

# Le changement journalistique : un examen de ses dynamiques dialectique et autoréférentielle en Amérique du Nord

*Philippe Rodrigues-Rouleau, Université d'Ottawa*

## RÉSUMÉ

Le présent article propose un cadre analytique du changement journalistique qui opère une jonction entre deux dynamiques. La première de ces dynamiques est dialectique, suivant l'idée selon laquelle le journalisme se transformerait sous l'effet d'antagonismes entre éléments contraires. Précisément, les innovations du journalisme découleraient de tensions entre des pratiques journalistiques et des contextes d'exercice apparaissant comme inadaptés pour ces pratiques. La seconde dynamique peut être qualifiée d'autoréférentielle, en ce que les innovations que le journalisme intègre à son répertoire pour atténuer les tensions s'inspireraient bien souvent de ses propres pratiques anciennes. Pour illustrer la manifestation de ces deux dynamiques, l'article analyse trois crises qui ont agité les médias d'information depuis la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle en Amérique du Nord : la crise de l'objectivité, du modèle organisationnel et de la légitimité des journalistes. L'article conclut par une analyse de la propension du journalisme à l'autoréférence. Celle-ci met en exergue la difficulté du système journalistique à se penser et à penser le monde hors de ses règles constitutives, et s'interroge sur les pistes d'innovations qui permettraient à celui-ci d'instaurer des pratiques sans liens reconnaissables avec son passé.

## ABSTRACT

The present article suggests an analytical framework of change in journalism that makes the junction between two dynamics. The first dynamic is dialectical, in that journalistic change can be considered as the result of antagonisms between opposite forces. Specifically, the innovations of journalism may be seen as stemming from tensions between journalistic practices and the seemingly inadequate context within which these practices take place. The second dynamic can be described as self-referential, for the new practices it incorporates to its repertoire in order to alleviate tensions often seem to draw inspiration from former ones. To illustrate the manifestation of these two dynamics, the article looks into three crises that have shaken the news media in North America since the second half of the XX<sup>e</sup> century. These are related to objectivity, the work organization and the legitimacy of journalists. The article features in its conclusion an analysis of the inclination of journalism for self-reference that underlines its difficulty to think about itself and the world around outside of the rules that constitute its system. The conclusion also ponders over potential areas of innovation that could help the journalistic system establish practices with no recognizable ties to its past.

Le journalisme donne à voir l'image d'un savoir-faire rompu aux changements. Une pratique professionnelle, précisément, dont les contours semblent se modifier au gré des « discours dominants », des « effets de mode (culturels, économiques, politiques, sociaux) » et des bouleversements dans les « conditions concrètes et matérielles des processus de production de l'information » (Le Cam, Pereira et Ruellan, 2014, p. 8). Pour autant, les facteurs ici évoqués ne sauraient expliquer isolément les mécanismes qui président aux métamorphoses du journalisme, sauf à conduire à une analyse sommaire où les changements de pratiques seraient considérés comme les simples effets de causes extérieures.

Pour éviter cet écueil, il importe d'adopter une vision à la fois globale et *dynamique* du changement journalistique. Il faut d'abord, comme le suggère Laville (2007), « mettre à jour les éléments qui, combinés ensemble, forment une configuration particulière entraînant un changement des pratiques, des contenus et des formats journalistiques » (232). Et il faut, ensuite, combler le vide que fait apparaître cette méthode, laquelle en dit peu sur la dynamique exacte qui survient entre l'émergence d'une nouvelle « configuration » (Laville, 2007) et la matérialisation du changement sous forme de nouveaux contenus, savoir-faire, modes d'organisation du travail, etc.

Ainsi, dans l'article qui suit, sera considérée l'hypothèse dialectique telle que décrite par le sociologue des organisations Gareth Morgan (1986/1999) comme moteur du changement journalistique. L'approche dialectique<sup>1</sup> postule que les tensions entre éléments contradictoires et les crises qui en découlent sont vectrices de transformations dans les organisations (Morgan, 1986/1999). Rapportée au présent objet d'analyse, cette approche évoque la théorie de Charron et de Bonville (1996) sur l'évolution du journalisme. Leur modèle<sup>2</sup> avance que les mutations « *paradigmatiques* » du journalisme nord-américain seraient survenues par suite de tensions entre, d'un côté, des pratiques journalistiques, et de l'autre, un contexte d'exercice du métier – une « configuration » (Laville, 2007) – devenu inadapté pour ces pratiques. Chaque fois, l'inadéquation entre les pratiques et leur environnement aurait résulté de l'action simultanée de transformations de divers types (ex. : économique, technologique, sociale). Ultimement, les tensions auraient été résorbées par l'adoption généralisée de nouvelles pratiques par les acteurs du milieu journalistique. Aussi voit-

---

<sup>1</sup> L'approche décrite par Morgan (1986/1999) fait écho à la dialectique dans sa dimension interprétative des rouages qui président aux mouvements de l'Histoire, et non à la dialectique dans sa dimension rhétorique telle qu'articulée par Platon. Dans l'acception qui nous intéresse, et qui a notamment inspiré la recherche en science organisationnelle (Morgan, 1986/1999), il est considéré que l'histoire du monde est le produit de forces contraires : chez Hegel (1817/1970), cette dynamique transformationnelle se double d'une forme de réconciliation (ou de synthèse) entre éléments contradictoires ; chez Marx (1867/1965), le monde change sans que jamais ne soit dépassée l'opposition entre classes sociales, entre capitalistes et prolétaires.

<sup>2</sup> Inspiré par la théorie des révolutions scientifiques de Kuhn (1962), le modèle théorique de Charron et de Bonville propose un « schéma narratif divis[ant] l'histoire de la presse nord-américaine en quatre phases en apparence distinctes auxquelles correspondent quatre paradigmes journalistiques » : le « journalisme de transmission », « d'opinion », « d'information » et de « communication » (Brin, Charron et de Bonville, 2004, p. 4). Chaque paradigme est caractérisé, entre autres, par l'usage de modes d'adresse au public distincts (« fonction discursive ») (Brin et al., 2004, p. 7), et par la poursuite d'intentions particulières (« visée discursive ») (Brin et al., 2004, p. 188).

on dans ce modèle théorique la manifestation d'une dynamique dialectique génératrice d'innovations.

Un autre aspect du changement journalistique doit guider l'analyse. Il concerne la nature exacte des innovations découlant des crises. En l'espèce, on ne saurait présenter celles-ci comme *totalelement nouvelles*, sans quoi on ne ferait que réduire l'évolution du journalisme à une succession linéaire de bouleversements et d'innovations. Une telle perspective trahit une forme de myopie historique. Car il semble plutôt, comme l'écrivent Le Cam, Pereira et Ruellan (2014), que le journalisme « *ne mute pas faisant fi des conditions antérieures [mais qu'il] s'ancre dans l'Histoire, la sienne comme celle des sociétés, et conserve par-devers tout certaines permanences* » (p. 8). Aussi, dans les pages qui suivent, sera-t-il avancé la seconde hypothèse selon laquelle les innovations du journalisme s'inspireraient largement de pratiques journalistiques anciennes, comme si ce champ professionnel avait le réflexe de puiser dans son passé les moyens lui servant à dénouer les crises du moment. En cela, le changement journalistique s'inscrirait également dans une dynamique autoréférentielle.

Afin d'illustrer cette double dynamique du changement journalistique – dialectique et autoréférentielle –, l'article étudiera trois crises qui ont secoué les médias d'information nord-américains du milieu du XX<sup>e</sup> siècle jusqu'à aujourd'hui. L'examen de ces trois crises, celles de l'objectivité, du modèle organisationnel et de la légitimité des journalistes en société, fera ressortir, dans un premier temps, les forces contradictoires à l'origine des tensions et les innovations ayant émergé de chaque dynamique dialectique.

Le mot *innovation* ne charrie ici aucune connotation positive ou autre, pas plus qu'il ne se réfère à une invention datée et dotée d'un caractère tangible. Et puisqu'il est argué que ces tensions relèveraient d'un antagonisme entre un contexte d'exercice en mutation et des pratiques paraissant inadaptées à celui-ci, il sera fait, pour chaque crise, comme le suggère Laville (2007), un examen des facteurs consubstantiels à l'apparition des nouveaux contextes d'exercice. Cette première dimension de l'analyse vise à dépasser la tentation simpliste d'inscrire le changement journalistique dans une logique élémentaire de causes à effets.

L'étude des trois crises mettra en exergue, dans un deuxième temps, l'inclination du journalisme à sonder son passé pour régler les crises. Ici, le terme de *pratiques* sera utilisé indistinctement pour désigner des modes d'adresse au public, des normes d'écriture, des modalités d'organisation du travail, des types de contenus rédactionnels et des valeurs. Cette seconde dimension de l'analyse invite à rejeter la tentation de présentisme, à savoir décrire les innovations du journalisme comme étant désincarnées de son passé. Et elle suggère, par le fait même, de poser un regard plus nuancé sur le caractère *révolutionnaire* des innovations que le journalisme intègre à son répertoire.

