

# L'economie de l'information en continu. A propos des conditions de production dans les chaînes d'information en général et à euronews en particulier

Olivier Baisnée, Dominique Marchetti

▶ **To cite this version:**

Olivier Baisnée, Dominique Marchetti. L'economie de l'information en continu. A propos des conditions de production dans les chaînes d'information en général et à euronews en particulier. Réseaux : communication, technologie, société, 2002, 114, p. 181-214. 10.3917/res.114.0181 . halshs-02379701

**HAL Id: halshs-02379701**
**https://shs.hal.science/halshs-02379701**

Submitted on 27 Nov 2019

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

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

# L'économie de l'information en continu

*A propos des conditions de production dans les chaînes d'information en continu en général et à Euronews en particulier*

Dominique Marchetti et Olivier Baisnée

L'apparition des chaînes de télévision d'information en continu nationales (LCI, i>télévision) et internationales (Euronews, CNN, BBC World), ou tout du moins certaines d'entre elles, a contribué à transformer l'économie générale de la production et la diffusion de l'information[1]. C'est encore plus vrai dans le cas de la radio où France Info connaît à la fois un succès d'audience de plus en plus grand et bénéficie d'un prestige interne relativement fort. Ces chaînes d'information en continu ont suscité jusqu'à présent l'intérêt d'un seul chercheur en sciences sociales en France, Andréa Semprini. Mais ce travail sur CNN et France Info ne nous dit rien ou presque des conditions de production de l'information, des pratiques ou des métiers dans ce type de médias. Cet aspect est aussi souvent absent des travaux en langue anglaise portant sur le sujet, l'une des exceptions étant le travail de Brent MacGregor[2]. Pourtant, ces chaînes peuvent être non seulement des « laboratoires » de la production de l'information dite internationale mais aussi d'extraordinaires terrains pour comprendre les transformations récentes de la production de l'information télévisée. Parce qu'elles sont plus soumises aux contraintes économiques et temporelles que les grandes chaînes généralistes, les télévisions d'information en continu doivent produire des « news » avec peu de moyens matériels et humains et constituent donc des cas

[1] Ces chaînes figurent parmi les plus regardées des bouquets du câble et du satellite en France. Selon la première étude MédiaCabSat de l'Institut Médiamétrie publiée le 28 août 2001, Euronews (4,04 millions de téléspectateurs de 4 ans et plus) arrivait en quatrième position des chaînes les plus regardées en « couverture semaine » (elle correspond à la proportion d'abonnés âgés de 4 ans et plus ayant regardé au moins une seconde la chaîne en moyenne par semaine, parmi la population des abonnés âgés de 4 ans et plus initialisés à cette chaîne), se situant derrière Eurosport, TV5 Monde et Paris Première. LCI (3,77 millions) figurait à la cinquième place dans le « top 10 », i>télévision arrivant bien plus loin avec 2,32 millions.

[2] MACGREGOR, 1997.

limites pour étudier la production des informations les plus « chaudes »[3] (*hard news*), c'est-à-dire celles qui font la « une ».

Quels sont les traits caractéristiques des conditions de production de l'information dans ces chaînes ? En quoi sont-elles des laboratoires des transformations de l'activité journalistique ? Quels sont les effets sur les types d'informations privilégiées ? Telles sont les trois interrogations auxquelles nous avons tenté successivement de répondre. Bref, ce n'est donc pas une simple sociologie du travail concret des journalistes de ces chaînes qui est proposée ici dans la mesure où ils sont replacés, avec leurs propriétés quand cela a été possible, dans leurs univers relationnels de type professionnel[4]. En effet, comme on le verra, celles-ci occupent une position singulière dans la production de l'information des médias d'information générale et politique : si elles demeurent pour la plupart des médias de « reprises », elles ont contribué à imposer à des degrés divers une nouvelle temporalité et un nouveau rythme de production dans l'ensemble du champ journalistique.

