

## L'accélération de la circulation de l'information : une perspective historique, économique, technique et sociale

Éric GEORGE

Professeur agrégé  
École des médias, Faculté  
de communication, UQAM  
Codirecteur du Groupe de  
recherche interdisciplinaire sur  
la communication,  
l'information et la société  
(GRICIS)  
*george.eric@uqam.ca*

En guise d'introduction, il apparaît pertinent de préciser dès maintenant que ce texte se situe à l'intersection entre deux types de travaux : d'une part, une réflexion sur les relations entre communication, systèmes économique et politique qui a commencé depuis maintenant une quinzaine d'années dans le cadre d'une thèse de doctorat consacrée aux usages sociopolitiques d'Internet et, d'autre part, des activités liées à plusieurs projets de recherche subventionnés au fil des années dont les deux suivants en cours : un sur les liens entre la concentration de la propriété des entreprises médiatiques et le pluralisme de l'information financé par le Conseil de recherches en sciences humaines (CRSH) du Canada, et l'autre sur la diversité de l'information à l'heure du Web financé par le Fonds québécois pour la recherche sur la société et la culture (FQRSC).

Il s'agit d'un texte d'ordre théorique qui vise à penser l'accélération de la production et de la distribution/diffusion de l'information à partir d'une perspective sociohistorique qui met l'accent sur les processus à long terme dans un contexte marqué par la place prépondérante du capitalisme entendu bien au-delà de l'économie car pénétrant l'ensemble de nos activités ainsi que par les rôles conjoints du social, de l'économie et de la technologie. Le social doit ici être entendu à la fois d'un point de vue global au sens de société mais

aussi sous un angle plus spécifique puisque nous nous intéresserons plus précisément aux informations produites par les membres d'un « corps social » particulier, les journalistes.

Pour analyser cette accélération de la production et de la distribution/diffusion de l'information, nous procéderons par étapes. En premier lieu, nous allons montrer que l'information tend avant tout à être réduite à sa valeur marchande au service du capitalisme, ce qui explique la nécessité de toujours favoriser la rapidité de la circulation de cette information.

## **Quand l'information tend à être au service du capitalisme**

Paradoxalement, dans un texte consacré à la vitesse de production et de distribution/diffusion de l'information, il est intéressant de rappeler que cette dernière n'a pas toujours eu une place centrale dans la société. Ainsi, dans le contexte des monarchies absolues, la pratique la plus répandue était celle du secret. Jürgen Habermas (1962, [1978]) a montré que c'est au moment où l'ancien régime féodal a basculé sous la poussée de la bourgeoisie et où le Contrat social a remplacé le Droit divin en tant que base philosophique de l'organisation de la société qu'un espace public de discussion s'est avéré nécessaire entre la société civile (l'ensemble des intérêts privés) et l'État responsable de faire appliquer les règles communes. Le principe de « publicité » a alors été opposé par les bourgeois cultivés, capables de raisonner, à la pratique du « secret », caractéristique de l'État monarchique absolu.

C'est au cours de la première moitié du 17<sup>e</sup> siècle que l'analyse critique a fait son entrée dans la presse quotidienne par le biais de ce qui a été appelé l'article de fond, et c'est dans le dernier tiers du 17<sup>e</sup> siècle que des revues contenant non seulement « *des informations mais aussi des articles didactiques, voire des critiques et des compte-rendus* » ont été ajoutées aux journaux (*ibid.*, p. 35). Jusqu'à la première moitié du 19<sup>e</sup> siècle, « *en tant qu'institution d'un public dont elle reflétait les discussions, la presse d'opinion avait pour objectif premier d'en affirmer la fonction critique ; l'infrastructure financière de l'entreprise n'était [...] qu'une préoccupation de second ordre, quand bien même d'ailleurs un capital y eût été investi dans le but d'y être rentablement exploité* » (*ibid.*, p. 192). Pour illustrer son propos, Jürgen Habermas prend l'exemple de la vitalité de ce type de presse au cours des périodes révolutionnaires comme ce fut le cas en 1789 et en 1848 à Paris. À cette époque, estime-t-il, la logique capitaliste

n'était pas dominante dans le cadre du fonctionnement de ce type de média. L'heure était à la lutte pour la liberté d'expression dans les démocraties occidentales en formation. Et d'ailleurs, caractéristique qui nous intéresse ici tout particulièrement, cette presse d'opinion n'avait pas de périodicité régulière.

