

Le Monde et Le Monde.fr : de la nécessité d'un tiers

Cécile DOLBEAU-BANDIN

Docteur-chercheur en sciences
de l'information
et de la communication
cdolbeau@wanadoo.fr

« La matérialité de l'écrit s'est déplacée vers l'outil : plus de taches d'encre sur les doigts, mais une boîte, objet d'un certain volume, pourvu d'un écran et d'un clavier ; tout cela n'est que quincaillerie, autrement dit hardware. L'écriture s'est éloignée du corps et de la matière picturale pour intégrer les circuits de la technique, de l'électronique. Des sens concernés, ne reste que l'œil qui a pris un ascendant certain sur les rapports face-lecture et main-graphie. La mutation corporelle est radicale : l'écrit ne s'adresse plus à la main que pour la frappe et la sphère du regard se disperse en trois espaces distincts (écran, clavier et document) qui ne requièrent pas les mêmes processus cognitifs. »

Emmanuel Souchier (1996)

L'écrit d'écran, pratiques d'écriture et informatique

Depuis 1995, le quotidien *Le Monde* s'est engagé dans l'expérimentation de l'Internet et de ses différents outils. Or au *Monde*, les technologies qui ne passent pas par le « papier » sont souvent regardées avec une certaine suspicion. Les tentatives de passage à l'électronique se sont soldées par des résultats en demi-teinte, faute d'investissement et de concept rédactionnel approprié. Dans cette expérience, comme le note Patrick Éveno (2004), « nous retrouvons les démons favoris du *Monde*, qui pendant

vingt ans tenta de gagner de l'argent sans investir et sans accepter une démarche commerciale, tout en cherchant une éthique moraliste et puritaine¹ ».

Face à ce constat, plusieurs questions se posent : quelles relations *Le Monde* entretient-il avec son extension Web ? quelle stratégie de développement *Le Monde SA* adopte-t-elle ? quels sont les effets de cette mise en ligne (MEL) sur les pratiques journalistiques ? y a-t-il concurrence – ou au contraire complémentarité – entre le quotidien papier et son site Web ? Une dizaine d'années plus tard, quel bilan peut-on faire de cette mise en ligne ? Globalement, cette mise en réseau a connu cinq phases distinctes : 1. une phase d'expérimentation (1995-1998) ; 2. une phase de concrétisation (1998-2000) ; 3. une phase de développement (2000-2001) ; 4. une phase de restructuration (2001-2002) ; 5. une phase de fidélisation (2002-2005).

Comment avons-nous, au plan méthodologique, procédé pour étudier ces différentes séquences de développement ? Pour les périodes de 1995 à 1999, nous nous sommes basée sur diverses sources documentaires². Pour la période 2000-2001, nous avons mis en place une triangulation de recueil de données. Tout d'abord, nous avons eu recours à l'observation participante dite « périphérique » au sein des rédactions du quotidien *Le Monde* et de sa rédaction Web. Nous avons alors le statut de stagiaire, mais nous ne participions pas directement à la vie de ces deux rédactions.

Ensuite, nous avons procédé à une observation dite « active » à la rédaction en tant qu'animatrice-modératrice des forums de discussion du *Monde*. Enfin, nous avons mené des entretiens individuels non-directifs « centrés³ » où nous avons notamment interrogé le président du directoire, le directeur de la publication, le directeur de la rédaction, le secrétaire général de la rédaction, la responsable de la communication, certains responsables de rubriques (« International », « Régions », « Culture », etc.), quelques journalistes du quotidien *Le Monde*, l'ensemble de ceux du *Monde.fr*, des membres de l'interface et de la cellule multimédia, des webmasters et des animateurs-modérateurs des forums de discussion.

Pour la période 2002-2005, nous n'avons pas eu accès aux deux rédactions. Nous contactions à distance (courriel et téléphone) nos informateurs-clés au sein de la rédaction du *Monde* et celle du *Monde.fr*. Nous avons également étudié le site du *Monde* (sa forme et son contenu) de janvier 2000 à mai 2005. En somme, nous avons privilégié dans le cadre de cette recherche les acteurs mêmes de cette MEL et les produits journalistiques du *Monde.fr*.

La période d'appropriation (1995-1998)

Pour cette première période, nous nous sommes essentiellement fondée sur un ouvrage de Patrick Éveno⁴ ainsi que sur des documents internes au Monde SA. Nous avons aussi interrogé la direction du Monde SA pour nous raconter les débuts du Monde.fr. En 1995, Le Monde SA ouvre un site autonome (« www.lemonde.fr ») qui offre des dossiers thématiques (en plus de la Une) et qui permet la consultation payante des archives du support papier via l'abonnement à Compuserve, Infonie ou un porte-monnaie électronique. Cette première phase s'enrichit des enseignements tirés de l'usage du Minitel⁵. La première Une du Monde.fr sur le Web voit ainsi le jour le 19 décembre 1995, quelque 50 ans après la naissance du *Monde*.

À l'automne 1996, la direction du journal négocie avec les représentants syndicaux un accord sur la cession et la rémunération des droits d'auteurs des journalistes pour la diffusion par voie électronique ou informatique du journal et de ses produits. Cet accord garantit aux journalistes professionnels et aux pigistes une rémunération collective et non hiérarchisée en échange du droit d'auteur individuel. L'assiette des sommes à répartir entre les journalistes est basée sur la recette nette des ventes hors publicité. Pour les textes diffusés par *Le Monde* en ligne, la rémunération est de 5%. Pour les produits dérivés (cédérom), elle est de 10% et de 12% pour les autres produits. Cet accord comble le vide juridique concernant la nature de l'œuvre intellectuelle des journalistes. Il est le premier de la profession⁶, ce qui confirme la tradition sociale de cette entreprise.

Premières incertitudes

L'extension Web fait partie intégrante de la politique de développement du Monde SA⁷ : « *Nous ne pouvons pas être en dehors de cette nouveauté [l'Internet]* » (le secrétaire général). Mais la direction s'interroge : « *Qu'est-ce qu'on met sur le Web ? Qu'est-ce qu'on fait ? N'y a-t-il pas un risque de cannibalisation ?* » (le directeur de la rédaction). « *Est-ce qu'il est possible de faire co-exister les deux supports ? [...] Nous voulons que le site se recentre sur le journal Le Monde* » (le secrétaire général). L'annonce du lancement du site et de sa rédaction ne fera pas l'objet d'une annonce officielle : « *Il n'y a pas eu de communication interne pour la création du site et de sa rédaction. Avec la Société des Rédacteurs, l'information passe très vite !* » (la responsable de la communication). La direction du journal opte dès le début de l'expérience pour une production sur le Web sans la confier aux journalistes du Monde : « *Il n'y a pas de réticence du Monde vis-à-vis*

du Monde électronique. Je n'ai pas l'impression que ce soit mal vécu. Seulement ce sont deux cultures qui ont du mal à co-exister ensemble et surtout qui ne cohabitent pas ensemble ! » (le secrétaire général).

À cette époque, *Le Monde* en ligne est une simple séquence du journal, doté d'un statut particulier, de peu de moyens financiers et humains. La rédaction consacrée au Web se développe lentement. Mais la ligne rédactionnelle semble être mal définie : personne ne sait à cette époque si le site doit être une simple copie du journal papier sur l'écran ou s'il doit se présenter comme une nouvelle formule spécifiquement adaptée pour le Web. Quoi qu'il en soit, le service consacré à cette MEL se trouve isolé du reste de la rédaction traditionnelle. Ses rédacteurs mettent sous pages Web les données fournies par le journal papier et n'écrivent qu'occasionnellement. Ils revendiquent une présence dans la rédaction papier et une reconnaissance de leur statut.

