



HAL
open science

Le web journalisme local et les promesses du Rich Media. Étude de cas

Bernard Idelson

► **To cite this version:**

Bernard Idelson. Le web journalisme local et les promesses du Rich Media. Étude de cas. XVIIe Congrès de la Société des Sciences de l'Information et de la Communication, Société française des Sciences de l'Information et de la Communication, Jun 2010, Dijon, France. hal-01614801

HAL Id: hal-01614801

<https://hal.univ-reunion.fr/hal-01614801v1>

Submitted on 11 Oct 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Le web journalisme local et les promesses du *Rich Media*. Étude de cas

Bernard Idelson <bernard.idelson@univ-reunion.fr>

LCF-UMR 8143 CNRS/Université de La Réunion

Le Rich Media, ergonomie permettant l'interactivité entre le son, la vidéo et la photo, est souvent présenté par les promoteurs des sites d'information comme annonciateur d'un nouveau journalisme de rupture avec les médias dits anciens. À partir d'études de cas, effectuées sur le terrain réunionnais, et consacrées à deux supports d'information locale en ligne, *Linfo.re* et *Zinfos 974*, la communication questionne les promesses de lieu, de lien et de temporalité énoncées par leurs acteurs. En confrontant les discours des producteurs avec la réalité des dispositifs et des produits, elle montre comment leurs représentations sont empreintes de déterminisme technique. Afin de mieux appréhender les transformations du journalisme local, le propos suggère de recentrer l'analyse sur ses aspects sociétaux et généalogiques.

Terrain et contexte :

La confrontation du paysage médiatique régional à l'ère électronique est l'objet de travaux récents sur les transformations du journalisme régional en France hexagonale⁵¹⁶. Nous proposons de nous intéresser à la situation de La Réunion. Il s'agit de comparer les promesses énoncées par les promoteurs de sites d'informations locales qui misent sur les potentialités techniques du *Rich Media* - ergonomie facilitant l'interactivité entre son, vidéo et photo – et les réalités de quelques productions et pratiques journalistiques.

À ce propos, le terrain réunionnais, de par son enclavement insulaire et sa situation de région ultrapériphérique européenne, se révèle particulièrement heuristique pour aborder la question de la transformation et de *l'invention* (Ferenczi, 1993, Ringoot & Utard, 2005) de ce qui est annoncé comme un « nouveau journalisme ». L'analyse empirique porte sur trois aspects d'évaluation des promesses évoquées :

- **les promesses de lieu** : le rapport à l'espace des lecteurs, téléspectateurs, et/ou auditeurs locaux, les situe dans une communauté de réception qui était cantonnée à l'île jusqu'à l'arrivée d'Internet en 1996. Ce rapport – quasi anthropologique – est celui qu'entretient en général un public composé d'iliens. Dorénavant, cette proximité se révélerait entièrement indépendante du lieu de diffusion. Le sentiment d'appartenance à un territoire serait alors éprouvé par un groupe social qui s'investirait dans un espace toujours qualifié d'espace public local (Watin, 2005), mais qui deviendrait du coup plus idéal et symbolique que matériel. Il s'agit ainsi d'observer si l'espace régional se transforme en lieu imaginé, participant à un phénomène de *mondialisation du local* (Appadurai, 2001).
- **les promesses de lien** : l'aspect collaboratif des sites est mis en avant de manière récurrente par leurs acteurs. L'un d'entre eux, directeur du site *Zinfos 974*, propose à ses lecteurs qui réagissent dans des espaces dédiés, de les appeler par le néologisme créole « *zinfonautes* ». Il leur confère ainsi un statut de participants au débat public, au sein d'un cadre parfaitement orchestré.

516 Notamment dans le cadre du REJ (Réseau d'Études sur le Journalisme) : www.surlejournalisme.com. (Damian B., Ringoot R., Thierry D., Ruellan D., 2001).