> Pour ce faire, c'est notre enquête menée conjointement en 2000 au siège d'Euronews, chaîne paneuropéenne multilingue – elle était alors diffusée en six langues : anglais, allemand, espagnol, français, italien, portugais -, qui servira de principale étude de cas. Elle s'appuie sur des observations ethnographiques et une vingtaine d'entretiens avec les personnels de la chaîne (différents types de journalistes, responsables des ressources humaines, de la distribution, des relations avec les téléspectateurs, directeur artistique, etc.). Les exemples de LCI ou i>télévision et des chaînes sportives Infosport et L'Equipe TV sont mobilisés seulement à titre complémentaire. L'enquête d'Euronews a également été complétée par plusieurs interviews de personnes travaillant au siège de l'UER à Genève[5]

---

[3] Dans le cadre de cet article, nous avons choisi de nous intéresser essentiellement à la production des *news* diffusées dans les journaux et non à celle des magazines ou des émissions de débat qui peuvent exister sur ces chaînes. Autrement dit, on ne traite ici qu'une partie de la production de ces chaînes, celle qui est la plus généraliste.

[4] La minutieuse enquête de Jacques SIRACUSA (2001) sur la « *sociologie du travail à la télévision* », qui porte essentiellement sur la production des journaux télévisés dans des chaînes hertziennes, montre à la fois les apports de ce type d'approche (organisation du travail, procédés de fabrication), procédant notamment par notes ethnographiques, mais aussi toutes ses limites : ne voir les journalistes et leur activité qu'au prisme des métiers, de la « profession », des technologies et des savoir-faire qu'ils utilisent.

[5] Sauf indication contraire, l'essentiel des entretiens réalisés à Euronews ont été réalisés en 2000. Notre enquête s'inscrit dans une recherche plus générale portant sur la médiatisation des questions européennes, qui a été financée par le programme « Identité européenne » du CNRS. Nous tenons à remercier l'ensemble des journalistes et plus généralement des personnels de la chaîne, tout particulièrement Dominique Gicquel, responsable des ressources humaines, qui a contribué à convaincre sa hiérarchie de l'intérêt d'une telle étude, et Bill Dunlop, le directeur de la rédaction de l'époque, de nous avoir permis de réaliser un tel travail. La recherche sur l'UER a été réalisée en collaboration avec Jean Chalaby (City University, Londres) et Eric Darras (CURAPP, IEP Toulouse). Par ailleurs,

où se réalisent les Euro Vision News (EVN), des échanges d'images entre de nombreuses chaînes européennes. Nous avons aussi été autorisés pendant deux jours à suivre le travail de la coordination news de l'UER[6]. Enfin, nous nous appuierons également sur des entretiens réalisés par l'un d'entre nous en 1998 et 2000 auprès de journalistes travaillant dans des chaînes ou des radios d'information en continu généraliste ou sportive, puis de différents matériels documentaires collectés sur i>télévision, LCI et CNN.

*La genèse des chaînes tout info en France*

L'apparition de ces médias tout info au cours des deux dernières décennies, auxquels on pourrait ajouter les sites internet depuis la fin des années 90, s'inscrit dans les transformations plus générales des champs médiatiques nationaux des Etats d'Europe de l'Ouest. Au même titre que le cinéma et le sport, « l'information » au sens large est devenue un des enjeux majeurs de la compétition économique (nationale et internationale), professionnelle, politique que se livrent quelques grands groupes et, dans le cas européen, les Etats à travers leurs chaînes de service public[7].

Les télévisions d'information en continu ont constitué « *produits d'appel* » des nouveaux bouquets satellite ou des réseaux câblés[8] qui se sont multipliés dans toute l'Europe. Ce domaine est d'autant plus stratégique d'un point de vue économique qu'il attire des abonnements et de l'audience mais surtout des rentrées publicitaires. Il est aussi stratégique pour le prestige des groupes qui en sont propriétaires et leurs liens avec les partenaires économiques et politiques[9]. Si ces chaînes ont été créées, c'est qu'elles permettaient également de rentabiliser les investissements de ces groupes publics ou privés dans leur production de l'information.