La période de concrétisation (1998-2000)

Jean-Marie Colombani, président du directoire du *Monde*, estime qu'il faut changer l'approche du *Monde* sur le Web. Un voyage d'étude aux États-Unis lui permet d'analyser les diverses approches rédactionnelles et techniques des quotidiens américains et d'envisager une transformation du site français. Un rapport destiné aux actionnaires insiste sur la nécessité de réaliser un journal spécifique fait pour l'écran tout en respectant les valeurs acquises par le papier (fiabilité des informations, qualité de l'écriture ou pertinence des choix). La concrétisation de ce projet aboutit le 23 avril 1998⁸ à la naissance d'une filiale dédiée à l'Internet⁹ : Le Monde Interactif ou MIA¹⁰.

Cette filiale, présidée par Alain Giraudo, devient opérationnelle au début de l'année 1999. Grolier Interactive Europe, filiale multimédia du groupe Lagardère, entre dans le capital à hauteur de 34%. L'objectif du MIA est d'installer la marque *Le Monde* dans l'univers du multimédia. À cette fin, d'importants investissements sont engagés pour accroître l'audience du site « <http://www.lemonde.fr> » grâce à des outils de gestion dynamique (*Story serveur IV* édité par Vignette) qui assurent une mise à jour quotidienne à partir de juin 1999. La rédaction consacrée au Web se trouve reliée au centre nerveux par un réseau informatique interne. Pour cela, la rédaction Web possède des outils rédactionnels qui permettent une réactualisation permanente des informations.

Un an plus tard, cette rédaction s'agrandit avec la naissance d'un cahier hebdomadaire papier dédié aux nouvelles technologies : *Le Monde Interactif*. Ce supplément papier comporte plusieurs pages

représentant toute l'actualité du secteur des TIC. Les journalistes qui assurent la rédaction de ce supplément mettent aussi son contenu en ligne sur le site du *Monde*. En mars 1999, la filiale déménage dans le 19^e arrondissement de Paris pour se développer et être autonome. Cette filiale se trouve déconnectée physiquement et géographiquement du reste de la société-mère.

La période de développement (2000-2001)

En mai 2000, le quotidien *Le Monde* lance progressivement une nouvelle version de son site sous la forme d'un portail¹¹ baptisé « <http://www.tout.lemonde.fr> ». Ce site-portail représente un investissement de 760 000 euros dont 500 000 sont consacrés à la campagne de communication. Le recrutement d'informaticiens et de journalistes entraîne une augmentation de la masse salariale. Le budget 2000, qui s'élève à plus de 4,5 millions d'euros, doit être revu à la hausse.

L'échec du site-portail

Le site-portail s'organise autour d'une nouvelle maquette et d'une nouvelle navigation. Le portail horizontal reprend les articles papier du *Monde*. L'information se segmente en fonction des différentes rubriques, adaptées pour le Web. L'information répond à des critères spécifiques en matière de hiérarchisation, de présentation et de structure. À l'époque, ce site comporte une double spécificité : l'actualité y est diffusée en continu et elle est réactualisée en permanence. Ce site offre aussi des contenus particuliers (sous forme de dossiers) et des articles du support papier enrichis d'animations et de vidéos. Le portail « Tout.lemonde.fr » comporte huit sites verticaux : *sortir.lemonde.fr* couvre les événements culturels (l'actualité des expositions, de la musique et du cinéma, les horaires de programmation des salles de spectacles dans toute la France, etc.) ; *interactif.lemonde.fr* se consacre aux hommes, aux entreprises, aux découvertes et aux métiers des nouvelles technologies avec des animations pour comprendre leur fonctionnement et leur implication sur la société de demain ; *livres.lemonde.fr* touche à l'actualité littéraire ; *finance.lemonde.fr* s'attache à l'actualité de la bourse et permet de suivre les évolutions boursières et de simuler la gestion de portefeuilles ; *educ.lemonde.fr* traite de toutes les questions liées l'éducation, l'enseignement et la formation ; *immo.lemonde.fr* couvre tout le secteur de l'immobilier ; *voyages.lemonde.fr* s'articule autour de l'évasion, des voyages ; enfin *emploi.lemonde.fr* propose des offres d'emploi et des informations diverses sur l'évolution du marché du travail.

Nous observons aussi des services payants avec une galerie marchande pour des produits allant du domaine culturel (livres, CD, DVD, etc.) aux loisirs (billetterie, voyages) en passant par la gastronomie ; des annonces emploi et immobilier. Des outils de recherche sont également accessibles avec un service d'archives payantes pour accéder à tous les articles publiés dans *Le Monde* depuis 1987, soit près de 550 000 textes. Un moteur de recherche permet de retrouver par mots-clés les articles en accès libre sur le site. Autres choix disponibles : un service de dépêches en anglais, un traducteur en ligne de neuf langues et une édition mobile proposée aux détenteurs d'objets nomades (le Palm Pilot V) sur laquelle les informations sont réactualisées en temps réel. Ainsi, *Le Monde* avec son site portail devient-il un prestataire de services offrant, entre autres, des « produits » sans lien direct avec l'information classique. À partir de l'année 2000, l'objectif sera d'éditer un nouveau site vertical tous les deux mois.

Mais ce portail, rapidement, ne répond plus aux attentes des lecteurs-internautes du *Monde* en ligne. Les courriers adressés à la rédaction par ces derniers traduisent leurs coups de cœur, leurs colères... mais surtout leur attachement au *Monde*. L'effort de diversification des publics, des cultures, des moyens d'expression ne plaît manifestement pas. Au début de l'année 2000, la stratégie du MIA se trouve ainsi remise en cause par les différents acteurs du journal. La direction du *Monde* commande un audit, qui va conduire à envisager une autre stratégie. Or l'affaire se complique à cause du manque de coordination entre les différents décideurs et les craintes initiales demeurent : ne risque-t-on pas de noyer la spécificité du journal papier dans un portail hétérogène et de s'éloigner de la politique éditoriale traditionnelle du *Monde* ? Le trafic du site baisse en novembre 2000, avec 80 000 visites et 424 000 pages vues par jour¹². Ce qui en fait quand même le deuxième site éditorial français. Mais fin 1999, le portail du *Monde* était en tête du classement au plan national¹³.

La période de restructuration (2001-2002)

La direction du Monde SA commence à laisser entendre que le directeur du MIA prend des décisions précipitées. Un changement de direction silencieux et rapide s'effectue au MIA, l'ancien directeur étant détaché en province. Son remplaçant, plus jeune et appartenant au Monde SA, entreprend alors une refonte éditoriale¹⁴ et rédactionnelle du site, cette fois en étroite collaboration avec la société-mère. Le directeur général du *Monde* devient le président du MIA. La direction du Monde SA veut par là même éviter les dérives et, partant, le mécontentement

des journalistes. Dans la nouvelle configuration, le MIA et sa rédaction consacrée au Web sont moins autonomes qu'auparavant. Le principal axe du projet repose sur le lancement d'une véritable interface humaine entre la rédaction du *Monde* et la rédaction Web.

Au cours de notre étude, nous observerons et étudierons six groupes intervenant dans le déroulement de la MEL du *Monde* : les directions du *Monde* et du MIA, les journalistes du *Monde*, la cellule multimédia, les rédacteurs du Monde.fr, les webmestres et les animateurs-modérateurs des forums de discussion et l'interface.

Les directions du Monde et du MIA

Les directions du Monde SA et du MIA jouent comme il se doit un rôle clé dans la maîtrise organisationnelle et éditoriale. Les responsables du *Monde* légitiment leur présence sur le support numérique par un discours d'expertise de l'information fondé sur les savoirs acquis dans la collecte et le traitement de l'information pour la réalisation du support papier. Ils disposent non seulement de personnel qualifié, de techniques journalistiques éprouvées... mais également d'un important réseau de correspondants ainsi que de sources d'informations des plus variées. Les contenus de leur base de données, construite à partir de l'archivage de l'intégralité des articles du titre papier, peuvent en outre fournir une matière non négligeable pour le lancement et la pérennisation du site. Après l'échec et les remous suscités par le portail, la direction veut rattacher la rédaction Web à celle du *Monde* et souhaite que le site soit davantage porteur de la « griffe » du journal : « *Il faut repenser le lien entre Claude-Bernard et ceux du site. Ici, nous pensons avec nos amis (du MIA). Mais nous avons un problème d'immobilier (manque d'espace) et pour le moment nous créons un comité de liaison* » (le directeur de la rédaction).