- **les promesses de temporalité** : les potentialités du *Rich Media* sont présentées ici comme annonciatrices d'un nouveau rapport au temps des médias locaux en ligne. Ceux-ci seraient désormais en mesure de « couvrir » l'actualité en temps réel. La temporalité éditoriale – quotidienne – de la PQR s'en trouverait ainsi bouleversée. Les services accessibles par la téléphonie mobile permettent dorénavant une convergence technique multi supports médiatiques, promettant une nouvelle ère de l'information permanente, instantanée, perpétuelle, consultable « *partout, et tout le temps* »⁵¹⁷.

L'observation *in vivo* de la fabrication de l'information de ces sites ainsi que l'analyse de leurs contenus et de leurs formats de production permet de questionner ces promesses.

Problématique :

Transformation du journalisme

Le cadre problématisant de cette étude de cas⁵¹⁸ est celui de travaux récents sur les transformations et la dispersion (au sens foucauldien du terme) du journalisme en général (Ringoot & Utard, *idem* ; Augey *et al.*, 2008). Les études à visée empirique menées à La Réunion s'inscrivent dans plusieurs programmes consacrés aux changements de l'activité « journalisme ». Cet objet est considéré comme une activité sociale, historiquement constituée et évolutive – qui peut échapper aux seuls groupes professionnels des journalistes – et qui est abordée au sein du même champ disciplinaire des SIC. Il s'agit ainsi de l'appréhender par l'ensemble des discours produits par plusieurs acteurs appartenant ou non à la profession. Ainsi, la démarche « *joint volontiers à l'analyse du produit l'observation des producteurs : journalistes, médias, sources et communicateurs.* » (Augey *et al.*, *idem* : 13). L'aspect collaboratif des sites étudiés permet d'élargir l'analyse - dans d'autres travaux que ceux dont nous rendons compte ici - vers le public récepteur, et à son tour acteur profane de la production journalistique.

On postule que l'apparition de nouvelles potentialités techniques ne provoque pas de ruptures immédiates de production ou de pratiques journalistiques. Relevant davantage d'un processus de transformation permanente du journalisme local que d'une révolution technologique disruptive, les nouvelles logiques éditoriales locales revêtent « *des formes partagées – mais non moins organisées – entre expertise journalistique « classique », communication institutionnelle ou publicitaire, et intervention collaborative et ordinaire d'usagers (au sens où de Certeau et Giliard, 1983, l'utilisent)* » (Idelson, 2009 : 302).

In globo, la présente recherche se situe dans une certaine continuité de travaux anciens ou récents sur le journalisme (synthétisés par Neveu, 2004) et qui ont « *participé du mouvement général des sciences humaines et sociales passant des modèles structuraux vers l'étude des interactions* » (Ringoot & Utard, *ibid.* : 13).

S'agissant d'analyse des discours produits par les promoteurs des sites d'information, la recherche utilise l'approche théorique critique de l'Internet initiée déjà depuis une dizaine d'années (Wolton, 1999 Breton, 2000). Les discours « enchanteurs », imprégnés, entre autres, d'une « croyance » cybernéticienne, et empreints de déterminisme technique, à propos du « web 2.0 » et à présent du « web 3.0 » (Rebillard, 2007), sont ainsi examinés d'un point de vue plus distancié, extérieur à toute apologie technophile comme à toute méfiance

517 Il s'agit du slogan de lancement du site *Linfo.re* qui fait partie de notre corpus. La promesse n'est pas nouvelle si on se souvient – bien que les contenus éditoriaux ne soient en aucun cas comparables – du titre du journal collaborationniste *Je suis partout...*

518 Etude de cas s'inscrivant dans une recherche plus vaste sur l'histoire et les transformations des médias d'information réunionnais dans le cadre des programmes du LCF/UMR 8143 du CNRS/Université de La Réunion.

technophobe. Par ailleurs, la mise à distance des discours prophétiques a souvent permis d'en dégager les racines idéologiques (Mattelart, 1999).

