

**Croisements, atypies et émergences
dans les métiers du journalisme
et de l'information**

Communication & professionnalisation

n° 8, 2019

Édité par

Dany Baillargeon, professeur
Université de Sherbrooke
Dany.Baillargeon@USherbrooke.ca

Alexandre Coutant, professeur
Université du Québec à Montréal
coutant.alexandre@uqam.ca

Avant-propos

Croisements, atypies et émergences dans les métiers du journalisme et de l'information

Dany Baillargeon, professeur
Université de Sherbrooke
Dany.Baillargeon@USherbrooke.ca

Alexandre Coutant, professeur
Université du Québec à Montréal
coutant.alexandre@uqam.ca

Au-delà de l'imaginaire d'une profession aux pratiques et ethos purs, encore très partagé par les journalistes (Legrave, 2014), évoquer l'atypie dans le domaine de l'information et du journalisme fait écho à une vaste littérature ayant décrit le professionnalisme du flou qui la caractérise (Ruellan, 2007). Cette formulation éclairante a été illustrée par de nombreuses recherches insistant sur la variété des profils des praticien·nes, le caractère hétéroclite des organisations et services au sein desquels ils ou elles exercent, la diversité des formations à travers le monde ou encore la frontière ténue qui les sépare des autres métiers de la communication, au point où il est certainement contre-productif d'aborder ce secteur professionnel sous l'angle général des « médias » (Éditeurs, 2019). Concernant les liens entre le journalisme et les autres professions de la communication, soulignons qu'ils s'intensifient avec la précarité grandissante que subit le premier (Dubois, 2016 ; Frisque, 2014).

Plus récemment, ces caractéristiques ont été profondément accentuées par les mutations de l'écosystème médiatique (George, Brunelle et Carbasse, 2015 ; Smyrnaio, 2017). Cette transformation touche tous les secteurs de l'information, de la presse à la télévision en passant par la radio et des institutions locales aux médias internationaux. Les grandes enquêtes¹ offrent une vision macrosociale de ces transformations. Elles permettent de tirer des conclusions sur l'état de la profession :

- Une crise économique majeure aboutissant à la fermeture accélérée de titres, particulièrement locaux (1800 sur les 15 dernières années aux USA, causant une baisse de l'emploi de 45 % dans les rédactions²), amenant un paradoxal appauvrissement de la variété de l'information malgré la multiplication des contenus (Rebillard et Smyrnaio, 2019).
- Un constat d'incompréhension des attentes des publics, dont les pratiques informationnelles paraissent évoluer rapidement (Charon, 2007 ; Jouët et Rieffel, 2013 ; Shearer, 2019).
- Un défaut de reconnaissance allant parfois jusqu'à l'hostilité à l'égard de la profession (Bibliothèque numérique canadienne, 2017 ; Schudson, 2019), de plus en plus assimilée, non sans raison, à des contenus moins indépendants (Francœur, 2018 ; Francœur et Boulay, 2016 ; George *et al.*, 2015 ; Rebillard et Smyrnaio, 2010), ou de moindre qualité (Cagé, Hervé et Viaud, 2017 ; Dubois, 2016).

Ces constats soulèvent des enjeux particuliers pour la professionnalisation des futur·es praticien·nes.

¹ Comme celles produites par le Reuters Institute for the Study of Journalism et l'Université d'Oxford (<http://www.digitalnewsreport.org/>), le Pew Research Center (<https://www.journalism.org/>) ou le classement mondial Reporters sans frontières (RSF) de la liberté de presse.

² <https://www.nbcnews.com/news/amp/ncna984436>

1. Croisements forcés et pratiques bousculées par la plateformisation de l'information

Tout d'abord, la plateformisation de l'accès à l'information (Rebillard et Smyrnaioi, 2010 ; Smyrnaioi, 2017) exerce une pression sur l'identité même de la profession de journaliste. Bien plus profonde qu'un seul changement de support, celle-ci encourage une mise sur le même plan de contenus et producteurs autrefois clairement séparés. La spécificité du discours journalistique, qui en fait sa valeur démocratique distinctive, s'en trouve moins mise en valeur par défaut, au sein d'un espace informationnel glissant de plus en plus vers les industries de contenu (Miège, 2017)³. La montée des marques-médias qui en résulte interroge l'ensemble des compétences à accumuler en journalisme, des matériaux, techniques et méthodes de construction de l'information journalistique aux manières d'assurer sa diffusion, en passant par les registres discursifs employés (Mellot et Theviot, 2019). Mais plus profondément, c'est l'ethos de la profession qui se trouve ainsi bouleversé dans son cœur même : si l'information épouse ainsi les règles du marché, que reste-t-il de la fonction d'information fiable et indépendante, contribuant à la prise de décision éclairée du peuple (Cornu, 2009 ; Eveno, 2004 ; Saint-Jean, 2018) ? Cette dimension fondamentale de l'identité professionnelle actuelle des praticien·nes doit-elle être repensée ?