Au final, le cadre analytique proposé, lequel par ailleurs se veut complémentaire à d'autres perspectives d'études sur le sujet, envisage les innovations du journalisme moins comme les *conséquences* passives de tensions contradictoires, comme le suggèrent en creux les travaux de Charron et de Bonville (1996), et davantage comme des *solutions* introduites activement par le champ journalistique en réponse aux

tensions. Or, si ces solutions peuvent être vues comme le fruit d'une véritable réflexion par les acteurs journalistiques, leurs similitudes avec les pratiques passées du journalisme semblent largement ignorées par ceux-ci. Conséquemment, il sera ici considéré que l'inclination du journalisme à l'autoréférence s'apparente à une réponse plus ou moins consciente. Dans sa dernière section, l'article se penchera plus particulièrement sur le concept original de dynamique autoréférentielle. Il en analysera les implications, de même que la possibilité pour le système journalistique de s'en dégager et de développer des innovations qui se démarquent véritablement de ses pratiques passées.

## La crise de l'objectivité

### *La dynamique dialectique derrière la crise*

La première crise sur laquelle se penche cet article est celle de l'objectivité. Pour comprendre la dynamique dialectique dont elle est la résultante, il est auparavant nécessaire de rappeler son évolution en Amérique du Nord. C'est durant le XIX<sup>e</sup> siècle que la norme d'objectivité s'installe progressivement dans le discours journalistique. Ses balbutiements sont d'abord consécutifs à l'avènement des journaux populaires vers 1830 (*penny papers*), dont la rentabilité est rendue possible par la croissance démographique, l'urbanisation, le taux élevé d'alphabétisation et la consolidation d'un marché d'annonceurs capable de financer la production d'un médium de masse.

Ces publications se distinguent par leurs textes factuels, loin des débats politiquement partisans qui caractérisaient la presse jusque-là<sup>3</sup>. Elles incarnent ainsi les premières tentatives du journalisme de se plier à une forme d'objectivité<sup>4</sup>, ceci, dans l'optique de rejoindre le plus vaste lectorat et d'enregistrer le maximum de revenus publicitaires (Mindich, 1998).

---

<sup>3</sup> Il serait faux de croire que les *penny papers*, surtout dans leurs premières incarnations, étaient totalement dénués de partisanerie politique. Ou encore que l'objectivité y était une norme parfaitement respectée (chose qu'elle n'a jamais été dans son histoire). Néanmoins, dès leurs débuts, les *penny press* ont cherché à éviter l'hyper partisanerie. Les contenus qu'ils proposaient (ex. : histoires criminelles, nouvelles locales) se prêtaient naturellement à un traitement journalistique de type factuel et moins idéologique (Schudson, 1978).

<sup>4</sup> Schudson (1978) met en garde contre tout réductionnisme technologique ou économique s'agissant d'expliquer la progression, à partir du 19<sup>e</sup> siècle, de l'idée d'objectivité dans la presse américaine. L'auteur attribue davantage cette progression à des facteurs d'ordre social, en particulier la popularisation de l'égalitarisme comme philosophie politique, dont les idéaux en matière de démocratie (« *Jacksonian democracy* ») ont influé sur le projet d'une presse populaire prenant en compte les intérêts de l'ensemble de la population. Ainsi, dans la pensée de Schudson, l'essor de la classe moyenne, le déclin corollaire de la bourgeoisie et de ses intérêts, de même qu'une participation accrue de tous les citoyens dans la vie économique ont été les principaux moteurs du développement de journaux grand public, financés par la publicité et adoptant un ton neutre.

Mindich (1998), pour sa part, critique cette vision qui semble faire de l'émergence de l'objectivité la conséquence d'un environnement social de plus en plus égalitaire dans lequel les lignes de démarcation entre classes sociales seraient apparues graduellement floues. Pour l'historien des médias, l'objectivité est bien davantage le résultat d'une violence ambiante, celle de l'inégalité et de la lutte entre classes sociales au 19<sup>e</sup> siècle. Elle est apparue comme la solution – certainement inconsciente – de la presse d'atténuer cette violence de manière discursive, condition indispensable pour la rentabilité d'un journal de masse.

La progression de l'idée d'objectivité relève ensuite, dans la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, de l'appétit grandissant des lecteurs pour les nouvelles locales et les faits divers, ces contenus étant peu propices aux envolées pamphlétaires. Elle relève par ailleurs de l'influence croissante de la pensée scientifique sur l'ensemble des sphères de la société (Labasse, 2015). Cette influence se manifeste dans la volonté des journalistes de codifier davantage leurs méthodes de collecte et d'analyse de l'information, reléguant au second plan les considérations philosophiques ou religieuses (Mindich, 1998). Aussi la systématisation des pratiques pousse-t-elle naturellement les journalistes vers une diminution de leur apport subjectif dans leurs productions.

Enfin, à compter des années 1920, la norme d'objectivité s'impose comme une véritable « *occupational norm* », reconnue explicitement et revendiquée comme telle par les journalistes (Schudson, 1978). Sa valorisation participe d'un désir de distinction d'avec les relations publiques, un secteur d'activité en pleine ébullition au début du XX<sup>e</sup> siècle (Schudson, 1978).

Dans les décennies qui suivent, la consécration de l'objectivité se voit par ailleurs rattachée à un ensemble de techniques et de configurations discursives : la présentation de points de vue divergents, la présentation de faits vérifiables, l'utilisation de citations entre guillemets, une manière de hiérarchiser les faits des plus importants aux moins essentiels (Tuchman, 1972). Le respect de ces principes devient graduellement perçu par les journalistes comme un moyen de tendre vers plus d'objectivité. Il devient aussi l'argument de choix derrière lequel ces derniers se retranchent pour se défendre ou anticiper les critiques de partialité à leur endroit (Tuchman, 1972).

Or, à partir des années 1950<sup>5</sup>, l'objectivité et les principes qui y sont reliés – « *depersonalization* », « *balance* » et « *accuracy* » (Beder, 2004, p. 207) – entrent en crise. Surgissent alors les prémices d'une dynamique dialectique ; une tension, précisément, entre une norme et une série de facteurs sociaux, économiques, technologiques et politiques qui remettent en cause son bien-fondé.

D'une part, l'effritement de la norme d'objectivité dans la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle semble lié aux évolutions sociétales. Et l'une de ces évolutions, selon Schudson (1978), consiste en l'émergence d'une « *adversary culture* » au tournant des années 1960, caractérisée par une forte défiance à l'endroit des détenteurs de pouvoir. Celle-ci juge l'objectivité incompatible avec l'ère du temps (ex. : la guerre du Viêt Nam, la lutte des droits civiques, etc.), qui nécessite, au contraire, des journalistes engagés (Schudson, 1978).

Parallèlement, l'érosion de la norme d'objectivité à la même époque découle d'une perte de confiance grandissante du public envers la supposée neutralité des experts (Schudson, 1978). La supériorité de la méthode scientifique ainsi que sa prétendue objectivité sont, elles aussi, remises en cause. Se popularise dans les circonstances le

---

<sup>5</sup> Il ne s'agit pas ici de laisser sous-entendre que l'objectivité était une norme unanimement respectée par le corps journalistique avant les années 1950. Comme l'écrit Schudson (1978), dès lors que les journalistes commencèrent à revendiquer ouvertement la norme d'objectivité aux alentours des années 1920-1930, les critiques et les interrogations sur le bien-fondé ou la possibilité/impossibilité d'honorer un tel idéal suivirent aussitôt.

« *new journalism* » (ex. : Truman Capote, Hunter S. Thompson, Tom Wolfe), lequel reflète la lassitude de l'époque pour la tyrannie des faits et la recherche jugée illusoire de la vérité.

Au lieu de quoi, le « *new journalism* » promeut un journalisme qui « *pre[n]d acte de la singularité de toute captation du réel* » et qui, par conséquent, célèbre la présence de l'auteur – son ressenti, ses opinions, son style – dans le récit journalistique (Labasse, 2015, p. 8). Ainsi, dans un monde de plus en plus marqué par la contestation des autorités et du dogme scientifique, l'objectivité apparaît-elle progressivement comme une norme déraisonnable, voire au service des intérêts du pouvoir.

D'autre part, l'affaiblissement de la norme d'objectivité et de la prétention d'universalité<sup>6</sup> qui lui est sous-jacente semble également attribuable à une démultiplication de l'offre de contenus discursifs, laquelle ébranle toute conception unitaire du public. Ce phénomène, déjà bien entamé par le secteur de la presse quotidienne et magazine au milieu du XX<sup>e</sup> siècle (Labasse, 2002), est fortement amplifié, à compter des années 1980, par la mise en œuvre de politiques de libéralisation dans le secteur de l'audiovisuel. Celles-ci, couplées à l'arrivée de technologies comme le satellite et le câble, débouchent sur une augmentation considérable du volume de contenus télévisuels, une concurrence à l'avenant entre médias, ainsi qu'une augmentation corollaire de la volatilité du public (Raboy, 1994), auxquelles les acteurs privés du système médiatique, particulièrement aux États-Unis, répondent en spécialisant leur programmation et en concentrant leurs efforts sur des noyaux durs d'auditeurs (Peters et Broersma, 2012).

Puis, la démocratisation d'Internet dans les années 1990, et enfin la prolifération des plateformes de diffusion numérique et des réseaux sociaux dans les années 2000 concourent à morceler encore un peu plus l'espace public médiatique. Elles achèvent de le subdiviser en chapelles idéologiques à l'intérieur desquelles chaque fidèle ne consomme que les seuls médias qui rejoignent ses goûts, ses champs d'intérêt et ses valeurs. Plus largement, le phénomène ici évoqué reflète l'atomisation de l'espace public sociétal en diverses *petites* sphères publiques telle qu'observée par plusieurs auteurs contemporains (Benkler, 2011 ; Fenton et Downey, 2003 ; Fraser, 1990 ; Hauser, 1999 ; Neveu et François, 1999).