Deux sites, objets d'observation : Linfo.re et Zinfos 974

Dispositif, discours de producteurs, produits (synthèse)⁵¹⁹

Linfo.re

Le site *Linfo.re* est lancé en février 2009 par la chaîne privée locale Antenne Réunion, première audience de l'île⁵²⁰. Il appartient au groupe Antenne Réunion qui oriente sa stratégie de développement en direction d'internet (*Linfo.re* coexiste avec trois autres sites de la chaîne qui possède également des parts dans un site d'annonces immobilières et dans un autre communautaire), ainsi que de la télévision numérique terrestre (prévue dans l'île en 2011). Dans un discours promotionnel, le modèle économique de la diversification multimédia des supports est mis en avant par le patron de l'entreprise :

« Alors qu'Antenne Réunion est devenue une love mark c'est l'opportunité pour nous de renforcer et d'enrichir les liens avec les Réunionnais »⁵²¹.

Deux journalistes de la rédaction télé ont été détachés pour officier essentiellement sur le site *Linfo.re*. Installés au centre du *desk*, dans un espace baptisé « ilot web », ils sont au cœur des interactions de la rédaction, pouvant intercepter tel ou tel sujet produit pour alimenter le site. *Linfo.re* n'assure ainsi qu'une petite partie de son *contenu web*, réinvestissant la plupart du temps les ressources des JT (de la mi-journée et de la soirée) de la chaîne. Lorsqu'ils sont sur le terrain pour préparer les sujets du JT, les JRI⁵²² ont pour consigne de correspondre avec le responsable du site d'information. Mais, dans la pratique, absorbés par leur tâche, ils rapportent des images à la rédaction pour faire face à l'urgence du JT, puis les proposent éventuellement au site. Sollicités par le responsable éditorial du site, il peut leur arriver d'envoyer immédiatement des photos destinées à la mise en ligne. Ils utilisent alors leur téléphone mobile et leur ordinateur (avec la technologie 3 G) pour acheminer les informations urgentes (le plus souvent des faits divers). L'information a alors « deux vies »⁵²³ ; celle transmise rapidement par texte et photo à partir du terrain. Puis une autre, en images, lorsque le journaliste revient à la rédaction pour monter son sujet. Le responsable de la rédaction souligne à ce propos la faible qualité de photos « pixellisées » qui lui sont transmises par téléphonie mobile. L'équipement technique ne permet pas pour l'instant l'envoi de vidéos en direct.

Chef d'orchestre éditorial, le responsable du *desk web* assure la coordination des journalistes de la rédaction de la chaîne sur le terrain, mais reste lui-même sédentaire. Il alimente le contenu de son site en fonction de plusieurs paramètres : les reportages rapportés par les JRI, les taux de fréquentation des internautes, et les flux de l'AFP à laquelle le groupe est abonné.

519 L'enquête qui a servi à alimenter cette analyse en données est composée d'observations *in situ* des rédactions web, d'entretiens avec des journalistes web, des responsables de sites, des internautes réunionnais installés en métropole. Des corpus événementiels (observation *in vivo* d'événements particuliers) ont également été captés à l'aide de veille numérique et analysés. Compte tenu de la place impartie, seule une partie de ces données est exploitée ici. Une montée en généralité ne peut intervenir qu'après la confrontation à d'autres contextes et d'autres focales analytiques ; c'est ce type d'approche compréhensive – le sens que les acteurs donnent à leurs actions y est considéré – qui permet ensuite d'interroger les modèles établis dans d'autres situations occidentales.

520 Médiamétrie, avril 2010.

521 Interview sur *Linfo.re* de Christophe Ducasse, pdg du groupe Antenne Réunion, 9/04/2009.

522 JRI : Journaliste reporter d'images.

523 L'expression est utilisée par Laurent Ample, responsable du site *Linfo.re*, qui reconnaît et déplore la faible qualité des photos pixellisées transmises dans l'urgence (entretien réalisé à la rédaction de *Linfo.re*, 2/04/2010).

La fréquentation du site est ainsi scrutée en permanence, et conditionne le propre contenu éditorial :

*« C'est un peu un cercle vicieux : si je m'aperçois que tel fait divers génère de la fréquentation, je vais le positionner en page centrale, mais, du coup, cette information sera plus consultée que d'autres ».*⁵²⁴

Deux outils d'analyse sont utilisés : le logiciel *Charbeat* qui permet en temps réel d'observer quelles pages ou quelles zones sont consultées, et l'analyse d'audience *Google Analytics* qui livre différents paramètres : nombre d'internautes, nombre de pages « cliquées », temps de consultation, synthèse géographique, etc. Ces données constituent autant d'arguments pour les annonceurs.