Cette évolution des acteurs en présence comme des circuits de production et de diffusion de l'information journalistique soulève justement un ensemble d'enjeux éthiques, pas nécessairement inédits mais renouvelés. Au-delà de la question de fonds de l'ethos journalistique, les praticien·nes ont désormais à faire concrètement avec des sources d'influence aux méthodes originales. C'est ainsi que la très aboutie généralisation des relations publiques (Miège, 1997) nécessite le développement de compétences propres de la part des journalistes pour décrypter l'opacité générée par la profusion de leurs discours (Lipani Vaissade, 2014). En plus des relations directes avec ces sources ambivalentes, c'est un ensemble renouvelé de stratégies de mise en place d'agendas informationnels et de cadrage des représentations au profit d'intérêts privés (tout autant mobilisés par des acteurs économiques que politiques) que les journalistes doivent savoir reconnaître et dont ils doivent réussir à se distinguer (Broustau et Francœur, 2017). C'est aussi une question très spatiale de la place où s'insère le contenu promotionnel et de sa distinction du contenu informationnel que les futur·es praticien·nes auront à résoudre au long de leur carrière, en statuant sur l'acceptabilité des formes masquées de promotion que constituent la publicité native ou le marketing de contenu (Baillargeon, Coutant, Carignan, Dionne et Tourigny, 2017). Enfin, les conflits d'autorité informationnelle (Broudoux, 2007), illustrés par

³ Voir aussi <http://www.newsmediaalliance.org/wp-content/uploads/2019/06/Google-Benefit-from-News-Content.pdf> pour une analyse économique.

les controverses entourant les notions de post-vérité ou d'infox (Lamotte, Le Caisne, Le Courant et Seto, 2019), invitent à interroger le rôle du journalisme dans la production de discours reconnus comme vrais (D'Ancona, 2017 ; de Grosbois, 2018). La crise de reconnaissance que subissent les praticien·nes ouvre la voie à une interrogation sur ce qui fonde celle-ci : comment définir le rapport propre – et distinctif ? – du journalisme à la factualité, à l'objectivité, à la contribution à la société sur un plan local, national ou mondial, etc. ?

2. De nouvelles compétences en émergence ?

Les compétences à développer doivent-elles aussi évoluer ? La déconnexion avec les publics constatée plus haut constitue un facteur préoccupant pour une profession se voulant médiatrice. Mais les manières de former à un meilleur lien avec ces derniers restent à trouver (Demers, 2012). S'agit-il notamment de redécouvrir et de mieux appliquer ce que les traditions d'études des publics ont mis à jour (Assogba, Coutant, Domenget et Latzko-Toth, 2015), ou de mobiliser des outils statistiques toujours plus fins accompagnant la numérisation de l'accès à l'information (Welbers, van Atteveldt, Kleinnijenhuis, Ruigrok et Schaper, 2016), malgré les tensions que cela peut soulever avec les manières traditionnelles d'envisager les choix éditoriaux ? La sollicitation de journalistes pour produire des contenus plus diversifiés doit-elle aussi être accompagnée par les formations, quitte à institutionnaliser ainsi de nouveaux métiers aux productions, méthodes et éthiques encore problématiques (Baillargeon *et al.*, 2017) ? La multiplication des canaux de diffusion et l'interactivité qu'ils permettent soulèvent enfin la question de la formation aux tâches accompagnant désormais la circulation de tout contenu : course à l'attention reposant sur des stratégies de visibilité des auteurs, réponse aux commentaires, implication dans les éventuelles controverses soulevées, etc. (Jouët et Rieffel, 2013). Les journalistes, comme beaucoup de professionnel·les du numérique, se trouvent effectivement pris dans la dynamique affective développée par les grandes plateformes pour soutenir les interactions (Alloing et Pierre, 2017 ; Makal, 2019). Cela leur impose un double travail émotionnel en décalage avec la vision rationalisante de la construction de l'information : un travail de mise en scène émotionnelle de leur identité et de leurs contenus afin d'attirer l'attention et un travail de gestion des réponses émotionnelles de leurs publics dans une arène de discussion différant fortement des principes traditionnels du débat public.