Ces nouveaux types de médias sont inspirés, d'une part, des « modèles américains » des

nous remercions les différents personnels de l'UER qui nous ont accordé un peu de leur temps, notamment Adina Fulga qui a beaucoup contribué à nous faciliter l'accès à la coordination news.

[6] DARRAS et MARCHETTI, 2000.

[7] Sur les transformations des médias audiovisuels en Europe, et tout particulièrement l'émergence de médias paneuropéens, on renvoie notamment à COLLINS, 1992 et 1994 ; SCHLESINGER, 1993, 1997 ; TUNSTALL et MACHIN, 1999 ; KELLY-HOLMES, 1999 ; BAISNEE et MARCHETTI, 2000.

[8] En France, l'augmentation des dépenses des ménages d'abonnements pour le câble, le satellite et Canal Plus a considérablement progressé puisque la croissance annuelle a été de 16% depuis 1985. Le nombre d'abonnés à un service de quinze chaînes du câble est passé de 356 000 en 1990 à 1,54 millions au premier semestre 1998. Concernant le satellite, il était de 453 000 en 1996 pour 1,53 millions au premier semestre 1998.

[9] Sur ce sujet pour le cas du groupe Bouygues, voir PEAN et NICK, 1997, p. 567 et suiv.

chaînes de télévision, des stations de radio d'information locale ou de CNN et, d'autre part, dans le cas français, de l'exemple de France Info, créé en 1987. Ces deux éléments ont fortement contribué à la consécration de ce nouveau concept journalistique et économique. Comme le montre l'histoire de la création de la chaîne paneuropéenne Euronews, la place prise par CNN dans la médiatisation de la guerre du Golfe en 1991 (de très nombreuses télévisions nationales généralistes reprenaient souvent des images de la chaîne américaine) a été un facteur décisif. D'où la création, pour ne prendre que des exemples de chaînes tout info détenues majoritairement par des membres de l'Union Européenne de Radio-télévision (UER), de deux chaînes internationales BBC World (1991) et Euronews (1993) et de nombreuses chaînes nationales dans les principaux pays d'Europe[10]. Il faudrait aujourd'hui ajouter les chaînes sportives (Infosport et L'Equipe TV en France ou Eurosport News à l'échelle européenne) et la chaîne économique (Bloomberg TV) d'information en continu, qui ont vu le jour à la fin des années 90 et au début de l'an 2000.

## I. LES CONDITIONS DE PRODUCTION DE L'INFORMATION EN CONTINU

Des représentations naïves pourraient laisser croire que produire de l'information en continu nécessite des moyens matériels et humains considérables bien supérieurs à ceux des grandes chaînes hertziennes. Pourtant, l'une des principales propriétés des chaînes d'information en continu est précisément le décalage entre le volume de production de la chaîne et les effectifs des rédactions ou encore les budgets. S'il est vrai que ces structures sont probablement parmi les plus importantes en nombre de journalistes des nouvelles chaînes du câble et du satellite[11], elles restent modestes par rapport aux rédactions de la plupart des chaînes hertziennes et des quotidiens nationaux.

> Le nombre de journalistes permanents s'élevait fin 2000 environ à 102 à i>télévision (dont 70 à 80 journalistes reporters d'images ou JRI), à une centaine à LCI, 135 à Euronews (dont 8 chefs d'édition, 8 producers, 3 responsables de rubrique, 3 rédacteurs en chef adjoint, 1 rédacteur en chef et 1 directeur de la rédaction)[12]. Mais ce chiffre élevé s'explique par le fait que la chaîne était diffusée en six

[10] On peut citer notamment : LCI (1994), Régions (1998) et i>télévision (1999) en France ; Phoenix, ZDF : infobox et Eins extra (1998) en Allemagne ; Canal 24 Horas (1997) en Espagne ; BBC News 24 (1997), BBC Parliament (1999) en Grande-Bretagne ; SVT 24 (1999) en Suède ; RAI News 24 (1999) en Italie (source : *Annuaire UER 2000*).