Ainsi, dans un monde de plus en plus hypersegmenté, lequel empêche toute parole de porter au loin, l'ambition des journalistes de s'adresser au public comme un seul *être*, dans un langage neutre, semble-t-elle trahir une forme d'anachronisme.

---

<sup>6</sup> On pourrait arguer que l'ambition du discours journalistique à l'universalité ne s'est jamais véritablement concrétisée dans la presse écrite en raison de la prédominance historique du secteur privé en la matière. Comme le note Philibert (2017), la « *segmentation politique* » du public sur la base des « *allégeances partisans de l'élite* », caractéristique du journal d'opinion du début du 19<sup>e</sup> siècle, a cédé sa place à une autre forme de segmentation avec l'essor du journalisme d'information, celle-là « *axée sur les intérêts relatifs aux classes sociales et à leurs caractéristiques sociodémographiques* » (p. 75). En revanche, l'ambition du journalisme à l'universalité a su mieux s'exprimer dans les médias électroniques – du moins jusqu'à la dérégulation de ce secteur à partir des années 1980. Les médias audiovisuels ont traditionnellement fait l'objet, en Occident, d'un encadrement plus strict des autorités réglementaires dû à la rareté des fréquences de radiodiffusion ; un encadrement les enjoignant, entre autres, à servir l'ensemble des franges du public (Katsirea, 2012).

### ***Le journalisme de communication : dénouer la crise de l'objectivité***

L'approche dialectique suppose que les crises sont les déclencheurs de changements qui, à terme, calment momentanément les tensions<sup>7</sup>. Mais alors, quelle innovation a permis de dénouer la crise de l'objectivité? À cette question, on répondra le « *journalisme de communication* », concept élaboré par Charron et de Bonville (1996). Bien que ce concept soit critiqué (ex. : Gauthier, 2010 ; Mathien, 2001), sa dénomination n'en reste pas moins efficace en ce qu'elle synthétise une variété d'innovations discursives qui, prises ensemble, semblent converger vers le même objectif : répondre à la crise de l'objectivité.

Le « *journalisme de communication* » désigne le « *paradigme journalistique* » qui, selon Charron et de Bonville (1996), aurait graduellement supplanté la tradition du « *journalisme d'information* » en Amérique du Nord à partir des années 1970, tradition dont la norme d'objectivité constituait la clé de voûte. Le « *journalisme de communication* », précisément, se caractériserait par la marginalisation de l'objectivité et l'expression désinhibée, par corollaire, de la subjectivité du journaliste dans son travail, par l'utilisation d'un ton proche de la communication interpersonnelle, ainsi que par des « *écarts fréquents aux prescriptions du genre et au style journalistique* » (Brin, Charron et de Bonville, 2004, p. 214). Gauthier (2010), qui a analysé de manière critique cette idée du « *journalisme de communication* », insiste pour sa part sur le glissement épistémologique qui aurait accompagné la dévalorisation de l'objectivité. À l'intérieur de ce paradigme, observe-t-il, les journalistes adopteraient une posture de « *donneur de sens* », consistant à interpréter les événements plutôt qu'à les décrire comme des réalités autonomes (Gauthier, 2010, p.266). Ce faisant, ils se distancieraient du « *principe réaliste de l'information* » et de son dessein positiviste pour embrasser le « *principe constructiviste de la communication* » (Gauthier, 2010, p. 261).

Ainsi peut-on ici soutenir que le « *journalisme de communication* » serait l'innovation qui a été avancée pour dénouer la crise de l'objectivité. Cette innovation, spécifiquement, peut être interprétée comme la réponse des médias d'information de la fin du XX<sup>e</sup> siècle à la lancinante question sur la possibilité ou non d'être objectif, le « *journalisme de communication* » incarnant la reconnaissance de cette impossibilité. En cela, le « *journalisme de communication* » a fait de l'abandon la solution. Par ailleurs, en renonçant à s'adresser à un public unifié dans un langage neutre qui s'efforce de transcender les catégories sociales et les tendances politiques, le « *journalisme de communication* » a fait de la fragmentation des auditoires sa force. Il a embrassé la nécessité stratégique de personnaliser le discours journalistique dans un marché concurrentiel ; une stratégie consistant pour les médias d'information à afficher une identité éditoriale forte, à cibler un segment précis de l'auditoire (Peters et Broersma, 2012), et à lui parler comme à un *ami* dans l'optique de créer un lien de connivence (Charron et de Bonville, 1996).

---

<sup>7</sup> On pourrait arguer que le changement journalistique finit, tôt ou tard, par créer de nouvelles tensions que seules d'autres innovations pourront relâcher. Il n'est pas dans le projet de l'article de développer cette idée. Néanmoins, s'agissant du journalisme ou de tout autre domaine, on ne saurait considérer l'innovation comme une solution permanente aux tensions.

### ***La dynamique autoréférentielle derrière le journalisme de communication***

Tel que mentionné en introduction, le journalisme semble innover par autoréférence, c'est-à-dire, puiser sans toujours en avoir conscience dans son propre répertoire de pratiques passées pour résoudre les crises du moment. Aussi peut-on envisager l'innovation du « *journalisme de communication* », et les nouvelles pratiques qui en ont découlé, comme la réactualisation d'usages anciens. La volonté de cibler des auditoires nichés avec une identité éditoriale forte, par exemple, rappelle la presse d'opinion de la fin du XVIII<sup>e</sup> et du début du XIX<sup>e</sup> siècle, qui n'avait alors aucune prétention à l'universalité ; son but était de s'adresser aux franges du public qui se reconnaissaient dans ses orientations politiques ou économiques (Schudson, 1978).

Pareillement, la réhabilitation de la subjectivité et d'une conception constructiviste de l'actualité, associée au « *journalisme de communication* » (Gauthier, 2010), fait écho à la manière ouvertement partielle dont le journalisme nord-américain s'exerçait au tournant du XIX<sup>e</sup> siècle. Les journalistes étaient alors rompus à l'exercice de subordonner les faits à l'interprétation idéologique, dans la perspective de toujours refléter le « *paradigmatic worldview* » des commanditaires du journal (Cecil, 2002, p. 49). Enfin, si le ton du journalisme de communication procède d'une volonté de nouer un lien de complicité avec l'auditoire, tandis que le ton naguère employé dans la presse d'opinion revêtait une forme de prescription autoritaire (Brin, Charron et de Bonville, 2004), il n'en reste pas moins que ces deux modes d'adresse au public s'éloignent ostensiblement de la froide distance conforme à la poursuite de l'objectivité.

Ainsi, le journalisme a-t-il dénoué la crise de l'objectivité – résultat entre autres de l'émergence d'une « *adversary culture* » (Schudson, 1978), de la fragmentation des auditoires et du besoin des médias d'information de se démarquer dans un marché concurrentiel – en réinstaurant des pratiques issues de la presse d'opinion du début du XIX<sup>e</sup> siècle.

## **La crise du modèle organisationnel**

### ***La dynamique dialectique derrière la crise***

Une deuxième crise du journalisme concerne l'organisation du travail. Suivant l'analogie dialectique, elle est le résultat d'une tension qui survient au début des années 2000 entre, d'une part, des pratiques journalistiques héritées du « *journalisme d'information* » (1920-1980) (Charron et de Bonville, 1996) (c.-à-d. des échéances quotidiennes, des journalistes spécialisés dans un seul domaine ou médium, une production originale en interne), et d'autre part, des contraintes économiques et technologiques qui tendent à rendre ces pratiques inadéquates.

La crise du modèle organisationnel émane d'une perspective bien précise, celle des entreprises de presse. Au tournant du XXI<sup>e</sup> siècle, plusieurs d'entre elles estiment qu'il est nécessaire de réformer les pratiques journalistiques au regard d'un certain nombre de bouleversements et des nouvelles contraintes qui s'y rattachent. Au nombre de ces bouleversements, mentionnons : la diminution constante des revenus publicitaires et d'abonnement, qui encourage les médias à rationaliser leurs coûts (Cohen, 2016 ; Picard, 2004) ; l'intensification des fusions-acquisitions dans le secteur des médias, qui ouvre la porte aux stratégies de convergence (Bernier, 2008) ; et la



popularisation d'Internet et des technologies numériques, qui oblige les médias d'information à couvrir l'actualité en continu sur une variété de plateformes. Trois innovations journalistiques émergent alors, prenant en considération l'ensemble de ces paramètres.

### ***Des innovations pour régler la crise du modèle organisationnel***

La première de ces innovations est l'avènement du journalisme multiplateforme ou multitâche. D'abord initiée par les directions de médias durant les années 2000, celle-ci fait l'objet d'une adoption tantôt réfractaire tantôt enthousiaste par le corps journalistique. Le journalisme multiplateforme ou multitâche, qui requiert des reporters qu'ils alimentent en contenus une diversité de plateformes (ex. : blogues, réseaux sociaux, les divers titres d'un groupe), qu'ils remplissent plusieurs mandats très variés dans une seule journée (ex. : couvrir une conférence de presse, réaliser une vidéo, participer à une converse pour une chaîne de télévision affiliée, etc.), bref qu'ils jonglent entre l'écrit et l'audiovisuel (Bernier, 2008), apparaît comme une réponse à la pression croissante des médias d'information d'occuper le plus large espace multimédia possible au moindre coût.