C'est avec le développement du capitalisme industriel que la question de la circulation de l'information va devenir cruciale. On voit dès lors apparaître les deux fonctions principales de l'information dans le système économique. D'une part, l'information contribue à faire fonctionner celui-ci à toutes les phases de la production, de la distribution et de la consommation de l'ensemble des biens et services. D'autre part, l'information est un produit en tant que tel susceptible d'être soumis aux deux processus d'industrialisation et de marchandisation comme toute marchandise.

Premièrement, la circulation rapide de l'information a été étroitement liée au développement du capitalisme industriel ainsi qu'aux technologies mises au point dans le contexte économique en pleine mutation. Le télégraphe en constitue un bon exemple. Lorsque Morse réussit la première transmission électrique en 1838, il fut le premier à dissocier transport humain et communication des messages. L'accélération de la circulation de l'information devenait alors possible, du moins théoriquement. Pourtant, la mise au point du procédé de transmission télégraphique n'apporta pas grande nouveauté au départ, faute d'usages et il fallut attendre la deuxième moitié du 19<sup>e</sup> siècle pour voir ce « nouveau » moyen de communication se développer. Morse essaya bien de vendre les droits d'exploitation du télégraphe au gouvernement des États-Unis, mais si celui-ci finança l'installation d'une ligne entre Baltimore et Washington, il refusa de faire de la télégraphie un service public. Finalement, c'est la Western Union qui investit dans le télégraphe en pariant sur son développement dans trois secteurs : les compagnies de chemin de fer, la presse écrite et les marchés financiers.

Or, dans les trois cas, il s'agissait déjà d'accélérer la circulation des nouvelles et d'en faire bénéficier le système économique. Les spéculateurs – mais aussi les agriculteurs – ont pu connaître très rapidement les cours des matières premières, à commencer par celui du blé à travers le monde entier. Les compagnies de chemin de fer ont pu prendre connaissance de la circulation de leurs trains de façon plus précise et ainsi mieux réguler le trafic. Quant aux entreprises de presse, elles ont reçu beaucoup plus vite les nouvelles susceptibles de se retrouver dans le journal du lendemain. Les réseaux techniques de

communication eux-mêmes étaient développés le long des voies de chemin de fer, suivant en cela le tracé des réseaux de transport. Les lieux où l'on retrouvait les terminaux du télégraphe étaient logiquement les gares, les rédactions des journaux et les bourses. L'information a pris ensuite une place de plus en plus importante, si tant est que cette notion est devenue une des dimensions importantes des études en sciences économiques depuis les années 1960 (Augey et Rebillard, 2009, p. 16)<sup>1</sup>.

## **L'information et le développement des médias**

Deuxièmement, l'information ne s'est pas contentée de contribuer à mettre en valeur tout un ensemble d'activités qui ont été progressivement incluses au sein du capitalisme. L'information a aussi très vite représenté une marchandise susceptible de favoriser le développement même du capitalisme, comme en ont témoigné les travaux effectués en économie politique de la communication. À ce titre, la presse à grand tirage a joué un rôle de pionnière et il est ici question d'information au sens d'une production traditionnellement effectuée par des journalistes qui, sans jamais en avoir eu le monopole, ont tout de même joué un rôle important en matière de médiation de l'information. Le développement de cette presse qualifiée parfois de « presse de masse » a été rendu possible grâce à une combinaison de facteurs d'ordre économique (la nécessité de la diffusion de publicités pour faire le lien entre production et consommation ; le développement du salariat qui a favorisé le pouvoir d'achat, notamment parmi les classes populaires) ; d'ordre social (l'urbanisation autour du développement des banlieues faisant suite à la multiplication des usines ; l'alphabétisation d'une partie croissante des populations) et d'ordre technique (l'amélioration notable des presses à imprimer permettant justement ces grands tirages). Cette presse s'est construite sur la base d'une organisation caractérisée par la séparation des rôles entre propriétaires, rédacteurs des nouvelles – autour d'une profession, celle de journalistes qui s'est peu à peu institutionnalisée – et lectorat, par l'importance progressive prise par le fait divers et par une soi-disant « objectivité » incarnée par exemple dans la séparation entre faits et commentaires et par une parution qui est donc devenue régulière, principalement quotidienne dans un premier temps, puis également hebdomadaire ou mensuelle avec le développement dès la fin du 19<sup>e</sup> et le début du 20<sup>e</sup> de la presse magazine.