Il est cependant complexe d'établir des statistiques moyennes : les chiffres de fréquentation varient selon le jour et l'heure. L'origine géographique des internautes est également difficile à définir : des internautes basés à La Réunion pouvant utiliser un serveur national (avec un suffixe .fr). En moyenne, 30 à 40 % des connexions des 15 000 internautes annoncées seraient extérieures à l'île. Mais afin de ne pas dissuader les annonceurs provenant essentiellement de La Réunion, les opérateurs du site préfèrent rester discrets sur ce pourcentage⁵²⁵.

Concernant l'aspect collaboratif du site, le dispositif prévoit un espace classique de réactions des internautes. Le responsable du site fait également office de médiateur et supprime les attaques excessives et les diffamations « quand il le peut ». En matière de contenu, la place réservée à l'actualité de la diaspora réunionnaise installée hors de l'île reste relativement limitée.

« Nous avons quelques collaborations avec des sites comme Réunionnais du monde ou Nout'Réunion dont nous reprenons les informations. Des associations nous contactent également, mais une fois que tu as annoncé le spectacle de tel ou tel chanteur, tu ne peux pas répéter l'info indéfiniment ».

Peu à peu, des transformations éditoriales interviennent : la maquette du site est régulièrement renouvelée avec des changements de couleur. Le JT d'Antenne est accessible en ligne (via un lien à un autre site du groupe) après sa diffusion sur la chaîne, ce qui permet, comme le reconnaît le responsable du site, d'augmenter les temps de connexion.

Mais, d'une manière générale, le slogan diffusé en générique de la fin du Journal télévisé, « l'info continue en direct et en vidéo sur www.linfo.re », n'apparaît guère encore effectif.

« Nous ne sommes que deux : la première chose que je fais dès que j'arrive le matin à 6 heures, est de réactualiser les dates des sujets locaux, les sujets nationaux sont alimentés automatiquement en permanence par le flux AFP : il faut que les internautes aient l'impression que le site fonctionne vraiment 24 h sur 24 ».

Zinfos 974

Créé en septembre 2008, dans la continuité du blog d'opinion de son promoteur, ce média essentiellement en ligne semble connaître un développement rapide. En quelques mois, l'organigramme de la rédaction s'est étoffé, passant d'un à sept journalistes dont un employé à mi-temps. Son créateur, Pierrot Dupuy, issu de la PQR réunionnaise à laquelle il collabore depuis une trentaine d'années, annonce un « journalisme qui dénonce, qui réagit, qui ose dire ». L'information présentée comme étant « en continu » est essentiellement composée de sujets locaux, complétée parfois de nouvelles nationales, « quand cela peut intéresser les Réunionnais, comme l'annonce de la vente des médicaments sur internet » et plus occasionnellement régionales.

⁵²⁴ *Idem*, entretien L. Ample.

⁵²⁵ Durant la journée du 1^{er} avril 2010, des internautes en provenance de 64 pays ont été comptabilisés en consultation du site par *Google Analytics*. Les enquêtes Médiamétrie internet (audience, analyse de trafic, etc.) ne sont pas encore effectives à La Réunion. L'institut Ipsos a tenté une mesure d'audience des sites d'information locaux, mais les résultats ont été contestés par les intéressés (« Web, le prix de l'info », *Le Quotidien*, 15/09/2009).

Le « Blog de Pierrot », composé essentiellement de commentaires politiques, suscite des réactions assez nombreuses (comparées à celles des autres sites réunionnais) des internautes. Le positionnement du média est présenté de la sorte :

*« Il y a trois niveaux, mon blog qui est un blog d'opinion, qui relate mes opinions d'homme de droite que tout le monde connaît, le site qui est neutre, et les commentaires des zinfonautes qui sont divers, à droite comme à gauche (...) Par ailleurs, j'ai fondé une association qui lutte contre la corruption, et par son intermédiaire, j'ai porté plainte contre un certain nombre de personnalités de tout ».*⁵²⁶

Une attention est portée à cet espace blog, où « dès le départ », une relecture rapide des posts⁵²⁷, permet aux internautes d'échanger des arguments, « presque à la vitesse d'un forum, mais en étant modéré quand même ».

