologie du fait littéraire », [Études française*s*](https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89tudes_fran%C3%A7aises), vol. 36, no 3,‎ 2000, p. 47-64 [↑](#footnote-ref-11)
12. RAYNOUARD François, Lexique roman ou Dictionnaire de la langue des troubadours, comparée avec les autres langues de l’Europe latine, 1838–1844 [↑](#footnote-ref-12)
13. <https://24hdansuneredaction.com/presse/4-les-formes-journalistiques/>, Consulté le 16/10/2023. [↑](#footnote-ref-13)
14. **Thierry**Herman**and Nicole**Jufer, “L'éditorial, « vitrine idéologique du journal » ?”, Semen [Online], 13 | 2001, Online since 04 May 2012, connection on 02 October 2023. URL: http://journals.openedition.org/semen/2610; DOI: <https://doi.org/10.4000/semen.2610>, consulté le 02/10/2023. [↑](#footnote-ref-14)
15. **Thierry**Herman**and Nicole**Jufer, “L'éditorial, « vitrine idéologique du journal » ?”, Semen [Online], 13 | 2001, Online since 04 May 2012, connection on 02 October 2023. URL:

    http://journals.openedition.org/semen/2610; DOI: <https://doi.org/10.4000/semen.2610>, consulté le 02/10/2023. [↑](#footnote-ref-15)
16. **Roselyne**Koren, “Argumentation, enjeux et pratique de l’ « engagement neutre »  : le cas de l’écriture de presse ”, Semen*[*Online], 17 | 2004, Online since 29 April 2007,. URL : http://journals.openedition.org/semen/2308 ; DOI : <https://doi.org/10.4000/semen.2308>, Consulté 18/10/2023. [↑](#footnote-ref-16)
17. <https://yakamedia.cemea.asso.fr/sites/default/files/upload/Je-m-informe-les-differents-genres-journalistiques-compress.pdf>? Consulté le 02/10/2023. [↑](#footnote-ref-17)
18. AGNES Yves, Manuel du journalisme, La découverte, France, 2002. [↑](#footnote-ref-18)
19. MOURIQUAND Jacques, L'Écriture journalistique, [Presses universitaires de](https://fr.wikipedia.org/wiki/Presses_universitaires_de_France) [France,](https://fr.wikipedia.org/wiki/Presses_universitaires_de_France) coll. «[Que sais-je ?](https://fr.wikipedia.org/wiki/Que_sais-je_%3F) », 2015 ([lire en ligne](https://www.cairn.info/l-ecriture-journalistique--9782130633389.htm) [[archive](http://archive.wikiwix.com/cache/?url=https%3A%2F%2Fwww.cairn.info%2Fl-ecriture-journalistique--9782130633389.htm)]), « Chapitre IV. La gamme des genres journalistiques », pp. 58-82. [↑](#footnote-ref-19)
20. <http://uoh.univ-montp3.fr/j_ameliore_ma_maitrise_du_francais/T-COM-genres/co/genre_journalistique.html>, Consulté le 18/10/2023 [↑](#footnote-ref-20)
21. <http://uoh.univ-montp3.fr/j_ameliore_ma_maitrise_du_francais/T-COM-genres/co/genre_journalistique.html>, Consulté le 18/10/2023 [↑](#footnote-ref-21)
22. ESTIENNE Yannick, Le journalisme après Internet, Edition L’Harmattan, coll. Communication et civilisation, Paris, 2007, p 75. [↑](#footnote-ref-22)
23. ARDJOUN Samir, La presse en ligne algérienne et les modalités d’insertion des NTIC dans les organisations de presse en Algérie, Thèse de Doctorat, Université de Nice Sophia Antipolis, Département des Sic, Sous la direction de Nicolas Pélissier, 2014, p 37. [↑](#footnote-ref-23)
24. GUERIN Serge, La cyberpresse : la presse et l'écrit off line, on line, Paris, Edition Hermès, 1996, p 156. [↑](#footnote-ref-24)