Par la suite, les développements de la radio et de la télévision ont introduit une nouvelle temporalité. Au fur et à mesure que ces deux médias ont pris une place croissante, il y a eu une augmentation de la

diffusion d'informations. La radio est ainsi devenue un média proposant des bulletins de nouvelles plusieurs fois par jour, très souvent toutes les heures, à la fois sous la forme de bulletins courts de quelques minutes et de rendez-vous plus longs pouvant durer 15, 30, 60 minutes, voire plus. La télévision a suivi sur la base d'un modèle généraliste comprenant plusieurs rendez-vous fixes le matin, à la mi-journée, en début et en fin de soirée. Puis ont été conçus des canaux spécialisés, tant en radio et en télévision, qui ont donné le coup d'envoi à la diffusion d'informations en continu. On pense par exemple au rôle moteur joué en la matière par un service lancé en 1981 sous le nom de Cable News Network, plus connu par son acronyme CNN.

L'accélération semble avoir été de plus en plus forte au fur et à mesure que de nouveaux médias étaient créés. Toutefois, Jean-Marie Charon estime que le travail de journaliste a toujours été marqué par la rapidité de l'activité : « *C'est évident en radio ou en télévision où le direct est très valorisé* », écrit-il (Charon, 1996, p. 25). Mais il ajoute que « *le problème n'est pas si différent pour les quotidiens où il est rare qu'un article soit préparé en plus de quelques jours, même si son sujet est, plutôt, magazine* » (*ibidem*). Au-delà de cette durée, ajoute-t-il, le temps de travail du journaliste est aussi et d'abord le temps de déroulement d'un événement, d'un fait. Ce que les journalistes désignent par l'« actu » (*ibidem*, p. 25-26).

## Une accélération de la distribution/diffusion

Pour aller plus loin, il nous apparaît pertinent à ce stade de préciser ce que l'on entend par circulation de l'information. En fait, la notion de circulation fait référence à la fois à celles de production et de distribution/diffusion. Il importe en effet d'effectuer une distinction car une augmentation de la distribution/diffusion d'informations, ce que nous venons d'évoquer, ne s'accompagne pas forcément d'une croissance équivalente de la production de celles-ci. Accélérer la distribution/diffusion d'actualités vise en effet avant tout à renforcer la marchandisation de la nouvelle. On voit très bien à ce sujet que le Web joue un rôle central en la matière grâce au système sur lequel il repose, à savoir l'hypertexte. Mais on se trouve alors dans un cas de figure où le réseau informatique sert avant tout au « retraitement » de l'information pour reprendre la notion abordée par Franck Rebillard (2007).

On se retrouve aussi dans un cas de figure similaire ou pour le moins proche lorsque les mêmes reportages sont diffusés sur plusieurs services qui appartiennent au même propriétaire. C'est ainsi le cas sur le Réseau de l'Information (RDI), propriété de l'organisme de radiodiffusion

publique la Société Radio Canada (SRC) ou du Canal Nouvelles (LCN), propriété du conglomerat Quebecor. *A priori*, pourtant, comme le dit Nathalie Sonnac, si l'information constitue un produit « aux coûts fixes élevés », il s'agit aussi d'un « produit éphémère » (2009, p. 26), donc éventuellement difficile à distribuer/diffuser plusieurs fois.