La direction établit donc une nouvelle ligne de conduite pour l'édition en ligne en créant une réelle synergie entre la rédaction papier et la rédaction numérique par le biais de l'interface dite humaine : « *Nous pensons à la création d'une "instance tampon" [...] afin d'obtenir une meilleure coordination et une meilleure anticipation sur la diffusion de l'information entre le papier et le Web, comme cela s'est produit pour quelques événements ponctuels au cours du dernier trimestre (les Jeux Olympiques de Sydney)* » (le secrétaire général). « *Nous tirons des enseignements de la période du portail. Notre souhait est que ces deux entités collaborent plus. Avec le comité de liaison, nous espérons qu'il s'opère une synergie entre elles* » (la responsable de la communication). « *L'interface est un lien éditorial et un suivi sur la qualité et le sérieux de l'information* » (le directeur de la rédaction).

Le nouveau responsable du MIA est satisfait du site et de son équipe rédactionnelle et se définit comme suit : « *J'encadre l'équipe rédactionnelle et dirige la filiale en produisant du contenu sur les supports numériques et sur le support papier (le Monde Interactif, supplément papier) hébergé par Le Monde* ». Et de résumer ainsi sa stratégie et les objectifs pour le MIA : « *Notre stratégie est de défendre une proximité proche du papier et une spécificité adaptée aux potentialités de l'Internet sur le site. Nos objectifs sont que le site reste le meilleur en termes d'information, qu'il reste un site de référence et qu'il soit rentable pour l'ensemble du groupe. L'Internet développe son propre mode de production et développe le même langage de base : l'écrit. Nous voyons le site et sa rédaction comme un laboratoire du papier-Web !* »

Il accueille favorablement l'interface : « *Il est nécessaire que la complémentarité, indispensable au site et à sa rédaction, se mette en place via l'interface. Ici, l'interface est bien acceptée. Son responsable est fraternel sans être autoritaire. Il pousse les journalistes d'ici vers le haut. Il est crédible puisque que c'est un grand journaliste du Monde. L'interface est un atout considérable pour coordonner les actions et pour jouer la complémentarité entre la rédaction consacrée au papier et celle consacrée au support électronique. Elle permet aussi d'anticiper les événements à couvrir et d'établir des passerelles nécessaires entre ces deux rédactions bien distinctes.* »

Les journalistes du Monde

La Société des rédacteurs occupe une position déterminante dans l'équilibre des pouvoirs internes du quotidien. Les journalistes continuent d'être étroitement associés à la bonne marche du journal. La société incarne l'accession des rédacteurs à la copropriété de l'entreprise à une hauteur initiale de 28% des parts. Ils ont des droits importants : aucune modification statutaire ne peut se faire sans leur accord et la nomination d'un nouveau directeur doit recueillir leur consentement. Ils sont à la fois salariés et actionnaires du *Monde*. Les journalistes du *Monde* se disent comblés par les salaires (environ 4 500 euros bruts par mois), l'intéressement et la restauration de la primauté de leur journal dans la presse quotidienne. Mais ils ont en même temps quelques difficultés à appréhender l'extension Web du *Monde* et de sa rédaction et craignent, entre autres, la porosité de l'espace rédactionnel et de l'espace publicitaire. Cette situation se traduit par l'expression d'états d'âme et par un climat de méfiance. Les conflits de territoire et de présence sont difficiles à résoudre car les locaux du Monde SA ne peuvent plus être modifiés.

Pour beaucoup, le site n'est pas la priorité du moment. Ils ne le consultent presque jamais. Néanmoins, ce sont eux qui expriment le plus de plaintes concernant la version en ligne du journal, l'échec du portail en 2000 n'ayant fait que raviver ce sentiment : « *Ce site est le site du Monde sans l'être* » (un journaliste de la rubrique « Régions »). « *Qu'allons-nous faire ? Comment couvrir l'événement autrement ? En quoi allons-nous nous différencier de la version électronique et vice versa ? Comment dire la même chose d'une façon différente entre le papier et le Web ?* » (un journaliste de la rubrique « France »).

Les rédacteurs du *Monde* alimentent indirectement le contenu principal du Monde.fr par leurs écrits journalistiques. Seulement, aucun de ces journalistes n'est directement impliqué dans la fabrication de la version en ligne du journal papier. Les journalistes du *Monde* reçoivent en juin une prime annuelle pour cette double diffusion en fonction du chiffre d'affaires du site Web.

La cellule multimédia

La cellule multimédia se compose d'un cadre (le chef d'équipe), d'un chef adjoint et d'un employé. Elle est rattachée à la rédaction en chef du quotidien *Le Monde* et se trouve dans les locaux du siège social (5^e arrondissement, Paris). Cette équipe se charge de l'ensemble du transfert des articles vers la rédaction Web et assure aussi celui-ci vers le service de documentation situé au rez-de-chaussée de la maison-mère. Les membres de cette cellule transfèrent aussi *Le Monde* en format PDF pour l'étranger, par exemple vers le Liban. Ensuite, le quotidien est imprimé directement sur papier dans ce pays.

Depuis sa création en 1996, cette cellule est méconnue, voire inconnue, dans les locaux du *Monde*. Son lancement n'a pas fait l'objet d'une communication interne. Le responsable de la structure explique : « *Nous tenons à ce que notre équipe reste inconnue pour éviter tout dérangement.* » Ces membres ne se plaignent pas, ils sont discrets et veulent rester « peu visibles » du reste de la rédaction. Ils n'ont pas de rapports avec les rédacteurs du *Monde* et sont plutôt satisfaits de leurs conditions de travail en raison de leur autonomie.

Les rédacteurs du Monde.fr

Cette rédaction se compose de 15 journalistes, de cinq webmestres, de six animateurs-modérateurs des forums de discussion, d'un correcteur à mi-temps, d'un informaticien et d'une ingénieure réseau. Tous les acteurs de cette rédaction ont des rôles et des fonctions spécifiques.

La rédaction Web joue un rôle clé dans la MEL et dans l'enrichissement du *Monde* en ligne. L'organisation de cette rédaction s'apparente à celle d'un *desk* dans une grande agence de presse internationale : relecture et publication des informations principales produites par les journalistes du *Monde*, organisation de liens vers des sites extérieurs ou des pages internes, recherche de documents, d'éclairage, production d'encadrés, etc. Les journalistes du Monde.fr mettent en ligne *Le Monde* en l'enrichissant et en le rafraîchissant.

Le salaire moyen des journalistes Web se situe autour de 2 000 à 2 500 euros bruts par mois. Les rédacteurs Web ont aussi un statut particulier, différent selon leur origine : les anciens du quotidien restent membres de la Société des rédacteurs du *Monde* alors que les nouvelles recrues, après la constitution des filiales, ne peuvent y adhérer. Ils possèdent une carte de presse. Un chef d'édition vise le BAT (bon à tirer), anime la réunion quotidienne et gère les contenus les plus sensibles du site. Un secrétaire de rédaction aide les chefs de rubriques et valide les papiers de l'après-midi. Deux éditeurs-producteurs insèrent des liens hypertextes internes ou externes, gèrent le sommaire ou le menu (déroulé) et bâtissent des services (résultats du baccalauréat, palmarès des meilleures universités françaises, etc.) pour un public ciblé (lycéens, étudiants, etc.) qui ne sont ni des analyses ni des propos journalistiques.