En ce sens, ce mode d'organisation du travail s'avère le plus apte à tirer profit des économies d'échelle rendues envisageables par la concentration médiatique, ce que la spécialisation des journalistes dans un seul créneau, média ou médium, ne permet pas. Rappelons que la concentration médiatique offre la possibilité aux grands groupes de déployer des stratégies synergiques qui soulagent leurs coûts de production sans diminuer leur présence médiatique. Ces organisations peuvent procéder à un partage de contenus entre les diverses entités du conglomerat, ou encore, réduire le nombre d'employés des équipes rédactionnelles et mettre en commun les effectifs restants (Bernier, 2008).

La deuxième innovation pourrait être décrite comme du journalisme d'emprunt, ou encore du « *journalisme d'agrégation* » ou « *de reprise* » (Le Champion, 2012). Ce terme englobe ici plusieurs pratiques relatives au web : la réécriture de textes provenant d'autres entités d'un même groupe médiatique (ex. : l'adaptation d'un reportage télévisé en article pour le site Internet) ; la réécriture de textes provenant d'autres sources tels que des dépêches ou des articles de médias concurrents ; la rédaction de courts articles visant à signaler l'intérêt public ou le caractère inusité de choses publiées dans d'autres médias, etc. (Le Cam, 2005).

Toutes ces pratiques ont pour point commun de recycler des contenus existants ; aucune n'est génératrice de contenus inédits. Elles reflètent par ailleurs ce que Bruns (2005) qualifie de « *gatewatching* », une mutation de la fonction traditionnelle de « *gatekeeping* » (Lewin, 1943), qui consiste moins à contrôler l'information qui parvient au public qu'à diriger son regard sur les informations susceptibles de l'intéresser. Là encore, cette innovation apparaît comme la réponse à une exigence devenue incontournable avec la démocratisation d'Internet, celle de diffuser en permanence sur le web de l'information *fraîche* à coût moindre.

Une dernière innovation émergeant de la crise du modèle organisationnel se rapporte à l'externalisation de la production journalistique originale. Si cette pratique n'est pas nouvelle, son intensification depuis les années 2000 mérite l'attention. Spécifiquement, elle désigne une tendance lourde à sous-traiter la rédaction de

contenus originaux en dehors du média, notamment par le recours accru aux pigistes et aux contributions extraordinaires en tout genre (Cohen, 2016). Il s'agit, encore une fois, d'une tentative du système médiatique de résoudre la quadrature du cercle : produire plus de contenus, en tout temps, sur toutes les plateformes, et pour un coût minimal de main-d'œuvre.

### ***La dynamique autoréférentielle derrière les innovations***

Derrière les innovations décrites plus haut se cache une dynamique autoréférentielle. Car en dépit de leur apparente modernité, elles rappellent un temps – le XVIII<sup>e</sup> siècle et le début du XIX<sup>e</sup> siècle – où la division et la surspécialisation du travail, de même que la multiplicité des effectifs, étaient des concepts étrangers au journalisme (Philibert, 2017).

Aussi, dans les premiers journaux, l'éditeur-journaliste assumait-il plusieurs fonctions à lui seul (ex. : écriture, édition, comptabilité) (Schudson, 1978), de la même manière que les journalistes *multiplateforme* d'aujourd'hui cumulent plusieurs tâches dans leur rédaction. L'activité journalistique de l'époque, par ailleurs, reposait en partie sur la réédition de textes provenant d'autres sources ou parus dans des publications concurrentes (de Bonville, 1988), ce qui n'est pas sans faire écho, observe Le Cam (2005), à la façon dont s'est développé le journalisme web dans les années 2000. Enfin, le journal pré-XIX<sup>e</sup> siècle se produisait à *distance*, dans une forme évocatrice de la tendance actuelle à sous-traiter la production journalistique originale en dehors des murs de la salle de nouvelles.

Rappelons qu'avant l'avènement des *penny papers* dans les années 1830, très peu de publications comptaient sur des reporters pour couvrir l'actualité locale sur le terrain. Les journaux étaient pour majorité composés de textes signés par des correspondants indépendants, qui relataient depuis d'autres villes ou pays les événements dont ils étaient témoins (Schudson, 1978). Dans le contexte du Canada français, on observait en outre l'omniprésence de textes rédigés par des figures politiques ou religieuses, un élément qui caractérisa la presse québécoise jusqu'à tard au XIX<sup>e</sup> siècle (de Bonville, 1988).

Cette externalisation de la production journalistique relevait alors de trois facteurs : l'orientation « opinion » des médias ; la modestie des ressources financières et humaines qui ne permettait pas l'embauche d'un vaste personnel ; et les contraintes physiques qui compliquaient l'envoi de journalistes maison sur le théâtre d'événements (de Bonville, 1988). De nos jours, l'externalisation de la production journalistique répond à une logique similaire : l'augmentation des contributions extérieures suit la diminution des effectifs et des budgets tandis que la popularité des chroniques d'humeur conduit les gestionnaires à solliciter davantage la collaboration de *non-journalistes* (ex. : célébrités, anciens politiciens ou sportifs, etc.). S'agissant des contraintes physiques, certes, elles n'existent plus grâce aux technologies numériques et à l'amélioration des transports. Néanmoins, la facilité avec laquelle le travail de journaliste peut désormais s'accomplir à distance, en tout temps, sans équipements lourds ou restrictions de transmission, est de nature à encourager le recours aux pigistes.

Ainsi, il semble que la manière dont les entreprises médiatiques ont résolu la crise de l'organisation du travail journalistique au début du XXI<sup>e</sup> siècle reflète, sur maints

aspects, la manière dont le métier s'organisait dans le passé ; avant que les « Trente Glorieuses », caractérisées par des médias prospères, une division stricte du travail journalistique et des reporters *monofonctionnels*, ne créent une parenthèse de stabilité dont on a pu croire qu'elle durerait indéfiniment.

## La crise de la légitimité

### *La dynamique dialectique derrière la crise*

La dernière crise abordée dans l'article, celle de la légitimité des journalistes, est plus que jamais d'actualité. Elle est le produit d'une dynamique dialectique incarnée par une tension entre une conception traditionnelle du rôle des journalistes et un contexte en mutation qui semble déprécier cette vision. Au cours de leur histoire, les journalistes occidentaux ont principalement bâti leur légitimité à l'aune de leur « rôle d'intermédiation » en démocratie (Mariano da Rocha Barichello et Menezes Carvalho, 2014, p. 80). Celui-ci leur a permis « d'être reconnus socialement comme un lien reliant les faits au public, et un intermédiaire dans le processus de sélection des informations » (Mariano da Rocha Barichello et Menezes Carvalho, 2014, p. 80). Or, cette vision du rôle du journaliste en société paraît aujourd'hui de plus en plus affaiblie. Cinq facteurs pourraient l'expliquer.

Premièrement, ce rôle apparaît de plus en plus comme en rupture avec l'environnement technologique actuel. Internet accélère « l'informatisation de la société », avec pour conséquence « d'exteriori[ser] le savoir » (Mariano da Rocha Barichello et Menezes Carvalho, 2014, p. 80). Ce faisant, le citoyen motivé peut consulter les mêmes sources d'information qu'utilise le journaliste dans son travail, et qui plus est, au même moment que lui (Bruns et Highfield, 2012), ce qui tend à diminuer l'importance du reporter comme *courroie de transmission*. En outre, la démocratisation des technologies numériques accentue le contournement des intermédiaires médiatiques, les consommateurs d'information étant désormais capables de produire eux-mêmes des contenus et de les disséminer à de larges auditoires (Brants et de Haan, 2010). Or, ce sont les réseaux sociaux qui portent l'estocade au « rôle d'intermédiation » des journalistes, dans la mesure où ils « occupent le principal espace d'ouverture et de décentralisation du pouvoir de médiation dont les institutions [ex. : les médias d'information] détenaient autrefois le monopole » (Mariano da Rocha Barichello et Menezes Carvalho, 2014, p. 80). Ainsi les lecteurs et les auditeurs sont-ils aujourd'hui capables d'interpeller directement les journalistes, de remettre en question leur couverture médiatique, voire de les confronter à leurs inexactitudes. Une telle interactivité contribue à ce que le public reconnaisse moins les médias d'information comme des autorités inattaquables en société (Bernier, 2016).

Deuxièmement, le rôle d'intermédiation des journalistes est entamé par le déracinement de l'acte de s'informer d'un contexte ritualisé (ex. : « *watching the evening news in our living room, reading the newspaper by the breakfast table, etc.* ») ; contexte qui ajoutait un vernis de solennité au travail des médias d'information (Peters et Broersma, 2012, p. 8). Or, de tels rituels deviennent aujourd'hui marginaux, alors que de plus en plus de gens s'informent principalement sur leur téléphone intelligent, et ce, à tout moment. Peters et Broersma sont d'avis qu'en raison de ce phénomène, le journalisme devient « *somewhat diluted and indistinguishable from other mediated*

*forms of communication* » (2012, p. 8), ce qui n'est pas de nature à renforcer l'autorité des journalistes en société.