Traditionnellement, la chasse au scoop allait au contraire à l'opposé de cette tendance à l'uniformisation du contenu. Pourtant, une certaine redondance est de mise depuis longtemps, notamment suite aux développements de la radio et de la télévision. Les programmations de celles-ci en information ont toujours été marquées par la rediffusion de reportages, une bonne partie du travail original, heure par heure à la radio, trois ou quatre fois par jour à la télévision étant consacré au formatage. Journaux radiophoniques et télévisés ont toujours proposé la multidiffusion de certains contenus, même si la durée de vie d'une information journalistique (et pas seulement journalistique d'ailleurs) est très limitée. Cela dit, en la matière, le Web constitue un support très prometteur, ne serait-ce que parce qu'il permet à certains contenus – de par la numérisation systématique de ceux-ci et/ou l'emploi des liens hypertexte, à la base même du support – d'être dupliqués sur plusieurs sites. C'est par exemple le cas de contenus produits par la rédaction de Radio Canada et donc présents à ce titre sur le site de l'organisme de radiodiffusion publique mais aussi sur des sites portails, comme ceux de Yahoo Québec ou de MSN Canada avec lesquels des ententes ont été signées.

De cette façon, une entreprise comme Radio Canada garde un rôle non négligeable dans la distribution/diffusion, mais aussi dans la production d'actualités malgré la multiplication des supports de sens qui favorise l'éparpillement des audiences. On retrouve d'ailleurs dans la création de ces portails une tentative de recréer des « lieux » susceptibles d'attirer le plus grand nombre possible de consommateurs. Notons également le fait que si les informations ont une vie courte de façon générale, du moins à la radio et à la télévision, elles peuvent être archivées sur le Web, et ainsi constituer une plus-value, comme en témoigne le fait que l'accès aux archives est payant sur le site Web de plusieurs journaux, à commencer par le quotidien français *Le Monde*.

Or, cette démarche qui consiste à tenter de recréer une centralité dans un réseau initialement très décentralisé repose largement sur le référencement dans les moteurs de recherche. Être repéré par les principaux moteurs, à commencer par le très dominant Google, est tout à fait crucial afin de capter les internautes dans le cadre d'une économie de l'attention. Mais pour ce faire, encore faut-il renouveler régulièrement

le contenu présent sur le Web. La mise en ligne rapide de nouvelles informations favorise en effet le référencement automatique des sites. La téléphonie mobile participe aussi à cette tendance de l'augmentation de la circulation, du moins en ce qui concerne la distribution/diffusion, car les contenus originaux sont quasiment absents.

À ce sujet, des observations préliminaires sur les attitudes des entreprises médiatiques québécoises nous conduisent à envisager deux façons de considérer ce nouveau support. Premièrement, certaines enseignes comme le magazine *L'Actualité* qui appartient au groupe Rogers n'ont pas encore créé de service spécifique consacré au téléphone cellulaire. Deuxièmement, plusieurs ont adapté leur offre initialement mise en ligne sur le Web pour un accès sur ordinateur. Ainsi, au sein du groupe Quebecor, la tendance est à la création de formats de nouvelles spécifiques très courtes avec d'ailleurs la possibilité de ne pas avoir accès aux photos. Il faut aussi noter que les informations présentes sur téléphone mobile constituent une sélection par rapport au contenu disponible sur ordinateur. À Radio-Canada, les contenus sont aussi sélectionnés mais la longueur n'est pas diminuée, le principe retenu en termes d'affichage étant la poursuite d'un texte sur plusieurs pages-écrans. Au total, on constate donc diverses façons de procéder, mais cette nouvelle déclinaison tend à augmenter encore le travail à faire au sein des rédactions. De plus, le support du téléphone cellulaire constitue un moyen d'avoir accès à une information toujours réactualisée tout en permettant au récepteur d'être mobile. Ce qui participe aussi à l'accélération de la circulation de l'information.

### **Une augmentation de la production... ou une rationalisation des tâches ?**

Toutefois, dans certains cas, l'accélération de la distribution/diffusion peut être accompagnée d'une augmentation de la production d'informations qui passe, elle, par une croissance des moyens attribués à la production de la nouvelle. À moins que les journalistes ne se trouvent devant des exigences toujours plus grandes en matière de productivité. Et il semble bien que ce soit l'une des tendances qui ressortent le plus de nombreux travaux menés en sociologie du journalisme. Après avoir rappelé l'importance de l'articulation entre économie et technologie à propos de l'accélération – « *L'évolution des techniques est parallèle à l'évolution de l'économie : elles concourent toutes deux à promouvoir des industries dont le métier est de produire et de faire circuler de l'information vite et loin, suivant en cela des agences de presse* », écrit-elle (2003, p. 75) –