[11] Les nouvelles chaînes du câble et du satellite constituent bien souvent des petites structures. En 1989, le nombre moyen de salariés permanents (sans distinction de statut) par entreprise référencée comme chaînes thématiques et locales s'élevait à 17 (pour 8 entreprises) et à 33 en 1996 (pour 31 entreprises). Source : SJTI, 1998.

[12] Les chiffres d'Euronews nous ont été communiqués par la direction des ressources humaines et ceux d'i>télévision et LCI sont issus du recoupement de plusieurs articles de presse et des sites des deux chaînes.

> langues en 2000. A titre de comparaison, des grands quotidiens nationaux et régionaux (519 à *Ouest-France*, environ 320 au *Monde*, 310 au *Parisien-Aujourd'hui*, plus de 150 à *L'Equipe*) et des télévisions nationales (environ 330 à France 2, 180 à la rédaction nationale de France 3) comptent plus de journalistes[13]. Mais ces chiffres bruts doivent être doublement nuancés : d'une part, ces rédactions bénéficient à des degrés divers de la collaboration des journalistes d'autres médias (correspondants, envoyés spéciaux, etc.) appartenant au même groupe (par exemple TF1-LCI ou Canal Plus-i>télévision dont les rédactions ont fusionné) ; d'autre part, elles comptent un nombre de pigistes difficile à évaluer. La lecture des chiffres d'affaires confirme plus encore les contraintes économiques pesant sur ces chaînes : 200 millions pour i>télévision[14] et 287 millions pour LCI en 2000 tandis qu'Euronews est situé dans une fourchette de 100 à 200 millions[15]. Comme le dit un membre de la rédaction, Euronews fait de la « *télé cheap* ».

Une autre propriété importante de ces chaînes est la nécessité de produire des informations en permanence même si une partie d'entre elles sont rediffusées. Cette contrainte ne s'exprime probablement jamais aussi fortement dans les périodes où « l'actualité » est jugée « *peu intéressante* » ou « *creuse* ». Les journalistes de ces chaînes reconnaissent eux-mêmes que, lors de certaines périodes, ils doivent « *remplir* ».

> « Il y a des hauts et des bas dans un système comme ça. Les hauts, c'est quand on a des grosses actualités de ce style [il vient d'évoquer les conflits du Kosovo] qui nous permettent de nous affirmer, de nous démarquer de gagner en crédibilité et tout ça. Puis les bas, c'est les jours ternes et évidemment ça c'est bas pour tout le monde (…) Il faut qu'on invente des trucs quoi c'est... Parfois, c'est artistique (…) Faut remplir voilà, quelle que soit l'actualité » (entretien avec un responsable d'Euronews).

Comme l'explique cette coordinatrice de l'UER[16], leurs principales sources n'expriment pas autre chose quand elles décrivent les demandes des journalistes des chaînes tout info : « *Ils sont insatiables, ils voudraient des images en continu tout le temps dès qu'il y a quelque chose qui se passe (…) [ils] aimeraient des flashes, des trucs tout le temps, des ci et des ça parce qu'ils doivent remplir, c'est la hot news (…) Maintenant, la donne a changé avec cet appétit féroce de toutes les chaînes* »,.

---

[13] Ces chiffres sont extraits d'une enquête par entretiens financée et réalisée avec le concours de la Direction du développement des médias (DDM, Premier ministre) : cf. MARCHETTI et RUELLAN, 2001.

[14] Source : « Un an après son lancement, la chaîne iTélévision passe à 'l'âge adulte' », Agence France Presse, 17 novembre 2000.

[15] *La lettre du CSA*, n°134, novembre 2000.

[16] Entretien réalisé par l'un des auteurs et Eric Darras, 2000.