Les journalistes Web se répartissent les rubriques en ligne en fonction de leurs spécialités : « International » (un journaliste) ; « France » (un) ; « Société » (un) ; « Régions » (un) ; « Entreprises » (trois) ; « Aujourd'hui » (un) ; « Voyages » (un) ; « Sport » (un) ; « Horizons » (un) ; « Culture » (un) ; « Livres » (un) ; « Éducation » (un) ; « Sciences-Nouvelles technologies » (un) et « Communication » (un). Ils peuvent actualiser immédiatement leur rubrique au cours de la journée et ils peuvent aussi être d'astreinte. Dans ce cas, ils écrivent un papier à partir de leur domicile et le lancent, via leur ordinateur portable, sur le site du *Monde*. Ces rédacteurs peuvent construire des dossiers et écrire des articles de fond sur les sujets de leurs compétences. Ils s'occupent aussi de la revue de presse et de la rédaction de *newsletters* variées. Les producteurs-éditeurs sont chargés de l'édition du site, à savoir principalement la mise en réseau des articles du *Monde* papier sur le site et l'animation des différentes rubriques du site (organisation de *chats*, concours et autres événements spéciaux).

Ces journalistes sont conscients du poids prépondérant des rédacteurs du *Monde* et le reconnaissent ouvertement : « *On n'existerait pas sans Le Monde* » (un journaliste de la rubrique « Culture ») ; « *Nous n'avons pas encore n'a pas encore toutes les lettres de noblesse aux yeux des journalistes du*

Monde » (un journaliste de la rubrique « Société ») ; « *Les journalistes du Monde m'impressionnent. Ce sont en quelque sorte des dinosaures ! Je ne suis jamais allée au Monde, je ne les connais pas physiquement* » (une stagiaire) ; « *Le nouveau Monde en ligne est revenu à son métier de journalisme. C'est un retour à l'identité du Monde [...] Le portail dépassait le positionnement initial du journal* » (un journaliste de la rubrique « Finance »).

Pour eux, l'interface est le moyen de nouer des relations avec les journalistes du *Monde* et d'être enfin connus d'eux. La plupart ont une réelle volonté de coopération : « *L'interface est un rapprochement respectif. Bien sûr, nous n'en sommes qu'au début. Le responsable est venu la semaine dernière. Il nous a observés et nous a incités à nous exprimer. C'est en quelque sorte le porte-parole de ce qui domine ici. Il recentre aussi certaines de versions dans notre sens et surtout dans le sens du quotidien. C'est une mission diplomatique délicate !* » (un chef de rubrique) ; « *L'interface est un rapprochement respectif, et en même temps c'est notre porte-parole qui prêche pour notre propre paroisse. Nous avons une légitimité à acquérir !* » (un journaliste de la rubrique « Société »).

Les webmestres et les animateurs-modérateurs des forums de discussion

Les webmestres et les animateurs-modérateurs des forums de discussion créent une relation privilégiée avec le lecteur-internaute. Les quatre webmestres sont souvent comparés aux hommes-orchestre d'un site ou « l'homme-Internet » d'une société. Ils s'occupent des questions techniques, assurent le fonctionnement du serveur qui présente une technologie particulière et nécessite deux personnes à part entière. Ils restituent en termes techniques les demandes des journalistes au service des informaticiens. Ils se définissent comme un maillon entre les rédacteurs et le site. Ils sont en quelque sorte les webmestres éditoriaux du site. En ce sens, ils assurent l'interface avec le public. Ils sont les interlocuteurs à la fois des journalistes et des lecteurs-internautes. Dans l'ensemble, les webmestres regrettent l'isolement du MIA : « *Il n'y a aucun contact entre Le Monde et le MIA. Alors qu'au Washington Post, la cellule journalistique qui gère le site est au centre de la rédaction ! Ici, nous faisons l'inverse et c'est bien nuisible au site et à sa rédaction !* » (le responsable des webmestres). Les webmestres connaissent l'existence de l'interface et de son rôle mais ils s'interrogent : « *Que peut-elle apporter concrètement à la rédaction Web ?* » (le responsable des webmestres).

L'équipe des animateurs-modérateurs se compose d'un ancien rédacteur en chef du *Monde*, d'un rédacteur Web et de quatre étudiants. Ils s'occupent des forums de discussion du *Monde* et veillent au respect

de la charte d'utilisation et peuvent à ce titre animer, supprimer des contributions ou des fils de discussion et, parfois même, exclure des utilisateurs. Leur rôle est également de hiérarchiser, d'orienter, de classer les contributions et les fils de discussion. Ils peuvent aussi lancer de nouveaux débats ou intervenir dans ceux existants (en répondant par exemple à certaines questions) Ils se rencontrent au cours d'une réunion mensuelle pour faire le point. Ces étudiants, en période d'essai, ont le statut d'auteur. Leur rémunération brute mensuelle est de 450 euros. Ces nouveaux animateurs n'ont pas reçu de formation pour effectuer leurs tâches quotidiennes : une simple démonstration encadrée par le responsable et son adjoint a été jugée suffisante. Le Monde SA leur rembourse leurs connexions à l'Internet et ont accès à distance au logiciel gérant les forums à l'aide d'un mot de passe. Ils travaillent en moyenne 2 à 3 heures par jour. Un roulement permet d'assurer l'animation des forums sept jours sur sept. Ils se répartissent les rubriques en fonction de leurs domaines de compétence et de leurs centres d'intérêt. Un des responsables nous expose brièvement la stratégie du MIA qui est de créer des liens avec le journal pour ces forums : *« Ce que veut la direction du MIA, c'est plus d'animation ! Plus deancements de sujets ou plus exactement de sujets factuels qui attirent sur l'information mise en ligne. Elle veut y gagner en qualité et que cela ne devienne pas n'importe quoi ! Les débatteurs ont décidé de faire partie de la communauté du Monde ! »*

L'interface

Les deux rédactions, qui ne partagent pas les mêmes locaux, organisent leur activité en commun au travers d'un service spécifique de la rédaction en chef : l'interface humaine. Elle se charge de guider et de piloter la rédaction Web en les gérant sur le plan rédactionnel *via* la rédaction du *Monde*. L'interface ne compte que trois personnes : un responsable (ancien rédacteur en chef du *Monde*) et deux employés. Ils ont pour mission de créer un lien entre ces deux rédactions éloignées géographiquement. Par exemple, ils informent par messagerie électronique ou par téléphone la rédaction Web des changements de dernière minute ou les dossiers susceptibles de compléter tel ou tel article.

Le responsable de l'interface s'efforce de rester très respectueux des traditions de ces deux groupes de journalistes. Il précise : *« Je ne suis pas leur rédacteur en chef, là-bas, ils ont leur autonomie. Je leur dis ce qui se dit ici et je leur téléphone pour leur donner la tonalité d'ici. »* Ses membres essayent de faire accepter aux journalistes papier que la rédaction Web est une rédaction complémentaire qui n'est pas concurrente et qui peut

dans certains cas apporter sa spécificité au *Monde* : « Il faut faire accepter l'autonomie du site et de la rédaction Web tout en conservant la facture *Monde* sans contrainte et à distance. L'interface représente une entité donnée dans une autre entité » (le responsable de l'interface) ; « Nous essayons de faire accepter l'existence et la nécessité de ce site et de sa rédaction comme une limite commune aux deux rédactions (papier et électronique) qui permet des échanges d'informations et de conseils entre ces deux rédactions bien distinctes » (un des deux employés).

Les membres de l'interface assurent trois fonctions essentielles : une activité de veille sur l'information en assistant à toutes les conférences de rédaction du *Monde*, en surveillant les fils d'agence afin d'alerter au plus vite la rédaction Web sur les derniers changements et sur ce que *Le Monde* est susceptible de fournir en plus de la simple réutilisation de ses articles (document *in extenso*, articles d'archives, prépublication d'articles, expertise sur un sujet, etc.). En somme, une activité dite « diplomatique » qui consiste à mettre en relation les rédacteurs de la rédaction Web et celle du *Monde* papier. Autrement dit, l'interface essaye d'arrondir les angles entre les deux rédactions et essaye de favoriser des collaborations plus étroites et une activité stratégique qui consiste à imaginer les évolutions du site à moyen et à court terme pour le contenu (le dossier à suivre, la façon de traiter un sujet, la présentation de l'information en ligne, etc.).