Dominique Augey ajoute que les directions d'entreprises visent une optimisation des coûts de production, ce qui entraîne une recherche d'augmentation de la productivité des journalistes fondée notamment sur l'utilisation de technologies et l'élargissement des tâches. Et Augey de préciser : « *Les journalistes intègrent progressivement la dimension économique d'un journal. Les journalistes sont indéniablement fragilisés par l'intensité des contraintes économiques qui pèsent sur eux. En ce sens, ils constituent un maillon faible de la chaîne de production* » (2003, p. 77). Pour sa part, Jean-Marie Charon explique que « *l'informatisation des rédactions est souvent apparue comme une opportunité pour s'engager dans la rationalisation de la productivité rédactionnelle* » (2009, p. 73) avant de préciser que « *la financiarisation se traduit par l'exigence de niveaux de rentabilité, qui tendent à aligner l'ensemble des médias sur les mêmes standards de performances* » (*ibidem*).

La rationalisation de l'organisation du travail n'est pas nouvelle au sein des industries de l'information et de la culture. Elle est d'ailleurs l'une des caractéristiques principales du processus même d'industrialisation. Toutefois, certaines activités liées à la production d'information et de culture ont toujours « résisté » d'une certaine manière à ce processus à cause de la nature même du produit qui, porteur de sens, comprend toujours une phase plus ou moins développée de création artisanale. Le lancement d'un nouveau journal ou la sortie d'un nouveau film de cinéma présentent toujours une forte incertitude quant à leur réussite étant donné la nature du produit mis en marché. Cela dit, on peut en effet se demander si la tendance n'est pas dorénavant à une intensification de la rationalisation autour de la globalisation et de la financiarisation du capitalisme (Bouquillion, 2008). Franck Rebillard parle à ce sujet de la montée d'une logique gestionnaire au sein de la presse et de l'information liée au développement des publications disponibles sur le Web (2007). L'une des mutations les plus fondamentales pour les journalistes ne serait-elle pas le fait que les actionnaires des entreprises ne se satisfont plus de résultats globaux positifs, mais demandent des résultats financiers filiale par filiale, voire service par service ?

## **Le rôle des technologies récentes (dont Internet)**

Internet contribue à cette rationalisation des activités dans une perspective économique en constituant dorénavant un outil de travail pour les journalistes qui, notamment dans le cadre de pratiques dites « assises », ont tendance à accorder de plus en plus de place à de nouvelles sources. Il importe d'ailleurs ici de replacer la place prise



par le « réseau des réseaux » dans le travail journalistique dans le plus long processus d'informatisation des rédactions et, au-delà, dans le cadre du développement d'un journalisme assis, baptisé parfois *desk journalism* en anglais (Neveu, 2001) ou de *computer assisted journalism* (Kawamoto, 2003). Le contenu disponible sur le réseau facilite l'accès à distance à un vaste ensemble de données qui contribue à élargir les sources potentielles des informations, mais qui s'inscrit à l'intérieur du processus d'accélération du processus de traitement des données. Comme le dit Marc-Olivier Goyette-Côté (2010), on se retrouve devant un paradoxe : d'un côté, les journalistes ont besoin de plus de temps pour pouvoir traiter un nombre d'informations toujours en augmentation ; de l'autre, ils sont contraints, notamment pour des raisons économiques de recherche de rentabilisation des coûts liés à la recherche et au traitement d'informations, de rechercher en permanence une plus grande efficacité. D'une part, en tant que systèmes techniques (Ellul, 1977), les technologies mobilisées tendent à favoriser des comportements rationalisés et de l'autre, cette rationalisation est largement contrainte par les pressions d'ordre économique.

S'il est possible d'augmenter encore plus la circulation de l'information journalistique sans pour autant accroître les moyens, c'est notamment en mettant l'accent sur la nécessité pour les journalistes de travailler pour plusieurs plateformes. Marc-François Bernier estime d'ailleurs que la multiplicité des plateformes représente une tendance plus importante que la diversité de l'information (Bernier, 2008). C'est ainsi que la direction du quotidien de Montréal *La Presse* a passé un accord avec le Syndicat des travailleurs de l'information du quotidien (STIP) pour que ces derniers ne soient plus assignés à un seul support média. L'article 1 de l'entente comprend le paragraphe suivant : « *Un employé du service de la rédaction peut être assigné à exécuter un travail pour l'une ou l'autre de ces plateformes technologiques ou plusieurs d'entre elles* » (STIP, 2009). C'était également un enjeu du désaccord entre la direction de Québec et les journalistes du *Journal de Montréal* qui connaîtront le plus long lock-out de l'histoire du Québec (reprise du travail fin février 2011 après 764 jours de conflit).