Si la fonction remplie par le journalisme et les moyens d'y préparer les futur·es praticien·nes soulèvent des défis majeurs, la situation actuelle amène aussi à s'interroger sur les moyens de les aider à réaliser leur carrière. La précarité est effectivement constatée partout en francophonie (Anciaux, Carbasse, Millette, Gobeil, 2017 ; Degand, 2012 ; Frisque, 2014). Elle est tellement avancée qu'elle a presque érigé en nouvelle valeur cet exercice professionnel dans l'incertain de ce que sera sa situation

d'emploi à moyen ou même à court terme (Anciaux, *et al.*, 2017 ; Dubois, 2016). Faut-il entériner cette évolution et préparer ces professionnel·les de l'information à jongler entre les exigences variées des différents rôles de producteurs et productrices de contenus qu'ils ou elles rempliront ? Faut-il au contraire défendre la nécessité de conditions de productions au moins relativement stables pour produire des informations de qualité et indépendantes ? Le rapport aux enjeux éthiques soulevés par cette production selon que l'on soit pigiste ou que l'on bénéficie d'un statut plus pérenne paraît argumenter en faveur de la seconde option (Dubois, 2016 ; Mathisen, 2019). Soulignons aussi que du point de vue de la qualité de vie professionnelle, le devenir précaire des journalistes exerce aussi une tension sur leur capacité à faire sens de leurs choix professionnels : producteurs de contenus variés au rôle démocratique pas toujours évident, ballottés entre différents ethos opposés, la lassitude et/ou le cynisme guettent ces praticien·nes dont les choix de carrière comportaient souvent un grand engagement citoyen initial (Dubois, 2016 ; Frisque, 2014).

Ces constats préoccupants ne sauraient néanmoins faire oublier que cet écosystème changeant pourrait être source d'un nouveau dynamisme dans les manières de répondre à ces défis (Christin, 2018 ; de Grosbois, 2018). À ce titre, les initiatives pullulent : journalisme citoyen, débusqueurs de fausses nouvelles revenant vers des fondamentaux du travail de construction de l'actualité, enquêtes soutenues par les lectures alternatives des jeux de données rendues accessibles par les organisations publiques et privées, modèles économiques s'écartant du financement publicitaire, grands projets de réflexion sur les fondamentaux d'un journalisme de qualité⁴ ou de reconnexion avec les publics⁵, revalorisation du papier, etc. S'il convient de bien souligner que toutes ces initiatives demeurent partielles, incertaines dans leur pérennité et bien moins répandues que les tendances décrites *supra*, continuer à les documenter constitue certainement un moyen de les soutenir en illustrant comment elles répondent à des attentes de la part du grand public en termes de qualité, de transparence, d'indépendance, etc.⁶

La formation initiale se trouve donc bousculée. Parmi ce qui vient d'être soulevé, tout n'est cependant pas nouveau. Les constats de Charon (2007) sur la grande

⁴ Comme les Journalism Trust Indicators élaborés au sein du European Committee for Standardization : <https://www.cen.eu/news/workshops/Pages/WS-2018-004.aspx>

⁵ Comme ceux, nombreux, listés par le projet LINC (Local, News, Innovation, Communauté) : <https://fr.ejo.ch/deontologie-qualite/medias-locaux-renouent-publics-panorama-initiatives-europe-francophone-mefiances-journalistes-linc-facebook>

⁶ Voir par exemple le détail des attentes formulées par les individus à l'égard des organisations publiques et privées dans le baromètre annuel de la confiance publié par Edelman : <https://www.edelman.ca/fr/recherche/trust-barometer-2019>

capacité d'analyse et de recul critique que doivent être capables de mettre en œuvre les praticien·nes demeurent par exemple d'actualité. Leurs conséquences aussi : nécessité d'une formation initiale de haut niveau, complétée par une formation permanente et intégration d'un fort ethos professionnel orienté vers les publics. Il ajoute que la profession gagnerait à rendre plus visibles les moyens qu'elle se donne de s'auto-encadrer, notamment par la mise en avant des chartes et des procédures de contrôle de leur respect.