Une mise sous tutelle ?

Nous sommes donc en présence de deux types de profils professionnels forts distincts : les rédacteurs du *Monde* et ceux du *Monde*.fr. Ces deux groupes de journalistes n'ont pas la même vision des défis du moment et n'ont pas non plus les mêmes objectifs. D'un côté, les journalistes papier cherchent à maintenir une identité permanente, prépondérante et différentielle. Ils réussissent à repousser cette MEL qui leur apparaît comme une contrainte. Leur force vient du fait qu'ils sont les plus anciens, actionnaires et salariés et qu'ils font la notoriété du *Monde*. Ils connaissent aussi l'objectif de la direction : sauvegarder à tout prix l'image du *Monde* transposée sur le Web, attirer de nouveaux lecteurs et rendre rentable ce site. L'analyse montre ainsi que le pouvoir est toujours dans les mains de ces rédacteurs.

Face à ce pouvoir, les journalistes Web ont du mal à se constituer une identité propre, à trouver leur place, à définir leur rôle et à nouer des échanges avec la partie « adverse ». Pour eux, le site doit leur permettre de se faire connaître et de se faire reconnaître comme travaillant pour *Le Monde*. Il s'ensuit une lutte d'influence, autour de cette MEL, à la

fois véhiculée et temporisée par l'interface. La force de l'interface est de réussir à légitimer ses communications généralisées (écoute, respect, conseil) via *Le Monde*. Son pouvoir s'appuie sur la compétence politique et relationnelle de son responsable : rédacteur en chef et envoyé spécial du *Monde*.

Lemonde.fr « relooké »

En ce qui concerne le site « <http://www.lemonde.fr> », la nouvelle page d'accueil offre les informations essentielles au moment de la connexion. L'architecture du site se calque sur les ressources traditionnelles du quotidien. Ce changement fait suite à l'innovation et à l'invention d'un langage. Il tente de répondre à ces exigences par une actualisation continue de son contenu et par la personnalisation de ses pages. Le site dispose d'un nouvel outil informatique de production (Story Server V, produit par Vignette), de la même rédaction Web et d'une méthode de travail nouvellement élaborée avec la rédaction papier. Le site conserve quatre chaînes thématiques (Interactif, Livres, Éducation et Sortir), les forums, les *chats* et des sondages. La nouvelle page d'accueil est conçue pour répondre à deux objectifs principaux : créer une véritable vitrine du site et permettre une actualisation en temps réel de la page d'accueil. Dans cette optique, la page d'accueil s'articule autour de « *slots* ». Ce sont des modules qui rendent flexibles la mise en avant de l'information. Ils permettent de faire remonter en page d'accueil les titres des articles principaux de chaque séquence. Une mise à jour de la séquence entraîne automatiquement la mise à jour de la page d'accueil. Le site du *Monde* s'organise autour d'une nouvelle maquette et d'une nouvelle navigation. Une nouvelle arborescence permet à l'utilisateur de naviguer de page en page.

Nous trouvons les séquences principales qui constituent la structure linéaire du journal papier (« International », « France », « Société », « Entreprises », « Communication », « Horizons », « Aujourd'hui », « Culture »). Nous ne présentons pas ces séquences puisqu'elles sont les mêmes que celles du support papier. À chaque séquence, nous trouvons à droite des pages, une rubrique intitulée « Dernière heure » (des dépêches de l'AFP ou Reuters) et des sites utiles, adresse donnée par les journalistes de la rédaction du *Monde* papier. À la fin de chaque page, nous trouvons des liens hypertextes. Des contenus rédactionnels sont mis à jour en continu et organisés pour une meilleure analyse de l'information.

Parmi les produits éditoriaux réalisés par la rédaction Web, le « décalé » et le « pavé ». Le « décalé » est le double numérique du ventre

du quotidien. Il s'agit d'un article rédigé chaque jour par les journalistes de la rédaction Web. Comme son nom l'indique, il doit porter sur un sujet en marge de l'actualité quotidienne traitée par *Le Monde* papier ou doit aborder sous un angle original un sujet d'actualité. Il se distingue du reste du contenu du site grâce à ses thèmes surprenants, paradoxaux ou significatifs, et sont traités sur un mode d'écriture plus familier. Le « pavé », terme technique et informatique, permet de désigner en interne les blocs d'information situés dans la colonne de droite du site et identifiés par des couleurs différentes. Ainsi, plusieurs pavés peuvent apparaître sur la une du site : « dernière heure », « décalé », « articles recommandés »... Le porte-folio qui se compose de photographies en déroulé sur un événement.

Des articles supplémentaires et des éléments multimédias (des images et du son) produits par la rédaction sont également proposés. Dans les archives, chaque article consulté est facturé. Le kiosque est un kiosque à journaux virtuels où les lecteurs-internautes abonnés peuvent acheter le journal en version PDF ou en version HTML. Les articles du quotidien du soir sont consultables gratuitement six jours à compter de leur date de publication avant de passer dans les archives. Ils sont mis sur le réseau avant la publication du journal papier. Les chiffres de fréquentation du site indiquent qu'au mois de mars 2001, avec plus de 3 millions de visites et plus de 17,4 millions de pages vues avec publicité ou PAP¹⁵, l'édition 2001 du site « <http://www.lemonde.fr> » devient le site préféré des lecteurs-internautes français.

La période de fidélisation (2002-2005)

La rédaction Web travaille toujours en étroite collaboration avec le quotidien via l'interface sur une plage horaire allant de 4 heures le matin à 23 heures le soir. Le rôle principal de l'interface est toujours de tenir la rédaction du Monde.fr au courant de ce qui se fait à la rédaction du *Monde* papier par l'envoi de différents documents (les menus quotidiens du journal, les calendriers des suppléments prévus par le journal, etc.). Le responsable de l'interface précise que « *l'interface fait toujours le lien entre les deux rédactions et les deux contenus. Qu'est-ce qu'on peut faire ensemble ? Comment peut-on éventuellement les aider et les orienter ? La rédaction du support papier s'intéresse davantage au Web et au Monde.fr. Ça progresse !*¹⁶ »

Mais quelques journalistes du support numérique s'interrogent sur le rôle de l'interface : « *Je ne sais pas ce que les autres journalistes du Monde.fr attendent des journalistes du Monde, je peux difficilement parler à leur*

place. Personnellement, je n'en attends pas grand-chose. Pour le moment, nous travaillons dans des lieux géographiquement trop éloignés pour qu'il y ait la moindre interaction réelle entre les deux rédactions. Peut-être que les choses vont évoluer un jour, si les deux rédactions sont réunies sur le même site. Je pense que l'interface a surtout permis de tenir au courant la rédaction du Monde.fr de ce qui se faisait au journal papier, notamment pour les opérations spéciales et les couvertures d'événements importants » (une journaliste au Monde.fr).

L'organisation de la rédaction du Monde.fr s'est progressivement affinée. Elle est placée sous la direction d'un rédacteur en chef et repose désormais sur cinq pôles clairement identifiés dont les fonctions sont bien définies :

1. *un pôle central*, composé de trois équipes formées chacune d'un chef d'édition, d'un journaliste et d'un secrétaire de rédaction. Il se charge de l'actualisation permanente du site avec des articles rédigés à partir des dépêches des agences internationales de presse pour couvrir une amplitude horaire de 7 heures à 22 heures. Le week-end est également couvert par ces équipes. Pour l'information en continu, le choix des sujets traités relève directement de l'équipe de ce pôle central ;

2. *un pôle édition*, composé d'un chef d'édition et deux rédacteurs-éditeurs. Il prend en charge la mise en ligne quotidienne des articles du journal papier : mise en forme, recherche d'illustrations, enrichissement avec des liens de sites Web et organisation des articles par grandes rubriques dans chaque séquence (« International », « France », « Société », etc). La part de rédaction se limite à la réécriture des châpos. La recherche de sites pour enrichir les articles constitue une part non négligeable du travail d'édition ;

3. *un pôle multimédia* composé de deux producteurs, de trois rédacteurs, d'un éditeur multimédia et d'un responsable graphique. Il s'occupe de la réalisation des produits multimédias du site (les infographies, les portfolios, les repères, etc) ;

4. *un pôle newsletters et dossiers*, composé d'un chef d'édition, d'un chef d'édition adjoint et d'un rédacteur. Il est chargé de la réalisation de la *Check-List*, de la rédaction de la lettre « Que dit *Le Monde* ? », (*newsletters* quotidiennes envoyées aux abonnés) et de la coordination des dossiers mensuels ;

5. *un pôle iconographie*, animé par deux employés, s'occupe de toutes les recherches d'images pour le site.