Troisièmement, la volonté des journalistes de s'afficher comme rapporteurs et interprètes des événements est aujourd'hui particulièrement malmenée par la montée du populisme. Les figures politiques qui en sont issues articulent des discours anti-élites, lesquels ciblent davantage les reporters que les grands détenteurs du capital économique, par exemple (Serazio, 2016). De tels discours, comme l'a illustré la plus récente élection présidentielle américaine, visent à attaquer la légitimité des journalistes à défendre les intérêts du *peuple*, commodément confondu avec l'électorat courtisé. Ils reposent principalement sur des accusations répétées de manipulation de l'information (*fake news*) (Lakoff, 2017), ou encore de partialité et d'accointances avec *l'establishment* (Kaye et Johnson, 2016) – mot *fourre-tout* dans lequel est incluse une diversité d'institutions ou de personnalités réputées être des chantres de la rectitude politique.

Quatrièmement, on ne saurait passer sous silence la propagation de discours « post-vérité » (*post-truth*), véhiculés par une galaxie de médias alternatifs, de groupes organisés, de blogueurs sur le web, et par l'entourage de l'actuel locataire de la Maison-Blanche. Si ce phénomène n'a foncièrement rien de neuf – la post-vérité a toujours constitué l'essence même de la propagande –, sa consécration récente dans le langage courant invite à des interrogations quant à son impact sur l'autorité des journalistes. D'une part, on peut considérer ces discours, lesquels créent un environnement où les faits importent moins que le ressenti personnel par rapport à ceux-ci (Lakoff, 2017), comme diluant la légitimité des journalistes dans une conception relativiste de l'information. D'autre part, à la lueur du récent regain de popularité d'institutions comme le *New York Times* ou le *Washington Post*, on peut aussi considérer qu'ils renforcent, au contraire, l'autorité des journalistes, le public revenant aux sources traditionnelles dans l'espoir qu'elles lui démêlent le vrai du faux. S'il est encore trop tôt pour porter un jugement éclairé sur la question, on peut reconnaître que le rôle du journalisme comme intermédiaire entre les citoyens et les faits est au minimum perturbé par l'irruption de la « post-vérité » dans le débat public.

Cinquièmement, le rôle d'intermédiation des journalistes, rôle sur lequel s'est historiquement appuyée leur légitimité en société, s'accommode mal de l'univers médiatique parcellisé dans lequel nous vivons. Car de la même manière qu'un idéal comme l'objectivité peut difficilement exister en dehors d'une sphère publique unifiée, l'autorité du journalisme ne peut s'exercer véritablement que si ses artisans ont la conviction de s'adresser à l'ensemble du public et non à une frange extrêmement réduite de celui-ci (Anderson, 2016).

### ***Le retour aux principes du journalisme d'information***

On l'a vu, il existe une tension actuellement entre le désir des journalistes de maintenir leur rôle d'intermédiation en société et une série de facteurs qui tendent à invalider ce rôle : l'avènement des technologies numériques, la recrudescence du populisme et de la « post-vérité », le morcellement de l'espace public. Là réside la crise de légitimité du journalisme. Or, la revalorisation actuelle par certains médias de pratiques reflétant les principes du « journalisme d'information » (Charron et de Bonville, 1996) – une sobriété dans le ton, la primauté des faits sur les opinions, une

séparation nette entre information et commentaires, une approche positiviste de l'actualité, etc. – semble concourir à atténuer l'impact des facteurs évoqués plus haut. Elle semble par ailleurs participer d'une logique de relégitimation du journalisme dans l'œil du public.

Cette relégitimation s'accompagne notamment, peut-on observer, de la réaffirmation de certaines valeurs ; valeurs que cite Deuze (2005) comme étant historiquement au cœur de l'« *occupational ideology of journalism* » (442) en Occident : une conception du journalisme comme un « *service d'intérêt public* » qui doit veiller à la surveillance des pouvoirs en société ; « *l'autonomie* », qui renvoie à la nécessité pour les travailleurs de l'information d'être « *libres et indépendants dans leur travail* »<sup>8</sup> ; ou encore un haut sens de « *l'éthique* » (traduction, Deuze, 2005, p. 447). Elles ont, pour la plus grande partie du XX<sup>e</sup> siècle, constitué à la fois des idéaux normatifs pour les reporters et des garanties symboliques pour le public que le journalisme respectait un minimum de critères de probité morale (Deuze, 2005). Au nombre des médias qui incarnent, à des degrés divers, ce retour aux principes du « *journalisme d'information* », mentionnons *ProPublica* et *The Marshall Project* aux États-Unis ou encore *Discourse Media.org*, *National Observer* et *The Tyee* au Canada.

### **La dynamique autoréférentielle derrière le retour du journalisme d'information**

Le journalisme, a-t-on argué jusqu'ici, procède au changement par autoréférence. S'agissant de la crise de la légitimité, on constate que certains des traits saillants associés au « *journalisme d'information* » (1920-1980) (Charron et de Bonville, 1996) évoqués plus haut, s'ils ont toujours été présents dans la pratique du journalisme, reviennent néanmoins au premier plan. Cela se manifeste, d'une part, par la remise en valeur de certains genres journalistiques, notamment l'enquête, qui connaît un nouvel essor de popularité. Ce genre perpétue des traditions associées au *journalisme d'information* en ce qu'il repose sur la prééminence des faits sur les opinions (Mathien, 2001).

S'ajoutent à cela le retour en force du journalisme de données qui, aujourd'hui, utilise Internet pour procéder au « *recueil, [au] traitement statistique et [à] la visualisation de données* » d'intérêt public (Trédan, 2014, p200). Ou encore, la popularité croissante de rubriques consacrées au *fact-checking*, dans lesquelles sont contre-vérifiées, entre autres, les assertions de personnalités politiques (Graves, Nyhan et Reifler, 2016). Toutes ces approches journalistiques inspirent des contenus résolument informatifs, ancrés dans un « *principe réaliste* » (Gauthier, 2010, p. 261), et dans lesquels « *l'objet du message (le référent)* » l'emporte sur la subjectivité du destinataire ou du destinataire (Brin, Charron et de Bonville, 2004, p. 8).

L'intérêt renouvelé pour certains principes phares du journalisme d'information semble passer, d'autre part, par l'implantation de modèles d'affaires qui gardent les sirènes du marché à l'écart. À titre d'exemple, on assiste depuis la démocratisation d'Internet à l'apparition de *pure players* indépendants, à savoir des médias uniquement présents sur le web et financés essentiellement par les dons ou les revenus d'abonnement (ex. : *Pro Publica*, *Discourse Media.Org*).

---

<sup>8</sup> Traduction de « *public service* » ; « *autonomy: journalists must be autonomous, free and independent in their work* » ; et « *ethics* » (Deuze, 2005, p. 447).

À n'en pas douter, des médias opérant selon un tel modèle d'affaires tendent à accroître l'autonomie des journalistes et leur capacité à exercer leur métier selon les standards éthiques qu'ils estiment essentiels, ceci eu égard au fait que leur travail n'est pas subordonné à des impératifs publicitaires ou inféodé à de grands groupes industriels. Cette indépendance favorise aussi une production journalistique qui ne se censure pas – ou moins – s'agissant des détenteurs de pouvoir économique auprès desquels elle réclame des comptes. Elle encourage, en somme, une production journalistique au seul service de l'intérêt public.

Ainsi, la revalorisation de pratiques associées à la tradition du « *journalisme d'information* » semble participer d'une tendance de certains médias à afficher une image de crédibilité dans l'espoir de regagner le terrain perdu en matière de légitimité dans l'œil du public. Et faut-il le souligner, cette revalorisation n'est pas jugée incompatible avec une forme de journalisme engagé. *The Marshall Project*, par exemple, spécialisé dans la mise au jour des manquements du système carcéral américain, est à bien des égards un média militant à l'image de *Médiapart* en France.

Or, l'objectivité incarne ici une définition du concept, différente de l'acception commune (c.-à-d. impartialité), qui est traditionnellement reléguée au second plan. Cette définition négligée de l'objectivité renvoie plutôt à une méthode systématique de collecte, de recoupement et de vérification des informations (Kovach et Rosenstiel, 2001); une méthode *objective* censée préserver au maximum les faits des interprétations personnelles, mais qui n'appelle pas au reniement des convictions ou d'un engagement militant.

### **Le tropisme du système journalistique à l'autoréférence**

Jusqu'ici, il a été démontré que le changement journalistique semble épouser deux dynamiques : dialectique et autoréférentielle. Cette dernière dynamique mérite qu'on s'y attarde. Il y a lieu de s'interroger sur ce que ce tropisme pour l'autoréférence dit réellement du journalisme. Pour mener cette analyse, la métaphore du journalisme comme *système* apparaît comme appropriée.

Le recours à l'autoréférence, d'une part, donne à voir l'image d'un système qui peine à s'imaginer hors de ses intérêts, de ses normes, de ses pratiques habituelles et de ses critères d'appréciation. Autrement, on pourrait spéculer qu'il serait en mesure de proposer autre chose que la reprise et la réinterprétation récurrente de ses pratiques passées. Cette incapacité du journalisme à *penser en dehors de lui-même* pourrait s'expliquer par les attributs *autopoïétiques*<sup>9</sup> que semble présenter son système. La notion de systèmes *autopoïétiques* renvoie à l'idée d'ensembles capables de s'autorégénérer au moyen d'un mécanisme interne d'auto-organisation (Maturana et

---

<sup>9</sup> La notion d'*autopoïèse* est issue des travaux des biologistes chiliens Humberto Maturana et Francisco J. Varela (1972/1980). Elle désigne des systèmes capables de s'auto-transformer à l'intérieur d'un système clos; clos au sens où ces systèmes sont réputés engendrer par eux-mêmes les opérations vitales au renouvellement de leur système, de même que les structures qui génèrent ces opérations (Luhmann, 1991-1992/2013). Cette notion s'est depuis immiscée dans l'étude de la systémique et des systèmes sociaux (ex. : Luhmann, 1991-92/2013); de la science organisationnelle et du *management* (ex. : Morgan, 1986/1999; Graham et McKenna, 2000; Keane, Taylor, Trueman et Wright, 1999); et de la linguistique (ex. : Nicolaisen, 2016).