Ce numéro de la revue *Communication & Professionnalisation* espère contribuer à la réflexion sur ce secteur en crise. Particulièrement, l'objectif qu'elle s'assigne de dialogue entre chercheur·es et praticien·nes trouve un écho fort dans le constat fréquent du peu de collaborations entre journalistes et chercheur·es⁷. Si ce constat concerne une question plus large de diffusion de la connaissance, espérons que la lecture des articles de ce numéro convaincra déjà les praticien·ne·s de l'accessibilité et de l'utilité de la recherche sur un domaine qui les concerne directement : l'avenir de leur profession.

Dans ce numéro

Les translations professionnelles depuis le journalisme vers la communication d'organisation n'est pas chose nouvelle. Qu'il s'agisse de fuir la précarité du métier, les obligations à la mobilité ou les horaires atypiques, nombre de professionnel·les de l'information ont opté pour un passage vers des postes plus stables dans les organisations. Or pour **Manuel Dupuy-Salle**, **Chloë Salles** et **Laurie Schmitt**, ces passages ne sont pas des ruptures mais bien « des stratégies de professionnalisation et des tactiques de légitimation de carrières individuelles » (p. 16) où « la diversité des expériences est, selon nous, tour à tour une ressource essentielle pour l'entrée dans un territoire professionnel convoité et une capacité d'adaptation face aux contraintes tant professionnelles et personnelles qui pèsent sur un individu » (p. 16). Partant de quatre récits de carrière couvrant une période de neuf ans, les auteurs décrivent les allers et retours professionnels d'un blogueur français de cinéma devenu journaliste/critique pour *Les Cahiers du Cinéma*, d'un journaliste français devenu réalisateur de documentaires interactifs au Québec, d'un architecte des systèmes d'information, devenu éditeur de réseaux sociaux et de nouveaux formats au sein d'un quotidien britannique et enfin d'un journaliste lancé en affaires avec une entreprise de visualisation de données basée à Berlin. Outre l'atypie de ces parcours – symptomatique des métiers de l'info-com (voir en cela le numéro 7 de *Communication et Professionnalisation*)

⁷ <https://medium.com/@nikkiusher/does-anyone-care-about-journalism-research-no-really-358d789b749a>

– les auteur·es démontrent les nécessaires compétences d'adaptation et de réajustement dont font preuve les professionnels rencontrés et la pluriactivité qu'imposent ces carrières hybrides, avec en toile de fond des jeux de distinction et de reconnaissance des pairs, qui tantôt s'appuient sur leur carrière journalistique et tantôt s'en distancient. Ainsi, les dynamiques itératives d'entrée et de sortie de la profession sont autant d'occasion de marquer le nouveau territoire professionnel qu'ils investissent.

Olivier Standaert investigate également les hybridités quelque peu forcées en journalisme, mais cette fois en entrant par le vécû de nouveaux journalistes en Belgique francophone. L'incertitude et la « déstandardisation des carrières » en journalisme conduisent ces nouveaux venus à une forme de reconsidération du positionnement social du journalisme et, par conséquent, de leur propre trajectoire. Ainsi, l'auteur livre le récit de 27 journalistes novices – dont les statuts varient d'indépendant, de contractuels à durée déterminée comme indéterminée, d'indépendants à titre complémentaire et de chômeur – qui permet de saisir trois facettes de ces parcours incertains : la mobilité, l'incertitude et l'individualisation des parcours. Dans ce dernier cas, l'auteur relève une « profonde déstandardisation des trajectoires professionnelles des jeunes journalistes », qu'il associe à sept critères objectifs que sont les rythmes chronologiques de l'insertion, la variété des employeurs, les combinaisons statutaires et d'emploi du temps, les allées et venues entre les marchés du travail, les subjectivations des relations interpersonnelles, la prégnance des relations de réseaux et la fréquence des mouvements au sein même du marché journalistique. Or, bien que Standaert signale que les individus rencontrés semblent accepter cette déstandardisation en la subordonnant aux nouvelles capacités d'adaptation et à la flexibilité auxquelles ils sont adaptés, il souligne quand même leur incapacité « dramatique » « à penser eux-mêmes leur futur ». Ainsi, « [...] les formes identitaires se révèlent souvent fragiles, hybrides, mais aussi plus éloignées, par la force des choses, du journalisme espéré » (p. 53).