Désormais, chaque pôle organise sa propre réunion quotidienne. Une réunion hebdomadaire collective permet aux autres pôles de la rédaction de se retrouver et d'échanger leurs projets. Les sujets des produits développés par la rédaction du Monde.fr (les dossiers, les repères, les

thématiques, les infographies, les portfolios) sont choisis collectivement lors de la réunion hebdomadaire ou lors des réunions quotidiennes.

L'abonnement en ligne payant

Le 15 avril 2002, le Monde.fr lance son « édition-abonnés » pour cinq euros par mois et se place ainsi comme l'un des précurseurs en France des services payants sur l'Internet. Cette édition pour les abonnés comporte un ensemble de contenus et de services exclusifs (le quotidien du matin, l'édition électronique du journal, les dépêches d'actualité thématique, l'accès aux archives du *Monde*, les documents de référence, le classeur, etc.). Les archives du journal et le quotidien en ligne sont toujours vendus à l'acte aux lecteurs-internautes. Un contenu spécial est livré à des diffuseurs d'information et aux intranets d'entreprises et d'administrations.

Selon Cybermétrerie, le Monde.fr enregistre 10 millions de visites et près de 45 millions de pages vues par mois. Au 15 avril 2003, un an après son lancement, l'édition-abonnés du Monde.fr aura conquis 40 000 personnes. En mars 2004, la fréquentation dépasse les 15 millions de visites, loin devant le site de la radio privée Skyrock (11 millions), du quotidien sportif *l'Équipe* (10 millions) et de la chaîne de télévision privée TF1 (9 millions).

Le Monde.fr propose aussi l'actualité en continu, sept jours sur sept et 24 heures sur 24. En dehors de trois Unes régulières, la page d'accueil du site change plusieurs fois par jour. Aux articles du *Monde* et de ses suppléments, s'ajoutent des dossiers thématiques, de nombreux documents multimédias, des fils de dépêches d'actualité et des lettres d'information envoyées quotidiennement par messagerie électronique. Le numérique permet également le développement de l'interactivité (les forums, les sondages et les *chats*) et de nombreux services (les archives soit environ 800 000 articles à consulter). Le site fournit des documents *in extenso*, des documents officiels, des discours de personnalités politiques, des « bonnes feuilles » et des textes de référence divers qui, faute de place, ne peuvent être publiés intégralement dans le support papier. L'information en continu sur le site signifie qu'à tout moment et où qu'il soit, le lecteur-internaute doit trouver l'information la plus récente, actualisée en temps réel. Les urgents (le bandeau rouge en haut du site) permettent de donner une information de façon brute telle qu'elle tombe sur les fils des agences de presse. Elle est ensuite développée sous forme d'un article plus conséquent. Les dossiers mensuels sont le fruit d'un long travail de recherche et d'entretiens, lequel mobilise un ou deux rédacteurs à temps plein pendant trois semaines.

En mars 2005, une nouvelle formule du Monde.fr apparaît. En haut de la Une numérique se positionne un bandeau horizontal bicolore. Du côté gauche (couleur bleue), nous trouvons les liens vers les rubriques en accès libre (« Actualités », « Perspectives », « Pratique » et « Annonces ») et de l'autre côté (couleur sable) les liens réservés aux abonnés (« le desk », « le kiosque », « newsletters », « images & multimédia » et « références »). L'édition en accès libre offre la possibilité d'accéder gratuitement à toute l'actualité (les rubriques du *Monde*, les dépêches de l'AFP, l'édition spéciale), au traitement multimédia de l'actualité (son, animation, vidéos), à la séquence « Pratique » (la météo, les jeux, la bourse de Paris et de New-York, les horaires de cinéma, etc.), à la rubrique « Perspectives » (les forums, Opinion, les blogs, le *chat* et les sondages), aux annonces (immobilier, moto-auto, nautisme et emploi) et de recevoir chaque jour par messagerie électronique les principaux titres de l'actualité sous forme d'une *newsletter*. Cette dernière, gratuite, offre l'accès aux examens (à partir de 18 heures à une sélection du *Monde* et des dossiers, repères et sites utiles pour les révisions d'examen) et les titres du jour (les titres d'actualité du lundi au vendredi développés sur le Monde.fr).

L'édition-abonnés offre une information en avant-première, une information par courriel, une information de référence (des dossiers, des thématiques, des repères, des « cyberadresses », etc.), une information multimédia (des dessins, du son, de l'animation, des vidéos), une information en débat, l'intégralité du *Monde*, les services personnalisés et le kiosque (l'accès en PDF). Cette édition permet de suivre à partir du *desk* l'actualité en temps réel *via* un écran de contrôle pour suivre l'information en continu, les dépêches en textes, les images et les vidéos, les titres des 30 dernières éditions du *Monde* et « la une en huit clics ». Les *newsletters* exclusives de l'édition-abonnés fournit la « 12:15 » (des informations financières), « Que dit *Le Monde* ? » (Une en avant-première dès 9 heures du lundi au vendredi, des titres du *Monde* à paraître l'après-midi), « Dernière minute » (des alertes lorsqu'un événement majeur survient) et une *check-list* (dès 8 heures du lundi au vendredi, le quotidien du matin). En mai 2005, l'abonnement au Monde.fr est de 6 euros par mois avec 30 jours gratuits.

Le Monde.fr propose une édition en « RSS » (*Rich Site Summary*). Cette technologie permet au lecteur-internaute d'être informé d'un nouveau contenu mis en ligne sans qu'il ait besoin de naviguer sur plusieurs sites pour suivre l'actualité. Les fils RSS sont des flux de contenus gratuits en provenance de sites Internet. Ils contiennent les titres des articles, des résumés et des liens vers les articles intégraux. Les dernières informations publiées sur le Monde.fr peuvent ainsi venir

enrichir automatiquement le site internet d'un lecteur-internaute ou compléter ses sources d'informations déjà agrégées *via* un logiciel de lecture des flux RSS. Le Monde.fr offre la possibilité de créer son journal personnel en ligne (*Weblog* ou *blog*) où l'utilisateur peut publier ses photos, éditer son texte et échanger avec d'autres lecteurs. Ces *blogs* sont sous la charte des « *blogueurs* » du Monde.fr et ce dernier offre une sélection des meilleurs *blogs*. Des liens vers des sites à visée commerciale (Kodak, Photoways, Packard bell, etc.) et des bandeaux publicitaires évolutifs sont placés plusieurs fois par jour en page d'accueil. L'effort financier et rédactionnel consenti par Le Monde SA sur le Web vise à conforter la place du quotidien en cherchant à attirer vers l'édition papier de nouveaux lecteurs qui le découvrent à travers le site.