Par ailleurs, cette augmentation de la circulation de l'information journalistique prend place dans un contexte marqué par la multiplication des informations de toutes sortes, à commencer par celles qui relèvent des stratégies de communication d'un nombre toujours croissant d'organisations, ce que Bernard Miège appelle les « *relations publiques généralisées* » (1997). De plus, une partie de ces informations qui circulent

toujours plus vite relève du monde de la finance qui s'avère incontestablement le plus globalisé avec un système boursier qui fonctionne 24 heures sur 24, l'information financière transitant de façon quasi instantanée grâce aux réseaux informatiques.

Les agences de presse connaissent bien la dimension stratégique de ce type d'informations. Ainsi, dans les années 1960, c'est la vitesse de la transmission des informations financières, autour du développement de l'informatique, qui a permis à Reuters de sortir de l'endettement dû au manque de rentabilité des informations générales. On sait depuis la croissance très forte qu'a connue cette agence grâce à l'accent qu'elle a mis dans ce secteur. Plus globalement, Bernard Miège confirme l'importance de l'accélération de la circulation de l'information en parlant à ce sujet d'informationnisation, « un procès qui se caractérise par la circulation croissante et accélérée des flux d'information éditée ou non, autant dans la sphère privée, dans celle du travail que dans l'espace public » (2008) depuis une dizaine d'années. Il ajoute à ce sujet : « L'accélération de la circulation de flux croissants d'information est évidemment le trait qui est le plus visible, et qui en une dizaine d'années seulement a profondément marqué les économies et les sociétés dominantes, et certaines composantes des autres ; car la vitesse de circulation est en relation directe avec les débits et donc avec les perfectionnements techniques des réseaux. Des entreprises nouvelles – les fournisseurs d'accès entre autres – se sont implantées et ont acquis une importance économique et sociale réelle. Il faut souligner non pas le caractère disruptif du phénomène car il était prévisible, mais sa diffusion élargie et son importance quantitative. Les flux d'information circulent vite et dans des quantités fortement croissantes » (Miège, 2008).

## Du rôle des journalistes et de la réception

Mais est-ce que cette accélération constitue un progrès ? Deux éléments d'analyse nous conduisent à adopter un point de vue prudent sur la question. D'une part, le journaliste travaille de plus en plus avec l'emploi d'une technologie toujours plus miniaturisée et facile d'utilisation. Les délais pour aboutir à un « produit fini » tendent donc à diminuer. Comme le dit Christophe Deleu, « le phénomène qui consiste à vouloir supprimer tout délai peut ainsi se conjuguer à celui qui vise à accroître la productivité au sein des rédactions » (1998, p. 212). Dans une telle situation, on peut se demander si le journaliste peut encore prendre le temps de réfléchir en prenant du recul ? Christophe Deleu s'interroge sur l'inscription dans le temp de l'accélération de la circulation de la

production : « *La chasse aux scoops continuera-t-elle d'être une pratique sujette à admiration, au détriment d'un journalisme approfondi, plus proche de la vérité, plus soucieux de la complexité des faits ? La vitesse sera-t-elle encore l'exigence principale des rédactions en chef ? Des réponses à ces questions dépendent les pratiques du journalisme de demain* » (Deleu, 1998, p. 215).

D'autre part, il est également possible de s'interroger du point de vue du récepteur de cette information. Dans une perspective teintée de cybernétique, nous pourrions mettre l'accent sur la difficulté d'assimiler une information de plus en plus abondante. Mais il nous semble qu'en fait le problème est ailleurs. L'information n'est pas forcément trop abondante, mais elle manque souvent de contextualisation, les sujets abordés par les journalistes étant relativement peu situés dans un cadre plus vaste qui en étant traité de façon adéquate permettrait de transformer l'information en connaissance. Par ailleurs, dans un autre registre, il faut aussi tenir compte du fait que s'il y a une abondance de plus en plus grande d'informations à partir de la croissance des médias proposés, de la presse au Web en passant par la radio et la télévision, il y a parallèlement un certain éclatement de l'écoute du public à travers une fragmentation des auditoires. Ce qui signifie que les récepteurs ne sont tout simplement pas systématiquement touchés par ce « bombardement ».