Ivan Ivanov, de son côté, explore la cooptation des journalistes par les métiers des relations publiques, encouragée par les compétences rédactionnelles requises, mais rarement détenues par les relationnistes de formation. Ce manque de compétence nuirait à l'image des professionnels des relations publiques, appelant par conséquent au développement de ce métier hybride qu'est le journalisme d'entreprise, qui fait « rentrer » le journalisme dans les organisations. Principalement dédié à la production d'écrits organisationnels destinés à des publics internes comme externes, ce poste pourrait malgré tout contribuer, pour Ivanov, « [...] 1) à la formation et à l'amélioration des compétences rédactionnelles et éditoriales des relationnistes et 2) [à] produire des supports d'information et de communication lisibles et écrits selon les règles de l'art. » (p. 79). Toutefois, compte tenu des fondements disciplinaires différents et des valeurs paradigmatiques y étant attachées, ce poste demeure « contesté et contestable » tant au sein de l'organisation que dans la communauté journalistique. Après avoir circonscrit les rôles, compétences et tâches du professionnel en RP, pour

ensuite s'attarder spécifiquement aux compétences rédactionnelles, Ivanov y va de propositions pour rendre cette cohabitation inconfortable à tout le moins viable, entre autres à travers la constitution de comités de rédaction.

Note : *Communication & Professionnalisation* conserve ouverts ses numéros thématiques, de sorte à recevoir de nouvelles contributions et ainsi enrichir, de façon incrémentielle, les différents thèmes. Une fois l'appel à contributions considéré comme fermé, les responsables éditoriaux closent le numéro en posant un regard rétrospectif sur les articles reçus.

Bibliographie

- Alloing, C. et Pierre, J. (2017). *Le Web affectif: une économie numérique des émotions*. Paris, France : INA Collection.
- Anciaux A., Carbasse R., Millette J. et Gobeil A.-S. (2017). Liberté et précarité comme nouvelles valeurs ? Revendications et acceptations des flexibilités autour des trajectoires professionnelles dans les métiers de la communication. *Communication & Professionnalisation*, 7, 99-123.
- Assogba, H., Coutant, A., Domenget, J.-C. et Latzko-Toth, G. (2015). Les publics imaginés et réels des professionnels d'internet. *Communication. Information médias théories pratiques*, 33(2). URL : <http://communication.revues.org/5704>
- Baillargeon, D., Coutant, A., Carignan, M.-E., Dionne, E. et Tourigny, M. (2017). Confrontations et convergences éthiques entre marketing et information autour de la publicité native. *Communication & Professionnalisation*, 5, 28-53.
- Bibliothèque numérique canadienne. (2017). *Le miroir éclaté : Nouvelles, démocratie et confiance dans l'ère numérique*. URL : <http://www.deslibris.ca/ID/10065656>
- Broudoux, E. (2007). Construction de l'autorité informationnelle sur le web. URL : http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00120710/document
- Broustau, N. et Francœur, C. (dir.). (2017). *Relations publiques et journalisme à l'ère numérique : dynamiques de collaboration, de conflit et de consentement*. Québec, Canada : Presses de l'Université du Québec.
- Cagé, J., Hervé, N. et Viaud, M.-L. (2017). *L'information à tout prix*. Paris, France : INA.
- Charon, J.-M. (2007). *Les journalistes et leur public : le grand malentendu*. Paris – Bry-sur-Marne, France : CLEMI/Vuibert/INA.