Une situation journalistique hybride

Avec cette MEL, *Le Monde* s'oriente vers une mixité entre support papier et support électronique, entre rédaction consacrée au papier et rédaction consacrée au Web. Cette organisation suppose la création de passerelles prenant en charge l'encadrement et la coordination de ces deux supports et de ces deux rédactions bien distinctes. Nous sommes bien ici en présence d'une *situation journalistique hybride*. Ainsi au *Monde*, nous voyons apparaître de nouveaux acteurs : un médiateur interne (l'interface), des médiateurs externes (les animateurs-modérateurs des forums de discussion, les webmestres) et surtout des journalistes « internétiques ». Les exigences professionnelles des journalistes traditionnels restent les mêmes et l'expérience est toujours nécessaire. Au *Monde*, le journaliste traditionnel protège son savoir-faire professionnel et son identité, hérités d'une longue histoire complexe qui lui confère une position sociale riche et originale. *Le Monde* place la rédaction Web dans la position « d'exécutante », qui ne peut donc pas prétendre à une place de spécialiste, place occupée par la rédaction du *Monde*. L'externalisation et l'éloignement géographique de leur rédaction contribuent également à maintenir le rédacteur Web comme simple prolongement de la rédaction papier. Ce positionnement est destiné à fonder la légitimité des journalistes papier en conservant une position ancestrale et dominante. Les journalistes papier se positionnent donc comme les seuls référents du site et les *leaders* qu'il faut suivre pour construire, compléter et enrichir le site.

Le statut de l'interface confère à son responsable le droit de donner des instructions au nom de la rédaction traditionnelle. La prise en charge de ce rôle lui offre une position privilégiée : c'est une marque de confiance

et de reconnaissance. En d'autres mots, l'équipe du Web se positionne comme « exécutant » des directives émanant de la rédaction papier *via* un médiateur. La direction place l'interface comme l'expert avec qui il est important de travailler, de collaborer et surtout de coordonner les tâches de la rédaction papier et de la rédaction Web. Les médiations de cette MEL sur la relation entre le journaliste traditionnel et le journaliste « internétique » nous montrent que le journaliste traditionnel reste le principal vecteur de l'information. Ainsi, le rédacteur Web se trouve accompagné, guidé, et piloté. Il se dirige aussi vers un rôle de fournisseur de contenu, de transposeur, de gestionnaire de flux, de secrétaire de rédaction et de concepteur-éditeur de produits journalistiques essentiellement « mâchés par d'autres ».

Ce qui est profondément innovant, c'est l'aspect physique du journal en ligne. Il privilégie l'hypertextualité qui fait rebondir l'information et fournit une information fragmentée, c'est-à-dire adaptée, différenciée et ciblée en fonction des attentes des lecteurs-internautes. L'information en ligne n'est pas linéaire comme l'information hors ligne, mais elle devient sur mesure et à la carte. Le Monde.fr intervient comme fournisseur de contenu, à la fois d'information générale et particulière de référence. L'extension Web du *Monde* est modelable, transformable, recyclable et rafraîchie à la manière d'un roman inachevé. Cette mise en réseau bouleverse les repères temporels et brouille les places entre ce qui relève de l'actualité, de l'archivage et de l'instantanéité. La réactualisation des informations est indispensable sur le Web, compte tenu de ses spécificités. Les heures de bouclage, particulièrement contraignantes pour les journalistes traditionnels, sont en train de devenir constantes pour ceux qui travaillent pour le Web. La contrainte du temps fait place au direct, à l'information dite « chaude » sous forme de dépêches d'agences internationales. Nos analyses rejoignent ici celles de Roselyne Ringoot (2000) : « *L'offre d'archives sur les sites fait cohabiter les deux temporalités de l'actualité et de l'histoire qui ont pour corollaire deux types d'énoncés : les énoncés de valeur informative et les énoncés de valeur documentaire. La réversibilité temporelle est offerte au lecteur-internaute qui peut se diriger du présent vers le passé*¹⁷. »

La mise en réseau remet en question la chronologie traditionnelle, permet de réactualiser à souhait les informations, de les corriger, de les compléter. L'anticipation est par ailleurs désormais possible : certaines pages peuvent en effet être rédigées une dizaine de jours *avant* leur parution. L'information en ligne se trouve ainsi constamment en mouvement par rapport à son équivalent papier, par définition « figé ». Il faut également prendre en compte un nouvel élément : l'heure de mise à jour. Cet horodatage est intrinsèque au support numérique. La

périodicité, caractéristique importante de la presse quotidienne, se trouve ainsi occultée. La transposition sur le Web brouille la notion de rythme de parution. Nous distinguons à cet égard trois types de marqueurs temporels : un marqueur temporel issu du quotidien (le dessin du jour, l'intégralité du quotidien) ; un marqueur temporel issu de la mémoire du journal (les archives, les dossiers) et un marqueur temporel issu du temps réel (la réactualisation des informations, les *flashes*, les dépêches d'agences internationales, les rafraîchissements).

Sur le Monde.fr, l'interactivité est encore assez peu développée. Pour le moment, elle ne se fait qu'avec les webmestres et les modérateurs-animateurs des forums de discussion. L'espace des forums de discussion devient un lieu de conversation et participe à des stratégies éditoriales visant à séduire un nouveau public à qui l'on cherche à offrir davantage qu'une simple édition mise en ligne. L'enjeu, au moyen de cet espace public virtuel, est de mobiliser les débatteurs pour qu'ils consultent par la suite le journal en ligne et, éventuellement, en achètent la version imprimée. Il y a donc ici, du point de vue de l'éditeur, un véritable enjeu identitaire. Car donner la parole aux lecteurs sur des thèmes d'actualité renforce l'image de cette entreprise de presse dont la mission est d'informer et donc de participer aux débats démocratiques. Le Monde.fr semble insister tout particulièrement sur sa filiation avec son ascendant papier. Cette filiation se repère par le nom (Le Monde.fr) et aux ressemblances visuelles (la police, les couleurs sobres, etc.) entre les deux supports. Le Monde.fr véhicule ainsi un contenu d'information marqué par le sceau et par la facture du *Monde*. Ce n'est pas un simple transfert de l'information hors-ligne à l'information en ligne, mais c'est surtout un transfert de valeurs et de normes communes.

Conclusion

Notre analyse montre que *Le Monde* gère la coexistence d'une organisation exclusivement consacrée à la production d'un journal papier vers une organisation consacrée à une MEL sous pages Web. Le travail de la salle de rédaction ne se base plus principalement sur la seule mise en page de textes et d'images, mais sur un traitement global des données ainsi que sur le partage du travail en groupe avec des rédacteurs Web et des intervenants divers (les webmestres, les animateurs-modérateurs des forums de discussion, etc.) délocalisés du centre éditorial. *Le Monde* doit désormais compléter sa médiation technologique en tentant de (ré)concilier un journalisme traditionnel avec les nouvelles pratiques de l'équipe rédactionnelle du Web. Cette nouvelle gestion du support demande aussi et surtout la présence d'un « tiers » (indispensable à la

coordination des deux rédactions) qui, par sa maîtrise de la situation d'ensemble, recontextualise les données et guide les différents acteurs. Ce tiers, comme le rappelle Pierre Legendre (2000), « est ce qui peut faire jouer l'impératif de différenciation, c'est-à-dire mettre en œuvre la logique de l'altérité, traiter l'enjeu du semblable et de l'autre¹⁸ » ■