Dans le cas d'Euronews, il faudrait ajouter une autre propriété, qui lui est spécifique, à savoir qu'il s'agit d'une chaîne paneuropéenne et multilingue[17], visant des publics très différents. En effet, elle présente la particularité d'être une télévision sans présentateur et sans plateaux, c'est-à-dire qui diffuse des images en continu et dans des formats relativement courts. De par sa spécificité transnationale, Euronews a été un des pionniers dans la diffusion des journaux tout en images. Elle est aussi une chaîne sans caméra ou presque car il est très rare qu'elle produise ses propres images, étant alimentée par les chaînes membres de l'UER, les agences audiovisuelles et ITN, le groupe britannique étant depuis 1997 son principal opérateur.

*L'organisation du travail*

Ces propriétés générales décrites, c'est à travers l'organisation concrète du travail de cette qu'on peut saisir les contraintes de production de l'information dans ce type de structure à travers l'exemple d'Euronews. L'organisation de la rédaction de la chaîne doit être comprise comme une entreprise de réduction de « l'imprévisible » en quelque sorte, qui consiste à alimenter l'antenne en permanence par l'actualité la plus récente et notamment de faire face à tout nouvel événement jugé important. Comme l'écrivent Peter Golding et Philip Elliot, « *if news is about the unpredictable, its production is about prediction* »[18].

La nécessité de produire à la fois en flux tendu et en continu implique une organisation du personnel très structurée parce que les équipes de journalistes doivent être complètes dans toutes les langues concernées. Le système de gestion des emplois du temps, qui s'est aussi compliqué avec la mise en place de la réduction du temps de travail à 35 heures, a été perfectionné afin de gérer la complexité liée à la rotation des équipes de journalistes (trois par jour), aux jours de récupération. Pour pallier les absences éventuelles, les cadres dirigeants de la chaîne s'appuient sur un volant toujours renouvelé de pigistes qu'ils peuvent appeler à tout moment. La gestion des effectifs de journalistes est d'autant moins aisée que la chaîne fait appel à des professionnels issus de pays parfois assez éloignés et dont les conditions de rémunérations sont parfois, comme dans le cas des Allemands et des Anglais, bien meilleures qu'en France.

D'autre part, la division du travail journalistique au sein des « news » s'articule entre ceux qui travaillent en amont (le service de la « coordination » et celui du « planning »), chargé de réduire les incertitudes liées à l'actualité, et en aval (les chefs d'éditions et les journalistes rédacteurs). Pour qualifier cette division du travail, on pourrait d'une certaine manière reprendre la distinction

---

[17] Euronews a fait l'objet de plusieurs articles portant sur cette dimension : voir MACHILL, 1998 ; RICHARDSON K. et MEINHOF, 1999 ; BAISNEE et MARCHETTI, 2000.

[18] GOLDING et ELLIOT, 1999, p. 113.

de Jeremy Tunstall[19] entre les *gatherers*, qui collectent l'information - mais ceux-ci ne sont pas sur le terrain à l'inverse de ceux décrits par le sociologue anglais - et les *processors* traitant d'une information qu'ils n'ont pas produite.

Le travail en amont s'organise autour de deux services principaux perçus comme peu prestigieux mais très importants dans le fonctionnement interne parce qu'ils fournissent le matériau aux journalistes par des opérations de tri, de synthèse et de coordination : d'un côté, la « *coordination* » chargée d'extraire du flot d'images reçues par la chaînes, celles qui constitueront le matériau des éditions du jour ; de l'autre, le service du « *forward planning* » ou de la « *prévision* » chargé de réaliser une veille informationnelle afin que la chaîne dispose d'un agenda relativement précis.

En aval de ce travail d'archivage et de récolte d'informations et d'images, les autres journalistes de la rédaction (rédacteurs et chefs d'éditions) utilisent ce matériau brut pour construire à la fois leurs sujets et leurs commentaires.

> Les chefs d'édition sont les pivots de l'organisation du travail de la chaîne. Leurs bureaux sont d'ailleurs situés au centre de la pièce réservée aux journalistes des news. C'est sur les images que les chefs d'édition sélectionnent et montent, autrement dit celles qui sont diffusées à l'antenne, que les six journalistes rédacteurs dits « de langue » réalisent chacun leurs propres commentaires qu'ils mixent en cabine.