- Christin, A. (2018). Les sites d'information en ligne entre indépendance et course au clic : une comparaison franco-américaine. *Sociétés contemporaines*, 111(3), 71-96.
- Cornu, D. (2009). *Journalisme et vérité : l'éthique de l'information au défi du changement médiatique*. Genève, Suisse : Labor et Fides.
- D'Ancona, M. (2017). *Post-truth: the new war on truth and how to fight back*. New-York, États-Unis : Ebury Press.
- Degand, A. (2012). *Le journalisme face au web : reconfiguration des pratiques et des représentations professionnelles dans les rédactions belges francophones*. Louvain-la-Neuve, Belgique : Presses universitaires de Louvain.
- Demers, F. (2012). Le défi de la construction d'un public pour le journalisme au temps de Google Analytics. *tic&société*, 6(1).
- Dubois, J. (2016). *Bouleversements médiatiques et qualité de l'information : Enquête auprès de 121 professionnels de l'information québécois* (vol. 20). Québec, Canada : Université Laval. URL : http://www.com.ulaval.ca/fileadmin/contenu/docs_pdf/articles/etudes_com_publ/ECP20-160218.pdf
- Eveno, P. (2004). Médias et publicité : une association équivoque mais indispensable. *Le Temps des médias*, 2, 17-27.
- Francœur, C. (2018). L'augmentation de contenu venant des relations publiques dans les nouvelles québécoises entre 1988 et 2016 : le cas de six quotidiens. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, 23, 61-79.
- Francœur, C. et Boulay, S. (2016). *Les liens entre journalisme et relations publiques* (p. 56). URL : <https://www.cricis.uqam.ca/liens-entre-journalisme-relations-publiques>
- Frisque, C. (2014). Précarisation du journalisme et porosité croissante avec la communication. *Cahiers du Journalisme*, 26, 94-115.
- George, É., Brunelle, A.-M. et Carbasse, R. (2015). *Concentration des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information*. Québec, Canada : Presses de l'Université Laval.
- Grosbois, P. de (2018). *Les batailles d'Internet : assauts et résistances à l'ère du capitalisme numérique*. Montréal, Québec : Éditions Écosociété.
- Jouët, J. et Rieffel, R. (dir.). (2013). *S'informer à l'ère numérique*. Rennes, France : Presses universitaires de Rennes.
- Lamotte, M., Le Caisne, L., Le Courant, S. et Seto, É. (2019). *Fake news, mensonges & vérités*. Paris, France : PUF.

- Legrave, J.-B. (2014). Communication et journalisme : ombres portées, ombres croisées. *Cahiers du Journalisme*, 26, 12-35.
- Les Éditeurs (2019). Pour en finir avec « les médias » ? *Cahiers du journalisme – Débats*, 2(3), D3-D5.
- Lipani Vaissade, M.-C. (2014). Optimiser les relations avec les communicants : un défi pour la formation des journalistes ? *Cahiers du Journalisme*, 26, 135-155.
- Makal, D. (2019). Le métier de community manager et les valeurs journalistiques. *Cahiers du journalisme – Débats*, 2(3), D31-D34.
- Mathisen, B. R. (2019). Ethical Boundaries among Freelance Journalists. *Journalism Practice*, 13(6), 639-656.
- Mellot, S. et Theviot, A. (2019). Ouest-France : un média plateforme ? Politique de diversification, jeu de placement de l'information et zonage des pratiques en ligne. *tic&société*, 13(1-2), 133-158.
- Miège, B. (1997). *La société conquise par la communication. II, La communication entre l'industrie et l'espace public*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Miège, B. (2017). Sur quelques apports récents de la recherche à la connaissance de l'information. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 18(1), 51-59.
- Rebillard, F. et Smyrnaiois, N. (2010). Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne. *Réseaux*, 160-161(2), 163-194.
- Rebillard, F. et Smyrnaiois, N. (2019). Quelle « plateformisation » de l'information ? Collusion socioéconomique et dilution éditoriale entre les entreprises médiatiques et les infomédiaires de l'Internet. *tic&société*, 13(1-2), 247-293.
- Ruellan, D. (2007). *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Saint-Jean, A. (2018). *Éthique de l'information : fondements et pratiques au Québec depuis 1960*. Montréal, Québec : Presses de l'Université de Montréal.
- Schudson, M. (2019). La chute, le regain, et la chute de la confiance dans les médias. *Cahiers du journalisme – Débats*, 2(3), D19-D22.
- Shearer, E. (2019, 6 juillet). Lessons learned from more than 20 years of asking about Americans' online news habits. *Medium*. URL : <https://medium.com/pew-research-center-decoded/lessons-learned-from-more-than-20-years-of-asking-about-americans-online-news-habits-ba4b0dee578a>
- Smyrnaiois, N. (2017). *Les GAFAM contre l'Internet : une économie politique du numérique*. Paris, France : INA.

Welbers, K., van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., Ruigrok, N. et Schaper, J. (2016). News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics. *Journalism*, 17(8), 1037-1053.