Les différents « commentaires sur les commentaires » ou sur les « affaires » proposés par Pierrot Dupuy génèrent ainsi du flux, et leur instigateur, qui n'hésite pas à se transformer en rhéteur, reconnaît un certain goût pour la polémique :

« Créole y aime batay coq » (Les Réunionnais aiment bien les combats de coq, les escarmouches).

Une moyenne de 15 000 internautes/jour est également annoncée (avec des pointes de 17 000 pendant les élections régionales de mars 2010), dont parfois un pourcentage nettement plus important pour le blog.⁵²⁸

Compte tenu de la position dominante d'un fournisseur d'accès national, il est également difficile d'établir une géographie des internautes. Selon le promoteur du site, ces internautes proviendraient en grande partie de La Réunion. Ces cyber-lecteurs réunionnais constitueraient également la quasi-totalité des auteurs des réactions postées sur le blog ou sur la partie information générale du site.⁵²⁹

Comme pour le site *Linfo.re*, la temporalité propre au média web peut être observée. Les informations sont transmises au secrétaire de rédaction qui, selon leur format, les insère plus ou moins rapidement en ligne. Munis d'une caméra légère à disque dur intégré, d'un ordinateur et d'une clef 3 G, les journalistes peuvent, en pratique, être relativement autonomes pour envoyer textes, photos ou vidéos. Dans les faits, on constate le plus souvent un différé impliqué par les différentes étapes techniques à réaliser : transmission des fichiers, conversion aux différents formats⁵³⁰. L'utilisation de la vidéo en direct est évitée : en cas d'événement d'actualité « chaude », des images brutes peuvent être envoyées, sans montage et sans voix off, mais la qualité de la production s'en trouve alors altérée. Par ailleurs, le rédacteur en chef du site considère que les capacités de débits proposés par les fournisseurs d'accès à La

526 Entretien avec Pierrot Dupuy au siège de Zinfos 974 (12/04/2010).

527 Message, ou contribution, ou article, ou réaction envoyé par e-mail.

528 « Lorsqu'on rédige un article, on a accès en direct aux chiffres de consultation, et il arrive qu'il peut y avoir 5000 consultations du blog contre seulement 500 pour un article d'information », constate une journaliste de Zinfos 974.

529 Quelques enquêtes qualitatives menées auprès d'internautes réunionnais installés en métropole semblent corroborer cet aspect, mais aucune donnée quantitative sur les pratiques de ces internautes réunionnais n'est pour le moment disponible. (Enquêtes réalisées dans le cadre du LCF/UMR 8143 du CNRS, ou enquête mobilité de l'association AMARES, avril 2009, consultable sur le site Réunionnais du monde : <http://www.reunionnaisdumonde.com/spip.php?article2412>)

530 Les vidéos sont montées avec le logiciel Final Cut (format .mov) puis sont converties avec le logiciel Flash Encoder pour être diffusées sur le web (au format Flash Vidéo, .flv, généralement utilisé via le lecteur Adobe Flash Player, ce qui permet d'incorporer les images aux animations Flash du site).

Réunion constituent en l'état actuel des réseaux un frein au développement de la diffusion des vidéos en ligne⁵³¹.

Sur le site, les images vidéo sont donc en majorité constituées d'interviews réalisées en extérieur en plan fixe ou de débats sur tel ou tel thème d'actualité organisés en interne entre des journalistes de la rédaction (généralement entre le rédacteur en chef et le journaliste politique de la rédaction).

Comme sur d'autres sites locaux, les situations de direct sont gérées en ayant recours à la téléphonie mobile.