25. <https://www.strategies.fr/actualites/medias/LQ2572740C/le-modele-novateur-du-monde.html>, Consulté le 12/01/2024. [↑](#footnote-ref-25)
26. CHARON Jean-Marie, LE FLOCH Patrick, La presse en ligne, édition la Découverte, France, 2011, p 5. [↑](#footnote-ref-26)
27. ROBERT Paul, « Le petit robert », dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, Edition Atlas, Paris, 2001. P 2219. [↑](#footnote-ref-27)
28. CHARON Jean-Marie, LE FLOCH Patrick, Op cit, pp 3-8. [↑](#footnote-ref-28)
29. LENOBLE-BART Annie, CHENEAU-LOQUAY Annie, « Les médias africains à l’heure du numérique », Netsuds, n°05, septembre, Caen, Edition Le Harmattan, France, 2010. [↑](#footnote-ref-29)
30. DUFOUR Arnaud, Internet, Paris : Edition presse universitaire de France, 1995, p 25. [↑](#footnote-ref-30)
31. BRETON Philipe, PROULX Serge, Op cit, pp 295-298. [↑](#footnote-ref-31)
32. COURRIER Serge, Internet pour les journalistes, Victoires Editions, coll. Métiers de journalistes, Paris, 2004, p. 32. [↑](#footnote-ref-32)
33. FOGEL Jean-François et PATINO Bruno. Une presse sans Gutenberg, Grasset, Paris, 2005, p 245. [↑](#footnote-ref-33)
34. BERTINI Marie-Josèph, Cours de licence 3 Information et communication, Théorie globale de la communication, Université Nice Sophia Antipolis, France, 2005. [↑](#footnote-ref-34)
35. ABUIN VENCES Natalia. La publicidad en periódicos electrónicos: creación y evaluación de un modelo de eficacia,. Thèse : Universidad Complutense de Madrid, Espagne, 2007, p 87. [↑](#footnote-ref-35)
36. LESLE François, MACAREZ Nicolas, Le multimédia, Editions, Presses Universitaires de France, coll. Que-sais-je ? 1998, France, p 3. [↑](#footnote-ref-36)
37. ARDJOUN Samir, Op cit. [↑](#footnote-ref-37)
38. ABUIN VENCES Natalia, Op cit, p 97 [↑](#footnote-ref-38)
39. TESSIER Marc et BAFFERT Maxime, RAPPORT AU MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, France, 2007. [↑](#footnote-ref-39)
40. Entretien réaliser avec le Professeur Belarbi, Université de Bouira, Akhli Mohend Oulhadj, 2020. [↑](#footnote-ref-40)
41. DEUZE Mark, 2003, « The web and its journalisms. Considering the consequences of different types of newsmedia online *»,*New Media and Society*,* vol. v, no 2, pp. 203-230. [↑](#footnote-ref-41)
42. REBILLARD Franck. Le journalisme participatif, un maillon dans la chaîne numérique de l’information d’actualité. Web social : mutation de la communication, éd par MILLERAND F. PROULX S RUEFF J. Québec : P.U.Q., 2010, p. 353-365. [↑](#footnote-ref-42)
43. JOANNES Alain, Le journalisme à l’ère électronique*,* Vuibert, coll. Lire Agir, Paris, 2007, p. 247. [↑](#footnote-ref-43)
44. DENIS Gabrielle, Rédaction Web, écrire pour être référencer, Editoile, France, 2012, p 5. [↑](#footnote-ref-44)
45. DENIS Gabrielle, Op cit, p 6. [↑](#footnote-ref-45)
46. GANI Muriel, Écrire pour le Web, la Boîte à outils, DUNOD, France, 2018, p 12 [↑](#footnote-ref-46)
47. GANI Muriel, Op cit, p 15 [↑](#footnote-ref-47)
48. BEGAT Aurélie, La rédaction Web : Créer votre stratégie de contenus et booster votre référencement sur Google, Markéting Book, France, 2021, p 119. [↑](#footnote-ref-48)
49. LEROUX Patrice, Atelier de rédaction Web, Université de Montréal, Canada, 2014, p 14. [↑](#footnote-ref-49)