Chaîne multilingue paneuropéenne qui a des effectifs limités et émet 24 heures sur 24, Euronews a d'emblée rationalisé ses méthodes de production de l'information. Il est significatif que, pour caractériser l'organisation d'une rédaction où les journalistes pointent[20] désormais, certains journalistes mobilisent la comparaison avec une chaîne (au sens industriel du terme) de travail ou la métaphore provocatrice de l'« *usine* ».

> « Ici quand on s'assied à la machine à coudre, on coud toute la journée et puis voilà (…) Sauf si c'est grave, on ne se triture pas trop les méninges pour se poser des questions existentielles. Faut le faire, faut le faire et puis on le fait » (entretien avec un rédacteur en chef d'Euronews). « Il s'agit de produire des sujets à la queuleuleu. C'est un peu comme à l'usine mais bon c'est ça les chaînes de news » (entretien avec un chef d'édition d'Euronews).

De l'aveu de journalistes ayant quitté la chaîne ou eu des expériences antérieures dans d'autres types de chaînes, le rythme de production est beaucoup plus élevé que celui d'une rédaction audiovisuelle d'une chaîne hertzienne. Il est, tout d'abord, le produit des contraintes

---

[19] TUNSTALL, 1971.

[20] Du fait de la mise en place des 35 heures hebdomadaires, la chaîne a en effet dû installer des pointeuses à la stupéfaction du directeur de la rédaction écossais.

économiques. La productivité demandée est en effet relativement élevée : « *A Euronews, tout emploi, tout départ donne lieu à réflexion avant remplacement, c'est le mot d'ordre (…) Il y a une recherche de productivité qui est affichée et qui a porté ses fruits* »[21]. C'est ce qui explique le faible nombre de rédacteurs, si on met à part les chefs d'édition ou de rubriques, qui préparent un journal réactualisé par exemple à 19 h : « *Il y a trois journalistes news [de chaque langue], je divise tout par six, un journaliste sport, un journaliste éco, un journaliste Europe, un journaliste Analysis : ça fait sept personnes qui font une demi-heure* », explique un rédacteur en chef adjoint. Alors qu'un journaliste d'une chaîne hertzienne française peut fort bien passer plusieurs jours sans réaliser aucun sujet, les journalistes d'Euronews en produiront plusieurs par jour dans des délais extrêmement resserrés.

> « Ici ils ont en moyenne pffffff une demi-heure pour faire un sujet d'une minute. Tu vas dans les chaînes nationales, c'est la journée pour faire un sujet de deux minutes. Ils n'ont pas du tout le même rythme c'est clair. D'ailleurs, les gens qui sont partis après d'Euronews pour aller dans les chaînes publiques ils n'en reviennent pas comme ils foutent rien (rires) de la journée, ça les étonne toujours (…) Une des principales frustrations, c'est dans le fait qu'il y a de… On demande de plus en plus aux gens sans pour autant ajouter de plus en plus de moyens et ça, ça finit par taper sur le système, notamment des gens qui sont en news mais c'est aussi valable pour les pauvres qui font les mags là, sept minutes à écrire par jour (…) C'est énorme et c'est vrai qu'en news, on leur demande de plus en plus, de plus en plus dans le sens où il y a un renouvellement…(…) Tu sors du direct à moins le quart, on te demande une minute pour l'heure, dans le journal et ça les rend dingue » (entretien avec une journaliste d'Euronews).

Les journalistes enchaînent les sujets, ne disposant parfois que de quelques minutes pour réaliser leur commentaires et mixer leur « son ». Le cas échéant, le journaliste, qui n'a pas eu le temps de terminer son commentaire dans les délais, sera obligé de le prononcer en direct durant la diffusion de l'édition du journal.