Enfin, d'un point de vue conceptuel, il nous semble que ce propos a mis en évidence l'importance d'aborder une question telle que celle de l'accélération de la circulation de l'information d'un quadruple point de vue : historique, économique, social et technologique. Historique parce que tous les phénomènes communicationnels, même ceux reliés aux technologies les plus récentes, prennent tous place dans un contexte tant anthropologique qu'historique ou plus précisément socio-historique. L'histoire est en effet construite par les différentes forces sociales en présence qui se retrouvent souvent en situation conflictuelle les unes par rapport aux autres. Ici, l'économie tient un rôle central dans la mesure où toutes les activités humaines tendent dorénavant à être développées avec pour objectif d'être source de création de valeur. D'ailleurs, les technologies développées, dont les médias, doivent justement être rentables. Elles n'en ont pas moins un rôle crucial car leurs caractéristiques techniques encadrent la formation d'usages sociaux, que ceux-ci soient le fait de certaines composantes de la société comme les journalistes ou de l'ensemble de celle-ci, en tant que récepteurs par exemple ■

## Notes

1. Précisons ici qu'il s'agit ici d'information au sens de connaissance qui peut être mobilisée comme ressource afin de pouvoir prendre des décisions économiques, pas d'information forcément liée à l'actualité. Les deux définitions ne renvoient pas à des ensembles nettement différenciés mais il y a tout de même des différences notables. Ainsi, alors que les deuxièmes sont produites avant tout par des journalistes, les premières le sont aussi, au moins autant, par d'autres professionnels, notamment des relationnistes.

## Références bibliographiques

- AUGEY Dominique (2003), « Les journalistes : petits maillons au bout de la chaîne industrielle », *Hermès*, n°35, p. 73-79.
- AUGEY Dominique & Franck REBILLARD (2009), « Introduction : la dimension économique du journalisme », *Les Cahiers du journalisme*, n°20, automne 09, p. 10-21.
- BERNIER Marc-François. (2008), *Journalistes au pays de la convergence. Sérénité, malaise et détresse dans la profession*. Québec, Presses de l'Université Laval.
- CHARON Jean-Marie (2009), « Stratégies pluri-médias des groupes de presse », *Les Cahiers du journalisme*, n°20, automne 09, p. 64-83.
- CHARON Jean-Marie (1996), « Journalisme et sciences sociales. Proximités et malentendus », *Politix*, vol. 9, n°36, p. 16-32.
- DELEU Christophe (1998), « Médias et nouvelles technologies : le journaliste pressé », *Les Cahiers du journalisme*, n°5, décembre 98, p. 206-216.
- ELLUL Jacques (1977), *Le système technicien*, Paris, Calmann-Lévy.
- MIÈGE Bernard (2008), « L'imposition d'un syntagme : la Société de l'Information », *tic&société*, vol. 22, n°2, <http://ticetsociete.revues.org/467>.
- REBILLARD Franck (2007), « Du traitement de l'information à son retraitement. La publication de l'information journalistique sur l'internet », *Réseaux*, vol. 24, n°137, p. 29-68.
- REBILLARD Franck *et al.* (2007), *Les mutations de la filière Presse et information*, note sectorielle pour le Ministère de la Culture et des Communications, Programme diversité culturelle et mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication, MSH de Paris Nord.
- SONNAC Nathalie (2009), « L'économie de la presse : vers un nouveau modèle d'affaires », *Les Cahiers du journalisme*, n°20, automne 09, p. 22-34.
- SYNDICAT DES TRAVAILLEURS DE L'INFORMATION DE LA PRESSE (STIP) (2009), « Lettre d'entente 105 entre La Presse Itée et Le STIP (CSN), STIP – Documents. En ligne. 6 p. <<http://docs.lestip.org/conventions/entente-105-La%20Presse-multiplateformes.pdf>>