Notes

1. Patrick ÉVENO (2004), *Histoire du journal Le Monde 1994-2004*, Paris, éditions Albin Michel, p.182.
2. Pour écrire cette partie, nous nous basons sur : 1. l'ouvrage de Patrick ÉVENO, *ibid.*, pp.243-251 ; 2. « *Le Monde*, Les chiffres du *Monde* », communication interne, Paris, novembre 1999 (www.lemonde.fr/chiffres/novembre1999.htm) ; 3. « *Le Monde*. Portrait d'un quotidien », Paris, 2003 » (www.lemonde.fr).
3. Ces entretiens s'articulent autour d'un thème central (la MEL sous pages Web des quotidiens français) et s'organisent autour d'une grille d'entretiens. À chaque entretien, nous synthétisons ce qui vient d'être dit. Les points qui ne sont pas abordés le seront au cours d'entretiens ultérieurs.
4. Pour cette sous-partie, nous nous basons largement sur la recherche de Patrick ÉVENO (2001), *Le journal, Le Monde, une histoire d'indépendance*, Paris, Éditions Odile Jacob, pp.244-251.
5. Jean-Marie CHARON (1985), « Télématique et emploi de la presse quotidienne », Paris, *Réseaux*, n°15, p.25.
6. Le Syndicat de la presse parisienne et le directeur du quotidien économique *Les Échos* pensent que *Le Monde*, en signant cet accord, va ruiner les entreprises de presse. Au cours des années suivantes, des accords calqués sur celui du *Monde* sont signés par la plupart des entreprises de presse suite à plusieurs procès engagés notamment par des rédacteurs du *Parisien*, du *Figaro*, des *Dernières Nouvelles d'Alsace* et du *Progrès*, à l'encontre de leur direction.
7. Se reporter à Cécile DOLBEAU-BANDIN (2004), *Les noces de chypre du Monde et du Monde.fr.*, "Lecture communicationnelle" de la mise en ligne sous pages Web d'un quotidien national d'information générale et politique en 2001, sous la direction du Professeur Alex Mucchielli, CERIC (Centre d'études et de recherches sur l'information et la communication), Université Paul-Valéry - Montpellier III, pp.190-192.
8. Patrick ÉVENO, *op. cit.*, p.595.
9. Une filiale est une société dont plus de la moitié du capital social est contrôlée par une société mère.
10. La filiale du Monde SA consacrée aux TIC se nomme Monde Interactif ou MIA. Pour éviter toute confusion, nous dénommons la rédaction consacrée à la mise en réseau du *Monde* : la rédaction Web.
11. Un portail horizontal propose d'accéder à différentes rubriques spécialisées sans rapport entre elles.
12. « *Le Monde* en chiffres. Communication interne », www.lemonde.fr/chiffres/novembre2000.htm

13. « Portrait d'un quotidien », Paris, Supplément du *Monde*, février 2000.
14. La direction fait appel à une équipe extérieure au MIA pour intervenir de façon ponctuelle pour bâtir les fondations du site. C'est une SSII (Société de services informatiques et les agences de communication) qui se nomme Sushi. Cette société réalise le site du *Monde* et en assure la maintenance technique. Elle peut s'apparenter à une agence d'architectes. Le MIA fait appel à cette entreprise hautement qualifiée dans les technologies du numérique pour bâtir les fondements de sa production : des outils logiciels (*Story Server IV*) et des programmes adaptés à la conception, à l'architecture du site et d'en assurer la maintenance. Cette SSII regroupe des ingénieurs, des programmeurs et de véritables techniciens dont le rôle est de répondre aux attentes d'un client qui souhaite développer son savoir-faire sur un support différent et diversifier la diffusion de ses produits. Ce sont des prestataires de services externes, à la pointe des TIC, extrêmement spécialisés dans le domaine informatique et dont l'offre est très large. Ils s'occupent de la construction du site www.lemonde.fr avec de nombreuses pages Web et des applications multimédias. Leurs opérations de maintenance sont quotidiennes pour ce type de site à gros budget. Outre cette structure opérationnelle de base de réalisation des services Web, la direction requiert des commerciaux et des publicitaires. Ces derniers jouent un rôle essentiel dans la collecte de ressources complémentaires, de la consultation d'écran et la commercialisation d'espaces sur le serveur, sous la forme de vente de prestations à l'extérieur et d'espaces publicitaires sur le site.
15. Les médias disposent d'outils de statistiques comme on n'a jamais vu dans leur histoire. Seconde par seconde, minute par minute, ils peuvent savoir combien de pages sont consultées, combien de personnes visitent le site, ce qu'ils consultent, etc. La publicité se vend au nombre de PAP, le site ayant intérêt à en générer le maximum. Sur le plan économique, les forums de discussion sont très rentables puisqu'ils ne coûtent pas cher et créent de l'audience. La lettre de diffusion permet de fidéliser et d'encourager le lecteur internaute à consulter le site et donc à faire de la PAP. Ce site base sur les recettes publicitaires et l'achat de services en ligne dont les archives.
16. Entretien téléphonique du 13 mai 2005 avec le responsable de l'interface.
17. Roselyne RINGOOT (2000), *Les constructions temporelles de l'Internet local, Pratiques de situations de communication et NTIC*, Montpellier, CRIC, p.6.
18. Pierre Legendre (2000), *Le crime du caporal Lortie. Traité sur le père*, Paris, éditions Flammarion-Champs, p.154.

Références bibliographiques

- DOLBEAU-BANDIN Cécile (2004), *Les noces de chypre du Monde et du Monde.fr., "Lecture communicationnelle" de la mise en ligne sous pages Web d'un quotidien national d'information générale et politique en 2001*, sous la direction du Professeur Alex Mucchielli, CERIC (Centre d'études et de recherches sur l'information et la communication), Université Paul-Valéry- Montpellier III.
- DOLBEAU-BANDIN Cécile (2003), *"Lecture communicationnelle" des changements identitaires liés à la mise en ligne sous pages Web du quotidien Le Monde. Vers un journalisme hybride ?* Conférence internationale francophone en sciences de l'information et de la communication, colloque organisé par la CIFSIC, Roumanie, Université de Bucarest, 28 juin-2 juillet 2003, www.unice.fr/urfirst/CIFSIC/programme.html

- DOLBEAU Cécile (2001) « Lecture communicationnelle d'un cas de MEL (sous pages Web en presse écrite », *La communication médiatisée par ordinateur un carrefour de problématiques*, colloque organisé par l'ACFAS, Université de Sherbrooke (Québec), 15 et 16 mai 2001, <www.uqam.ca>
- DOLBEAU Cécile (2000), « L'information en ligne : le cas de l'édition électronique du quotidien *Le Monde* », *Pratiques de situations de communication et Nouvelles technologies d'information et de communication*, 3^e colloque du CRIC (Centre de recherches sur l'information et la communication), présidé par les professeurs Claude Le Bœuf et Serge Agostinelli, Atelier « Journalisme et journalistes » dirigé par Denis Ruellan Montpellier, 30 novembre - 1^{er} décembre 2000, <http://www.cric-france.com>.
- ÉVENO Patrick (2004), *Histoire du journal Le Monde 1994-2004*, Paris, éditions Albin Michel.
- ÉVENO Patrick (2001), *Le journal, Le Monde, une histoire d'indépendance*, Paris, éditions Odile Jacob.
- ÉVENO Patrick (1996), *Une histoire d'une entreprise de presse*, Paris, éditions Le Monde.
- IPSOS (2002), *Audience 2001 de la presse quotidienne et des hebdomadaires régionaux*, Paris, www.ipsos.com.
- LEGENDRE Pierre (2000), *Le crime du caporal Lortie. Traité sur le père*, Paris, éditions Flammarion-Champs.
- LEGRIS Michel (1976), *Le Monde tel qu'il est*, Paris, éditions Plon.
- LE MONDE (1999), *Les chiffres du Monde*, Communication interne, Paris, www.lemonde.fr/chiffres/novembre1999.htm.
- LE MONDE (2003), *Portrait d'un quotidien*, Paris, www.lemonde.fr
- PADIOLEAU Jean-Gustave (1985), *Le Monde et le Washington Post*, Paris, Presses Universitaires de France.
- PLANCHAIS Jean (1989). *Un homme du Monde*, Paris, éditions Calmann-Lévy.
- POULET Bernard (2003), *Le pouvoir du Monde. Quand un journal veut changer la France*, Paris, Éditions La Découverte.
- RINGOOT Roselyne (2000), « Les constructions temporelles de l'Internet local. Pratiques de situations de communication et NTIC », *Pratiques de situations de communication et Nouvelles technologies d'information et de communication*, 3^e colloque du CRIC (Centre de recherches sur l'information et la communication), présidé par les professeurs Claude Le Bœuf et Serge Agostinelli, Atelier « Journalisme et journalistes » dirigé par Denis Ruellan Montpellier, 30 novembre - 1^{er} décembre 2000, <http://www.cric-france.com>.