*« Lors de la visite de Sarkozy à Pierrefonds, j'ai retransmis des photos, et même quelques images en direct avec mon Iphone. J'ai dicté en même temps mon papier par téléphone. Un autre journaliste était présent avec son ordinateur et a envoyé une vidéo et un texte un peu plus tard ».*⁵³²

Résultats (partiels) et conclusion :

La confrontation des discours des producteurs, des dispositifs et des produits permet de constater que si la presse en ligne génère indéniablement des transformations dans la PQR, ces changements ne correspondent pas forcément à la prophétie annonciatrice de multimédias globaux/locaux et instantanés.

Quel serait ce **lieu autre**, territoire universel de diffusion des médias en ligne ? Il semble reposer sur une représentation de nouveaux lecteurs, téléspectateurs, auditeurs, celle d'un public étendu – fantasmé ? – par certains producteurs. Il s'appuie certes sur le phénomène mondial de déplacements massifs et récents de populations et sur les potentialités de relations qui leur sont offertes dorénavant par les Technologies de l'information et de la communication (Tic). Dans certains pays, ou régions comme les DOM, ce mouvement se traduit par un processus de *diasporisation* principalement à destination de la métropole. Il est alors question de « diaspora performée par internet » (Simonin, Watin, Wolff, 2009) ; les Tic inventeraient ainsi une nouvelle catégorisation des émigrés réunionnais en métropole, reliés dorénavant par des réseaux numériques qui rendraient caduques toutes les contraintes de « l'émigration subie » du passé, liées à l'éloignement et à l'isolement. Certes, l'étude des publics des sites réunionnais d'information comme ceux des « réseaux sociaux » numériques, reste évidemment à développer. Mais les données présentées *infra* montrent que la presse en ligne locale se destine plutôt – ne serait-ce qu'en raison du modèle économique sur lequel elle repose – à des internautes majoritairement connectés depuis leur île. Ce constat n'éluide cependant pas le fait qu'à La Réunion, en raison de l'insularité et de l'éloignement avec la métropole, l'observation des médias, traditionnels ou en ligne, permet de s'interroger en permanence sur le rapport entre communication et territoire, entre le *lien et le lieu*, entre *un ici et un ailleurs* emblématiques (Simonin, 2008).

À propos précisément de la **question du lien**, lorsque les promoteurs louent les capacités techniques de leur entreprise à créer du liant entre les internautes, cet aspect participatif concerne davantage ceux qui vivent à La Réunion : les sujets traités sont surtout liés à la vie quotidienne des habitants de l'île, et très peu aux environnements ou aux activités des communautés « diasporées »⁵³³.

La sollicitation constante des internautes, invités à donner « leur avis » sur tel ou tel sujet, y compris dans des formats forum dédiés, révèle des stratégies éditoriales particulières, décrites

531 Grâce aux câbles sous-marins en fibre optique, l'île propose une offre fiable en haut débit, bien qu'un peu moins performante que celle de la métropole. Les 70 % de foyers connectés à Internet le sont dorénavant à majorité en haut débit (Ipsos).

532 Entretien Pierrot Dupuy, *idem*. L'aéroport de Pierrefonds est situé dans le sud de l'île, où a atterri l'avion présidentiel lors de la visite de Nicolas Sarkozy en janvier 2010.

533 300 000 Réunionnais vivraient hors de l'île, tandis que 800 000 habitants sont recensés dans l'île (Insee).

par ailleurs (Idelson, 2008). La pratique collaborative, dans les matériaux présentés ici, s'avère minoritaire en pourcentage d'internautes. Elle est encadrée (par une médiation de fait), voire orchestrée dans le cas de sujets d'opinion (afin d'alimenter le « buzz », et, par conséquent, de générer du flux).

La troisième promesse évoquée a trait à la **temporalité** de l'information numérique : ces objets permettent d'aborder plus précisément le thème du présent des médias, souvent théorisé en termes d'interrelations entre supports et techniques (Vitalis, Tétu, Palmer, Castagna : 2000).