Outre les nécessités très directement économiques de production, cette intensité du rythme de production est liée à la définition dominante de « l'information » qui s'est imposée et que les chaînes tout info ont fortement contribué à imposer puisqu'elles ont été créées sur ce modèle d'excellence professionnelle : une information doit être diffusée à l'antenne le plus vite possible et est périmée de plus en plus rapidement. Cette temporalité très courte[22], qui n'est que la manifestation d'une logique de la nouveauté, s'impose d'autant plus aujourd'hui que la concurrence professionnelle et économique entre les chaînes nationales et internationales est

---

[21] Entretien avec une responsable de la chaîne.

[22] Sur une approche sémiotique de la temporalité de ces chaînes, on trouvera des développements à partir de l'exemple de N-TV en Allemagne et Sky News au Royaume Uni dans l'ouvrage de Kay Richardson et Ulrike H. Meinhof (1999 : chapitre 1).

exacerbée dans les différents espaces nationaux. En effet, la concurrence pour la priorité est très importante dans les jugements croisés des professionnels. Etre le premier à diffuser les images ou de donner l'information sur tel ou tel événement contribue à fonder les réputations professionnelles : « *c'est le premier qui a dit, qui est le plus crédible quoi (…) on est commercialement amené pour être crédible à aller vite* » comme le résume un responsable d'Euronews.

Ces contraintes se manifestent dans la réactualisation de plus en plus rapide des éditions des journaux. Il n'est pas anecdotique de constater que l'arrivée en 1997 d'ITN comme opérateur principal d'Euronews s'est accompagnée d'une reprise en main des programmes. Profitant de grands événements d'actualité, les nouveaux dirigeants ont cherché à augmenter le nombre de *prime time* et mis l'accent sur la partie « news » par rapport aux « magazines » en demandant notamment une réactualisation beaucoup plus fréquente des éditions.

> « On a profité de la guerre du Kosovo pour lancer un troisième prime time à 13 heures et on a dit 'c'est pour la guerre, c'est pour la guerre, c'est pour la guerre'. Et quand la guerre a été finie, on l'a laissé et puis voilà (rires). On a réaménagé les plannings pour qu'on est une meilleure couverture de journalistes le matin et tout ça (…) Si on travaille pour une chaîne d'info en continu, on n'a pas le choix. Ou alors on va ailleurs. Et ils acceptent ça la plupart du temps. Bon il y a des moments où ça râle forcément parce que les gens sont fatigués, parce que ça peut être aussi le bordel dans la manière dont on organise les choses au niveau des chefs d'ed ou moi... la communication avec les chef d'ed. Il peut y avoir des situations comme ça mais ça râle et puis c'est tout. De toutes façons, tout le monde ici est ouvert à la critique donc les journalistes viennent, ils râlent » (entretien avec un rédacteur en chef d'Euronews).

Mais, comme d'autres l'ont montré à propos de ce type de chaînes[23], le « direct » ou le « live » incarne davantage encore cette conception immédiate de l'information qui correspond à un idéal professionnel de faire coïncider l'action, l'énonciation et la diffusion[24] : « *plus de directs : directs, directs, directs dès qu'une occasion se présente parce que bon c'est la vocation même d'une chaîne en continu quoi. Je veux dire, si on peut montrer l'actu...* », explique un responsable d'Euronews. La « *réactivité* » à l'événement est un critère essentiel de la compétence journalistique : « *A tout moment, vous avez des journalistes, on les balance en cabine, ça dure deux minutes. Tout le monde est là, on peut prendre… le moindre événement qui se passe, on n'a pas besoin d'une infrastructure, ni de studio, ni de caméras, on met le robinet en direct et là ça dépend du talent des journalistes dans les six langues pour commenter ce qu'ils voient* », raconte un cadre dirigeant d'Euronews. L'exemple de la mise en place en 1999 de la nouvelle chaîne

---

[23] *Ibid,* partie 1.

[24] ARCQUEMBOURG, 1996 : 39.

française i>télévision, mettant en avant ses moyens technologiques et sa proximité avec le terrain, illustre à l'extrême cette vision dominante de ce que doit être l'information télévisée.