50. GREVISSE Benoit, Ecritures journalistiques, Stratégies rédactionnelles, multimédias et journalisme narratif, 2 édition, de boeck, Belgique, 2014, p 37 [↑](#footnote-ref-50)
51. GREVISSE Benoit, Op cit, pp 19-20-21. [↑](#footnote-ref-51)
52. [https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/23322/la-ponctuation/role-et-fonctions-de-la-ponctuation#:~:text=Les%20signes%20de%20ponctuation%20aident,en%20pr%C3%A9sentant%20les%20diff%C3%A9rentes%20parties](https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/23322/la-ponctuation/role-et-fonctions-de-la-ponctuation" \l ":~:text=Les%20signes%20de%20ponctuation%20aident,en%20pr%C3%A9sentant%20les%20diff%C3%A9rentes%20parties). Consulté le 12/01/2024. [↑](#footnote-ref-52)
53. LEROUX Patrice, Op cit, pp 14-20 [↑](#footnote-ref-53)
54. <https://www.laplume.mg/blog/actualites/difference-redaction-print-redaction-web/> consulté le 10/01/2024. [↑](#footnote-ref-54)
55. ARDJOUN Samir, Op cit, p 52. [↑](#footnote-ref-55)
56. RUELAN Denis, Op cit, p 140. [↑](#footnote-ref-56)
57. LAPOINTE Pascal, Le journalisme à l’ère du net : guide pratique, Edition les Presses de l’Université de Laval, Montréal, 1999, p 5. [↑](#footnote-ref-57)
58. MARTIN Bernard, « Manifeste pour un autre journalisme »*,* la Revue XXI*,* n°21, Edition JCK, Paris, janvier 2013, pp 134-170. [↑](#footnote-ref-58)
59. CHARON Jean-Marie, *«* Le journalisme d’investigation et la recherche d’une nouvelle légitimité », Hermès, n° 35, Les journalistes ont encore du pouvoir, CNRS Edition, Paris, 2003, pp.135-140. [↑](#footnote-ref-59)
60. ARDJOUN Samir, Op cit. [↑](#footnote-ref-60)
61. MERCIER Arnaud et PIGNARD-CHEYNEL Nathalie, « Mutations du journalisme à l’ère du numérique : un état des travaux »*,* Revue française des sciences de l'information et de la communication, *(RFSIC)*, disponible sur internet. Dernière consultation : le 07/10/2014. [↑](#footnote-ref-61)
62. VANBREMEERSCH Nicolas, « Pour un journalisme de données », Salte.fr, 30 juillet 2009. [↑](#footnote-ref-62)
63. <https://www.franck-rondot.com/films-webdocs-webdocumentaire/presentation-webdoc.html>, Consulté le 18/10/20230 [↑](#footnote-ref-63)
64. BRON Alain, « Qui sont les infocrates ? », Terminal, n° 73, Edition L’Harmattan, Paris, 1997, p. 04. [↑](#footnote-ref-64)
65. JOANNES, Op cit, 247 [↑](#footnote-ref-65)
66. CHARON Jean-Marie, *«* Modernisation et diversification des journaux : quels enjeux ? », Brises, n°11, Dossier : Presse et nouvelle technologies, Edition CDSH, Paris, décembre 1987, p. 62. [↑](#footnote-ref-66)
67. JOANNES, Op cit, p 143. [↑](#footnote-ref-67)
68. GREVISSE Benoit, Op cit, p. 215. [↑](#footnote-ref-68)
69. JOANNES Alain, Op cit,, pp 355-358. [↑](#footnote-ref-69)
70. LOPEZ DIAZ Ricardo Augusto, Les discours en interactsmailion de la presse en ligne. Propositions pour une théorisation de la coproduction journalistique, Thèse de Doctorat, ’UNIVERSITÉ PARIS III SORBONNE NOUVELLE Discipline : Sciences de la Communication et de l’Information, Sous la direction de M. le Professeur Guy LOCHARD, 2014. [↑](#footnote-ref-70)
71. CURRAN James, Media and the making of British society, C1700.2000, Media History, volume. 08, n° 02, London, 2002, pp.135. [↑](#footnote-ref-71)
72. ESTIENNE Yannick, Op cit, p. 57. [↑](#footnote-ref-72)