Varela, 1972/1980). En raison de leur fonctionnement autoréférentiel, de tels systèmes seraient conditionnés par leurs structures opérationnelles à concevoir le monde d'une certaine manière, et d'une manière qui renforce toujours l'influence de ces structures sur l'entière du système (Luhmann, 1991-1992/2013).

Cette propension à l'autoréférence, d'autre part, peut être envisagée comme menant naturellement à la relégitimation du système journalistique envers lui-même en vue de son maintien ou de sa reproduction. Là encore, ceci renvoie à une propriété des systèmes *autopoïétiques* biologiques, transposée à la science organisationnelle (Morgan, 1986/1999). De fait, l'autoréférence témoignerait d'une confiance du système dans les pratiques qui l'ont constitué et de la conviction que ces pratiques, même dépréciées, sont foncièrement bonnes ; qu'elles sont possiblement inadaptées pour les circonstances du moment, mais qu'elles pourraient lui porter secours dans le futur. En définitive, l'identité du système journalistique se trouverait constamment relégitimée, les pratiques dont il est le créateur étant sans cesse reconduites et remises à niveau.

À première vue, donc, le journalisme semble éprouver de la difficulté à se dissocier de son passé pour véritablement se réinventer. Il apparaît, en clair, emprisonné dans son système, ou autrement dit, son cadre *purement journalistique*. Évidemment, on ne peut que spéculer sur ce qui arriverait si le journalisme se détachait de son système sur la base du raisonnement établi jusqu'ici : si le repli du journalisme sur lui-même provoque le recours à l'autoréférence, la *sortie du journalisme de son système* pourrait possiblement, à l'inverse, engendrer des pratiques sans précédents reconnaissables dans son passé. Cette dernière idée, à n'en pas douter, est intrigante. Et soulève inévitablement la question suivante : à quoi ressemblerait le journalisme s'il *sortait de son système*, bref de *lui-même* ?

### ***Les éléments définitoires du système journalistique***

Avant d'aborder cette question, il apparaît toutefois primordial de s'interroger sur la plausibilité d'une *sortie du journalisme de lui-même*. On évitera ainsi de décrire l'impossible. Une manière d'aborder cet objet de réflexion est de se demander si le journalisme contemporain, tel que pratiqué en Occident, possède des éléments définitoires dont l'absence confirmerait l'*absence de journalisme*. La présente sous-section s'efforcera de repérer de tels éléments, en analysant la question sous l'angle de l'épistémologie, des valeurs, de la forme et du fond. Pareil exercice ne peut être accompli que par *expérience de pensée* et comporte, en conséquence, un fort caractère spéculatif. Il semble néanmoins utile pour délimiter la marge de manœuvre conceptuelle dont on dispose pour *sortir le journalisme de son système*. Jusqu'où peut-on détacher le journalisme de sa base ? Après quoi devient-il si méconnaissable qu'il n'est plus perçu comme du journalisme ?

L'angle épistémologique, d'abord. Selon Labasse, il est difficile d'attribuer une « *façon particulière de connaître* » au journalisme, cette pratique s'appuyant sur une méthodologie (« *rapporter* », « *témoigner* », « *analyser* »), qui, dans l'absolu, ne traduit pas un « *mode d'appréhension du réel qui lui soit propre* » (2015, p. 4). Or, dans le même temps, sa méthodologie est suffisamment codifiée pour qu'on en reconnaisse la singularité, de même que la particularité du regard qui en émane. Et si elle n'est pas exclusive aux journalistes, rares sont les *non-journalistes* qui disposent du temps et

des ressources pour appréhender le monde selon ses préceptes. Aussi Labasse (2015) considère-t-il la « *façon de connaître* » des journalistes comme une « *méso-épistémologie* » (p. 4), un mode de connaissance à mi-chemin entre la pensée scientifique dont elle n'atteint pas le degré de sophistication, et la pensée *grand public*, qu'elle surpasse en rigueur. À bien des égards, cette *mésoépistémologie*, chevillée au cœur du système journalistique, apparaît comme l'essentiel point d'équilibre qui permet aux discours journalistiques d'être identifiés comme tels ; un compromis épistémologique qui empêche le journalisme de sombrer dans l'anecdote, le roman, ou à l'autre extrême, le traité scientifique.

On peut aussi envisager la question sous l'angle des valeurs qui définiraient le journalisme. On a évoqué précédemment quelques-unes d'entre elles : un « *service d'intérêt public* », « *l'autonomie* », « *l'éthique* », etc. (Deuze, 2005, p. 447). Pour leur part, Kovach et Rosentiel (2001) ont relevé neuf principes essentiels du journalisme, incarnant à la fois des valeurs et des engagements : 1. *Journalism's first obligation is to the truth* ; 2. *Its first loyalty is to citizens* ; 3. *Its essence is a discipline of verification* ; 4. *Its practitioners must maintain an independence from those they cover* ; 5. *It must serve as an independent monitor of power* ; 6. *It must provide a forum for public criticism and compromise* ; 7. *It must strive to make the significant interesting and relevant* ; 8. *It must keep the news comprehensive and proportional* ; 9. *Its practitioners must be allowed to exercise their personal conscience* (p. 12-13).

Le but n'est pas ici de savoir si les journalistes sont à la hauteur de ces engagements. Mais plutôt de constater que le système journalistique serait bien peu de choses s'il n'était pas articulé autour d'une « *dimension axiologique* », à savoir « *un discours fondé sur l'intérêt public et se réclamant du respect de principes moralement recommandables* » (Labasse, 2015, p. 12) Imaginons un média d'information qui ne revendiquerait aucun des principes évoqués par Deuze (2005) ou Kovach et Rosentiel (2001). Il y a fort à parier qu'on n'y verrait pas du journalisme mais de la propagande, du pur divertissement ou de la publicité. Évidemment, on peut remarquer que le journalisme s'exerce en régime autoritaire selon des idéaux bien différents. Mais est-ce bien du journalisme et, si oui, une version qu'on souhaite voir exportée hors des frontières où il se pratique ? Ainsi, il appert que le système journalistique, nord-américain ou occidental, est indissociable de valeurs servant à guider son action ainsi qu'à signaler à son environnement extérieur sa conception particulière de son rôle social. Tantôt simplement revendiquées, tantôt incarnées, ces valeurs ne lui sont pas exclusives. Il n'en reste pas moins qu'il ne peut y avoir de journalisme sans la poursuite d'un certain nombre d'entre elles.

Enfin, on ne peut ignorer la *forme* du journalisme. Le système journalistique répond à un certain nombre de configurations discursives qui permettent à ses productions d'être identifiés, généralement aisément, comme du journalisme : l'annonce de faits nouveaux ou de faits jusque-là inconnus du grand public ; une construction du récit autour de points de vue divergents ; une hiérarchisation de l'information articulée autour du principe de la pyramide inversée ; les 5 « W » des dépêches d'agence, l'usage de citations directes ; un style concis et factuel, etc. Même les amateurs qui se prêtent au jeu du journalisme reproduisent bien souvent ces formules, tout comme d'ailleurs les médias alternatifs ou citoyens.



Malgré cela, il apparaît comme réducteur de s'arrêter à la composante formelle du journalisme pour y repérer ce qui serait des fondamentaux de cette pratique professionnelle. Après tout, le journalisme d'inspiration littéraire, celui des hebdomadaires, se joue habilement des configurations discursives énumérées plus haut. Ainsi, même si l'on ne peut ignorer la *forme*, il faut encore davantage s'attarder au *fond* du discours journalistique, lequel utilise, comme matériaux premiers pour sa construction, des faits réels qu'il hiérarchise en fonction de l'importance qu'il leur accorde. Il ne s'agit pas ici de prétendre que le système journalistique soit le seul qui *travaille la réalité* et qu'il n'est d'aucune manière pénétré par le « *principe constructiviste de la communication* » (Gauthier, 2010, p.261). Mais de souligner plutôt le caractère incontournable du réel pour le système journalistique. S'il s'en éloigne trop – ou autrement dit, si ses discours contiennent trop peu de référents à des événements, des lieux ou des personnes réels dont on peut attester l'existence – minimales sont les chances que ses productions puissent être largement reconnues comme du journalisme.

Ainsi, il semble que le système journalistique soit défini par des éléments discernables : une « *mésopistémologie* » (Labasse, 2015) ; un ensemble de valeurs traduisant sa conception de son rôle social ; une utilisation des faits réels comme matériaux de base de ses productions ; et s'agissant de la forme, une manière typique de présenter et de hiérarchiser ces faits réels. À défaut de le rendre unique, ces éléments du système journalistique sont consubstantiels à la reconnaissance de son existence par autrui. En d'autres mots, il y a *absence de journalisme* quand il y a absence de ces éléments.