Le rythme de la publication (journalier, hebdomadaire, etc.) de la presse classique ponctue le temps social ; celui de la presse en ligne entend modifier le contrat de lecture, dans le cas présent, de consultations. Au début des années 2000, lors de l'apparition des sites d'information réunionnais, on a pu remarquer une sorte de mimétisme avec les *déictiques de la quotidienneté* de la PQR (Ringoot, 2001 : 297). Le journal en ligne n'était en sorte qu'une version numérisée du journal papier, et qui en adoptait la même construction temporelle. Peu à peu, des actualisations sont apparues au fil de la journée (et non de la nuit), mais, comme on l'a observé, sans rapport avec le direct radiophonique, ou celui de la mise en scène « cérémonielle » de la télévision (Dayan, Katz, 1996). Le présent de l'information locale en ligne n'apparaît pas encore effectif, il n'exploite nulle *occurrence* (au sens utilisé par Ricoeur), qui pourrait être rendue publique à l'instant où elle se produirait. Les sites d'information réunionnais en ligne devancent la temporalité des versions papiers, mais en empruntent toujours les rites et les formats. Les vidéos constituent certes un apport, mais comme un supplément, comme un « bonus » qui rappellerait un peu la façon dont certains éditeurs de presse glissent un dvd dans leur publication spécialisée, dans une logique promotionnelle. Ainsi, plus que l'assurance d'une omniprésence de l'actualité, c'est finalement la possibilité d'un accès à l'information en tout lieu que les détenteurs d'abonnements spéciaux à la téléphonie mobile peuvent obtenir⁵³⁴.

À La Réunion, les promesses techniques de l'instantanéité du *Rich Media* ne sont pas encore tenues pour des raisons de coût (humain et matériel), et d'infrastructures (débit encore insuffisant des bandes passantes). Alors que dans les discours technicistes des promoteurs, on retrouve le ton enchanteur des technophiles, annonçant toujours des jours meilleurs :

*« La presse écrite est morte. Nous allons les griller. Puis nous lancerons une web radio et une web télé, avec une régie numérique. Tout cela peut s'effectuer avec des investissements moindres ».*⁵³⁵

A contrario, face à ces effets d'annonce, il ne serait sans doute guère plus justifié de céder à une technophobie réductrice. Les médias d'information en ligne conquièrent chaque jour de nouvelles adhésions (d'internautes, d'annonceurs, voire d'actionnaires). Mais les progrès de la technologie ne suffisent pas à l'expliquer : d'autres paramètres sociaux, historiques, économiques peuvent être avancés⁵³⁶. Les modèles économiques reposent sur une expérience ancienne des stratégies locales de presse. Ainsi, *Linfo.re* poursuit une logique de développement de groupe multimédia, tandis que *Zinfos 974* s'inscrit dans une tradition

534 Grâce à la technologie WAP (*Wireless Application Protocol*) qui permet l'accès à des services internet depuis un téléphone portable.

535 Entretien P. Dupuy, *idem*. Ironie des nouvelles technologies : pour transmettre en direct au Secrétaire de Rédaction le texte qui accompagne la photo, envoyée instantanément par téléphonie mobile, les rédacteurs dictent leur papier au téléphone, à l'instar des reporters de *Paris-Soir* qui, avant-guerre, énonçaient également leurs feuillets par téléphone depuis le lieu de reportage, aux sténos de presse de la rue Réaumur...

536 Le caractère ancien de l'émigration réunionnaise en métropole, par exemple, montre bien qu'en matière de liens entretenus par la diaspora et l'île, les réseaux techniques n'expliquent pas les réseaux sociaux.

d'opinion, propre à la presse réunionnaise depuis ses origines. Le message médiatique se construit au sein d'un espace de normes définies par les journalistes (Breton, 1995 : 74). Avec la pratique du cyber-journalisme, on constate une plasticité plus grande de ces normes qui évoluent vers d'autres cadres communicationnels. Ceci n'empêche pas les producteurs de les présenter comme étant toujours constitutives de la profession. Les médias en ligne ne sont donc ni « nouveaux », ni « anciens » ; ils participent au processus de transformation permanente du journalisme en général, et du journalisme local en particulier. C'est la raison pour laquelle l'approche généalogique et historiographique de ces webmédias locaux doit sans doute être approfondie (Idelson, 2006).