### ***L'ouverture du système journalistique à son public***

On peut maintenant revenir à la question de départ : le système journalistique peut-il *sortir de lui-même* afin de véritablement se réinventer ? A priori non, si l'on entend par là l'abandon des éléments définitoires évoqués plus haut. L'objet qui émergerait d'une telle réinvention serait possiblement trop incongru, ou trop semblable à d'autres productions discursives pour être reconnu comme du journalisme. Devant cette impossibilité, on pourrait imaginer un projet moins radical que la *sortie du journalisme de lui-même*, un projet qui assurerait l'oxygénation de son système sans entraîner sa disparition. Car l'enjeu réel, somme toute, n'est pas que le système journalistique reprenne et réinterprète ses pratiques anciennes. L'enjeu semble plutôt résider dans l'entre-soi journalistique qui fait naître ses pratiques autoréférentielles. Ainsi, le journalisme pourrait-il avoir davantage intérêt à *ouvrir* son système qu'à en *sortir*. Une manière d'accomplir ceci pourrait être de laisser son monde extérieur – le public – pénétrer son système d'intérêts, d'aspirations et de critères d'appréciation différents des siens.

À première vue, le système journalistique s'est déjà essayé à cet exercice, notamment à travers la mode du *public journalism* dans les années 1980. Cette tentative de certains médias nord-américains de se rapprocher de leur public reposait alors sur la promesse de recentrer la couverture de l'actualité sur des enjeux soulevés par les lecteurs eux-mêmes (Anderson, 2011). En outre, l'interactivité d'Internet et des réseaux sociaux semble conduire naturellement vers une plus grande influence du public sur le système journalistique. Malgré tout, cette interaction apparaît comme

une expression timide d'ouverture, dans la mesure où les journalistes conservent une primauté sur la sélection et le traitement des informations.

Une ouverture plus poussée du système journalistique pourrait consister en l'effacement de la ligne de démarcation entre producteurs et récepteurs, en l'occurrence la participation active et constante de simples citoyens dans la production de contenus des grands médias. Si cette idée a déjà été testée, notamment à la BBC, elle semble n'avoir jamais été exploitée à son plein potentiel, l'exercice se limitant généralement à l'intégration de « *user-generated content* » [UGC] (ex. : photos/vidéos prises sur le lieu d'incidents) et rarement à de significatives collaborations entre journalistes et membres du public. Des études sur l'emploi des UGC par les médias concluent d'ailleurs à l'extrême réticence des journalistes de considérer leur public comme autre chose qu'une *source* (Williams et al., 2011 ; Witshge, 2012).

Il s'agit là d'une manière parmi d'autres d'envisager l'ouverture du système journalistique à son monde extérieur ; une possibilité qui semble avoir commencé à se dessiner mais dont la logique n'a jamais été menée très loin. Celle-ci n'est évidemment pas sans failles. On pourrait craindre qu'un tel projet nie toute expertise particulière aux journalistes ; que leur savoir-faire en matière de collecte et de traitement de l'information, bâti au fil de l'expérience, soit jugé sur le même pied d'égalité que celui d'amateurs. Or, le but n'est pas ici de contempler une idée poussée à son extrême limite. Reste que la participation active et constante de citoyens dans la production de l'information semble ouvrir des perspectives d'innovation ; perspectives qui pourraient éventuellement aider le système journalistique à se réinventer, ceci, en lui inspirant des pratiques qui soient à la fois compatibles avec ses fondamentaux, mais sans liens reconnaissables avec son passé.

## Conclusion

Le présent article a articulé un cadre analytique du changement journalistique. Ce cadre, qui ne s'oppose pas à d'autres perspectives d'analyse, mais les complète, a entrepris, dans un premier temps, de dépasser l'idée selon laquelle le changement journalistique s'inscrirait dans une logique de causes à effets. Il s'est efforcé, dans un second temps, de conjurer le piège de la myopie historique en décrivant comment les innovations du journalisme seraient, bien souvent, la réactualisation de pratiques anciennes adaptées aux goûts du jour. À ces fins, il a été proposé de considérer le changement journalistique comme le résultat de deux dynamiques. Et de relever la manifestation de cette double dynamique en examinant trois crises qui ont frappé les médias d'information depuis la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle en Amérique du Nord : la crise de l'objectivité, du modèle organisationnel et de la légitimité des journalistes en société.

La première de ces dynamiques est d'ordre dialectique. Le changement, a-t-il été observé, surviendrait par suite de tensions entre forces antagonistes. Et il a été expliqué que la manifestation de cet antagonisme dans l'univers journalistique trouverait son correspondant dans le déphasage qu'on note parfois entre le maintien de certaines pratiques et l'émergence de nouveaux contextes d'exercice qui tendent à invalider ces pratiques. Ainsi la crise de l'objectivité a-t-elle illustré le fossé entre, d'un côté, une conception du journalisme axée sur le compte-rendu factuel et neutre des

événements ainsi qu'une vision unitaire du public, et de l'autre, un univers médiatique post-1960 marqué par l'émergence d'une « *adversary culture* » (Schudson, 1978), la fragmentation accrue de l'auditoire et l'hyperconcurrence. La crise du modèle organisationnel a, quant à elle, souligné le décalage entre des standards professionnels hérités du *journalisme d'information* et l'avènement, au tournant du XXI<sup>e</sup> siècle, d'un environnement de travail caractérisé par l'ubiquité des technologies numériques et l'intensification des pressions commerciales. La crise de la légitimité, enfin, a révélé l'écart grandissant entre le rôle d'intermédiation que souhaitent toujours occuper les journalistes et les attentes du public envers les médias d'information dans un monde hyperconnecté, déhiérarchisé et traversé par la post-vérité. Tôt ou tard, a-t-il été conclu, le système journalistique s'extirpe de l'état de crise dans lequel le plonge la tension entre pratiques et contexte en innovant. L'innovation prend la forme de nouvelles pratiques qui contribuent momentanément à desserrer les tensions.

La deuxième dynamique du changement journalistique a été qualifiée d'autoréférentielle. Il a été argué que le journalisme exercerait le changement en puisant dans son propre répertoire de pratiques passées ; qu'il dénouerait les crises du moment en revalorisant des usages tombés en désuétude. La crise de l'objectivité aurait été atténuée par le « *journalisme de communication* » (Charron et de Bonville, 1996), soit le retour en force de traits saillants associés au journalisme d'opinion du début du XIX<sup>e</sup> siècle ; la crise du modèle organisationnel aurait engendré des *innovations* telles que le journalisme multiplateforme/multitâche, le journalisme d'emprunt et le journalisme externalisé qui renvoient toutes à des manières de faire de la presse du XVIII<sup>e</sup> et du début du XIX<sup>e</sup> siècle ; et la crise de légitimité aurait inspiré la réaffirmation de principes rattachés à une vision idéalisée du « *journalisme d'information* » (Charron et de Bonville, 1996) pré-1980.

L'articulation de ce cadre d'analyse du changement journalistique a conduit à la question suivante : que nous dit du journalisme sa propension à l'autoréférence ? À celle-ci, il a été répondu, d'une part, que la tendance du journalisme à puiser dans son répertoire de pratiques passées donne à voir l'image d'un système peu en mesure de *penser ou de sortir hors de lui-même*, c'est-à-dire de ses intérêts, de ses normes, de ses pratiques et de ses critères d'appréciation. Il a été avancé, d'autre part, que le réflexe à l'autoréférence semble participer d'une logique de relégitimation du système journalistique envers lui-même dans l'optique de sa conservation ou de sa reproduction.

En définitive, l'enjeu n'est pas de savoir s'il est dommageable que le journalisme fasse référence à ses pratiques anciennes. L'enjeu réside en revanche dans l'entre-soi journalistique qui fait naître ces pratiques autoréférentielles. Tant et aussi longtemps que le système journalistique restera replié sur lui-même, celui-ci peut sembler condamné à rééditer des formules qui réactualisent ses intérêts, ses normes, ses pratiques et ses critères d'appréciation.

Or, la solution ne peut être l'extraction du journalisme de son système, dans la mesure où celui-ci est défini par un ensemble de paramètres hors desquels il y a absence de journalisme – c'est-à-dire une « mésoépistémologie » (Labasse, 2015) ; un ensemble de valeurs traduisant sa conception de son rôle en société ; une utilisation de faits réels comme matériaux premiers de ses discours ; une manière typique d'organiser et

de hiérarchiser ces faits réels. L'une de ces solutions pourrait être l'ouverture du système à son monde extérieur, et plus concrètement, l'intégration active et constante de simples citoyens dans ses activités quotidiennes.

Celle-ci apparaît comme une source de nouvelles idées, de laquelle pourrait possiblement émerger des pratiques innovantes sans liens reconnaissables avec le passé du journalisme ; de laquelle pourrait naître, en somme, un véritable changement journalistique. ■

*Philippe Rodriges-Rouleau est candidat au doctorat en communication à l'Université d'Ottawa.*

## Références

Anderson, C.W. (2016). Assembling Publics, Assembling Routines, Assembling Values: Journalistic Self-Conception and the Crisis in Journalism. Dans Alexander Jeffrey C., Butler Breese Elizabeth et Luengo Maria (dir.) (p. 153-169), *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future*.

Anderson, C.W. (2011). Deliberative, agnostic and algorithmic audiences: journalism's vision of its public in an age of audience transparency. *International Journal of Communication*, 5, 529-547.

Beder, Sharon (2004). Moulding and Manipulating the News. Dans White, Rob (dir.), *Controversies in Environmental Sociology* (p. 204-220). Melbourne : Cambridge University Press.