Si l'on considère le journalisme comme une pratique sociale, cette observation, très succincte et focalisée sur la question des perspectives liées aux innovations techniques, permet de fait de penser les enjeux de la transformation. L'activité « Journalisme » traverse des sphères sociétale, politique, idéologique, culturelle et technologique, elles-mêmes en mouvement et, par conséquent, en *invention* (Ringoot & Utard, *ibid.*). Ainsi les études sur le journalisme se déclinent de plus en plus au pluriel : elle peuvent concerner les pratiques discursives, les dispositifs de production avec leurs normes induites elles aussi en variation, les contenus analysés par une approche sémiotique, les logiques économiques entrepreneuriales, organisationnelles, les publics, ou encore la sociologie des professionnels patentés comme celle des producteurs *ordinaires* ou profanes (bloggeurs, cyber-lecteurs)... Dans cette perspective, les médias réunionnais qui produisent un effet « loupe » au sein d'un petit territoire, s'avèrent particulièrement heuristiques à analyser.

Bibliographie

- Appadurai A. 2001, *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Payot, Paris.
- Augey D., Demers F., Tétu J-F., (s/d), 2008, *Figures du journalisme, Brésil, Bretagne, France, La Réunion, Mexique, Québec*, Presse de l'Université de Laval, Québec.
- Breton P., 1995, « La presse régionale entre le fait universel et le commentaire local », *Études de communication*, n° 17, pp. 73-89.
- Breton P., 2000, *Le culte de l'internet*, La Découverte, Paris.
- Certeau (de) M. & Giard L., 1983, *L'ordinaire de la communication, rapport au ministère de la Culture*, Dalloz, Paris.
- Damian B., Ringoot R., Thierry D., Ruellan D., (s/d), 2001, *Inform@tion.local. Le paysage médiatique à l'ère électronique*, L'Harmattan, Coll. « Communication et Civilisation ».
- Dayan D., Katz E., 1992, *La télévision cérémonielle*, Paris, Puf.
- Ferenczi T., 1993, *L'invention du journalisme en France*, Plon, Paris.
- Idelson B., 2006, *Histoire des médias à La Réunion, de 1946 à nos jours*, Le Publieur, Paris.
- Idelson B., 2008, « Médias en ligne en contexte réunionnais : stratégies de presse », *Enjeux et usages des Tic, Médias et diffusion de l'information : vers une société ouverte*, (s/d M. Meimaris & D. Gouscos), Tome 1, Gutenberg, Athènes, pp. 249-260.
- Idelson B., 2009, « Partout, tout le temps ! ». *Presse régionale en ligne : dispositifs et stratégies éditoriales multimédias. Le cas de La Réunion*, H2PTM'09, Hermès-Lavoisier, pp. 299-312.
- Mattelart A., 1999, *Histoire de l'utopie planétaire. De la cité prophétique à la société globale*, Paris, La Découverte.
- Neveu É., 2004, *Sociologie du journalisme*, La Découverte, Paris.

- Rebillard F., 2007, *Le web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*, L'Harmattan, coll. Questions contemporaines.
- Ringoot R. & Utard J-M., 2005, *Le journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Presses Universitaires de Rennes, ResPublica.
- Ringoot R., 2001, « L'information perpétuelle », *Inform@tion.local. Le paysage médiatique à l'ère électronique*, L'Harmattan, pp. 293-305.
- Simonin J., 2008, « Médias indo-océaniques et ethnogénéricité », *Journalismes dans l'océan Indien. Espaces publics en questions*, (s/d B. Idelson), L'Harmattan, coll. « Communications et civilisations », pp. 37-52.
- Simonin J., Watin M., Wolff É., 2009, « Comment devient-on Réunionnais du monde ? Une diaspora performée par internet », *Tic et Société*, vol.3, n°1-2 : <http://ticetsociete.revues.org/653>
- Rebillard F., 2007, *Le web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*, L'Harmattan, Questions contemporaines.
- Watin M., 2005, *Les espaces urbains et communicationnels à La Réunion. Réseaux et lieux publics*, L'Harmattan.
- Vittalis A., Tétu J-F., Palmer M., Castagna B., (s/d), 2000, *Médias, temporalités et démocratie*, Paris, Apogée.
- Wolton D., 1999, *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Flammarion, Paris.