Benkler, Yochai (2011). A Free Irresponsible Press: Wikileaks and the Battle over the Soul of the Networked Fourth Estate. *Harvard Civil Rights-Civil Liberties Law Review*, 46, 311-397.

Bernier, Marc-François (2008). Les impacts de la concentration et de la convergence des médias sur la qualité, la diversité et l'intégrité de l'information. Dans Bernier, Marc-François (dir.), *Journalistes au pays de la convergence : Sérénité, malaise et détresse dans la profession* (p. 37-76). Québec : Presses de l'Université Laval.

Bernier, Marc-François (2016). L'émergence d'un 5<sup>e</sup> pouvoir comme source d'imputabilité. Dans Bernier, Marc-François (dir.), *Le cinquième pouvoir : la nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics* (p. 9-62). Québec : Presses de l'Université Laval.

Brants, Kees et de Haan, Yael (2010). Taking the Public Seriously: Three Models of Responsiveness in Media and Journalism. *Media, Culture & Society*, 32 (3), 411-428.

Brin Colette, Charron Jean et de Bonville Jean (2004). *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*. Québec : Presses de l'Université Laval.

Charron, Jean et de Bonville, Jean (1996). Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition. *Communication*, 17 (2), 50-97.

Bruns, Axel (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. Berne : Peter Lang.

Bruns, Axel et Highfield, Tim (2012). Blogs, Twitter, and Breaking News: the Producers of Citizen Journalism. Dans Lind, Rebecca A. (dir.), *Producing Theory in a Digital World: The Intersection of Audiences and Production in Contemporary Theory*. New York : Peter Lang.

Cecil, Matthew (2002). Bad apples: paradigm overhaul and the CNN/Time "Tailwind" Story. *Journal of Communication Inquiry*, 26 (1), 46-59.

Cohen, Nicole S. (2016). *Writers' Rights: Freelance Journalism in a Digital Age*. McGill-Queen's Press-MQUP.

De Bonville, Jean (1988). *La presse québécoise de 1884 à 1914 : genèse d'un média de masse*. Sainte-Foy : Presses de l'Université Laval.

Deuze, Mark (2005). What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism*, 6 (4), 442-464.

Fenton, Natalie et Downey, John (2003). Counter Public Spheres and Global Modernity. *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 10 (1), 15-32.

Fraser, Nancy (1990). *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*. Durham, North Carolina : Duke University Press, (25/26), 56-80.

Gauthier, Gilles (2010). Le journalisme de communication : expression de conviction et moralisme. *Les Cahiers du journalisme*, (21), 254-273.

Graham, Philip et McKenna, Bernard (2000). A Theoretical and Analytical Synthesis of Autopoiesis and Sociolinguistics for the Study of Organizational Communication. *Social Semiotics*, 10 (1), 41-59.

Graves Lucas, Nyhan Brendan et Reifler Jason (2016). Understanding Innovations in Journalistic practice: A Field Experiment Examining Motivations for Fact-Checking. *Journal of Communication*, 66, 102-138.

Hauser, Gerard A. (1998). Civil society and the principle of the public sphere. *Philosophy & Rhetoric*, 31 (1), 19-40.

Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (1817/1970). *Encyclopédie des sciences philosophiques I. – La science de la logique* (B. Bourgeois, traduction). Paris : Éditions VRIN (ouvrage original publié en 1817 sous le titre *Enzyklopädie der philosophischen Wissenschaften im Grundrisse*).

Katsirea, Irini (2012). Who is Afraid of Public Service Broadcasting? The Digital Future of an Age-Old Institution Under Threat. *Yearbook of European Law*, 31 (1), 416-451.

- Kaye, Barbara K. et Johnson, Thomas J. (2016). Across the Great Divide: How Partisanship and Perceptions of Media Bias Influence Changes in Time Spent with Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60 (4), 604-623.
- Keane John F., Taylor W. A., Trueman Myfanwy et Wright Gillian (1999). Autopoeisis in Disneyland: reassuring consumers via autopoeitic brand management. *International Journal of Advertising*, 18, 519-536.
- Kovach, Bill et Rosenstiel, Tom (2001). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York : Crown Publishers.
- Kuhn, Thomas (1962). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago : University of Chicago Press.
- Labasse, Bertrand (2002). *Une dynamique de l'insignifiance. Les médias, les citoyens et la chose publique dans la « société de l'information »*. Villeurbanne : Presses de l'enssib.
- Labasse, Bertrand (2015). Du journalisme comme une mésoépistémologie. *Communication*, 33 (1), 1-29.
- Lakoff, Robin T. (2017). The Hollow Man: Donald Trump, Populism, and Post-Truth Politics. *Journal of Language and Politics*, 16 (4), 595-606.
- Laville, Camille (2007). Transformations des contenus et du modèle journalistique. La dépêche d'agence. *Réseaux*, 4 (143), 229-262.
- Le Cam, Florence (2005). *L'identité du groupe des journalistes du Québec au défi d'Internet* (thèse de doctorat, Université Laval, Québec).
- Le Cam Florence, Pereira Fabio Henrique et Ruellan Denis (2014). Introduction. Dans Le Cam, Florence et Ruellan, Denis (dir.), *Changements et permanences du journalisme* (p. 8-17). Paris : L'Harmattan.
- Le Champion, Rémy (2012). *Journalisme 2.0. Nouvelles formes journalistiques, nouvelles compétences*. Paris : La Documentation française.
- Lewin, Kurt (1943). Forces behind food habits and methods of change. Dans *The problem of changing food habits. Report of the committee on food habits* (p. 35-65). Washington, D.C. : National Research Council.
- Luhmann, Niklas (1991-1992/2013). *Introduction to systems theory*. Malden (USA)/Cambridge (UK) : Polity Press.
- Mariano da Rocha Barichello, Eugênia et Menezes Carvalho, Luciana (2014). Journalisme et réseaux sociaux numériques. Transformations dans le processus de légitimation institutionnelle par le service de micro messagerie Twitter. Dans Le Cam, Florence et Ruellan, Denis (dir.), *Changements et permanences du journalisme* (p. 79-94). Paris : L'Harmattan.
- Marx, Karl (1867/1965). *Le capital : édition populaire (résumé-extraits)* (J. Borchardt et J.-P. Samson, traduction). Paris : Presses universitaires de France (ouvrage original publié en 1867 sous le titre *Das Kapital. Kritik der politischen Oekonomie*).

Mathien, Michel (2001). Le journalisme de communication : critique d'un paradigme spéculatif de la représentation du journalisme professionnel. *Quaderni*, 45 (1), 105-135.

Maturana, Humberto R. et Varela, Francisco J., (1973/1980). *Autopoiesis and Cognition: The Realization of the Living*. Dordrecht (Pays-Bas)/Boston (États-Unis)/London (Royaume-Uni) : Dr. Reidel Publishing Company.

Mindich, David T. Z. (1998). *Just the Facts: How "Objectivity" Came to Define American Journalism*, New York : NYU Press.

Morgan, Gareth (1986/1999). *Images de l'organisation* (2<sup>e</sup> édition, traduction). Québec : Presse de l'Université Laval (ouvrage original publié en 1986 sous le titre *Images of Organization*).

Neveu, Éric et François, Bastien (1999). *Espaces publics mosaïques. Acteurs, arène et rhétorique des débats publics contemporains*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.

Nicolaisen, Maria Skou (2016). Text as an Autopoietic System: Possibilities and Limitations of an Autopoietic Account of Digitized Text. *The International Journal of Communication and Linguistic Studies*, 14 (3), 13-26.

Peters, Chris et Broersma, Marcel (2012). Introduction: Rethinking Journalism: the Structural Transformation of a Public Good. Dans Peters, Chris et Broersma, Marcel (dir.), *Rethinking Journalism: Trust and Participation in a Transformed News Landscape*. New York/Abingdon : Routledge.

Philibert, Jean-René (2017). *Le discours critique sur la presse en contexte de mutation du journalisme nord-américain : 1870 à 1910* (thèse de doctorat, Université Laval, Québec).

Picard, Robert G. (2004). Commercialism and Newspaper Quality. *Newspaper Research Journal*, 25 (1), 54-65.

Raboy, Marc (1994). The Role of the Public in Broadcasting Regulation in Policy-Making and Regulation: Lessons for Europe from Canada. *European Journal of Communication*, 9, p. 5-23.

Schudson, Michael (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*, New York : Basic Books Inc.

Serazio, Michael (2016). Encoding the Paranoid Style in American Politics: "Anti-Establishment" Discourse and Power in Contemporary Spin. *Critical Studies in Media Communication*, 33 (2), 181-194.

Tuchman, Gaye (1972). Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *American Journal of Sociology*, 77 (4), 660-679.

Trédan, Olivier (2014). Quand le journalisme se saisit du Web : l'exemple du *datajournalism*. Dans Le Cam, Florence et Ruellan, Denis (dir.), *Changements et permanences du journalisme* (p. 199-214). Paris : L'Harmattan.

Williams Andrew, Wardle Claire et Wahl-Jorgensen Karin (2011). The limits of audience participation: UGC @ the BBC. Dans Franklin, Bob et Carlson, Matt (dir.), *Journalists, Sources and Credibility: New Perspectives* (p. 152–166). New York : Routledge.

Witschge, Tamara (2012). Changing audiences, changing journalism? Dans Lee-Wright Peter, Phillips Angela et Witschge, T. (dir.), *Changing Journalism* (p. 117-134). London : Routledge.