> « La force de i>télévision réside aussi dans ce qui a pratiquement disparu à la télévision mais que le public a toujours plébiscité : le direct, l'instantané, l'événement, c'est-à-dire... le risque ! Largement en avance sur d'autres chaînes, i>télévision réduit enfin le laps de temps entre l'arrivée de l'information et son traitement à l'antenne. Le secret de ce record de vitesse pour la réaction 'à chaud' sur l'événement, réside dans la conception de sa structure et la méthodologie de fonctionnement de sa rédaction. Ses moyens numériques révolutionnent le traitement de l'actualité par leur mobilité, leur souplesse et surtout leur rapidité à exploiter les ressources d'informations et d'images depuis le terrain où se déroule l'événement » (extrait d'un texte de Pierre Lescure paru sur le site de i>télévision, 3 décembre 1999).

## II. UN LABORATOIRE DE TRANSFORMATIONS DE L'ACTIVITE JOURNALISTIQUE DANS LES MEDIAS AUDIOVISUELS

Ces nouvelles formes de travail journalistique ont bien évidemment des effets sur les définitions et les pratiques professionnelles. Les chaînes d'information permanente constituent des laboratoires d'étude des transformations du journalisme de télévision. L'exigence de travailler vite est vécue bien souvent sous le mode de la performance à la fois technique, parce qu'elle est permise par les nouvelles technologies, et humaine, parce que les journalistes se jugent sur ce critère : « *On a besoin de journalistes qui soient capables très vite d'écrire un papier en recevant une dépêche, en le personnalisant plus ou moins. Quelque part, on ne lui demande pas d'être un vérificateur ou un enquêteur* », note un cadre dirigeant d'Euronews.

Certaines diffusions en direct ne sont en effet pas prévues longtemps à l'avance et les journalistes ne disposent parfois que de quelques minutes pour se préparer à commenter des images et des événements dont ils savent peu de choses[25]. Installés en cabine, ils n'ont que la documentation qu'on leur a fourni pour réaliser les retransmissions et dont ils ne maîtrisent pas le

---

[25] Le 11 septembre 2001, un journaliste français commente en direct (visiblement en l'absence d'informations précises) les images du World Trade Center en flammes suite à deux attentats : « *Vous pouvez voir en direct sur Euronews ces images impressionnantes* [à l'image l'avion percute la deuxième tour sans qu'il s'en aperçoive visiblement] *avec cette énorme explosion qui s'est produite aujourd'hui sur la partie supérieure du World Trade Center* ». Quelques secondes après, on entend à l'antenne une journaliste entrer dans la cabine et lui chuchoter : « *Tu as vu l'avion. Tu as vule deuxième avion. C'est dingue !* ». Sa respiration indique qu'elle semble être très touchée par ces images. Cette anecdote est révélatrice des conditions dans lesquelles se déroulent les « directs » : les journalistes, dépourvus d'informations, sont tenus de commenter (parfois sur des durées assez longues) des images dont ils ne savent rien ou presque.

déroulement. Euronews ne tournant pas d'images, elle est dépendante des choix faits par sa source.

> « Ce sont des conditions extrêmes. Quand vous rentrez [en cabine de commentaire], vous n'avez pas de papier et vous commentez quelque chose en direct. Les images arrivent. Maintenant, ça va vite, pas comme avant, vous commentez en cabine, vous avez un événement d'une heure, vingt minutes, il faut dire quelque chose. Du coup, vous avez toujours quelque chose à côté de vous, l'info du jour c'est quoi ? La Tchétchénie, vous avez un dossier, il y a un direct, vous refilez dans la cabine et vous faîtes le truc et vous commentez » (entretien avec un journaliste).

Du même coup, les journalistes dans les chaînes d'information en continu, notamment dans le cas d'Euronews, effectue un travail très routinisé et standardisé qui permet de faire face aux imprévus de l'« actualité ». En cas d'actualité forte, le directeur de la rédaction, les rédacteurs en chef, les chefs d'édition tranchent assez vite, c'est-à-dire qu'il n'y a guère de place pour la discussion avant diffusion. Comme le montre le cas du montage qui est unique pour toutes les langues (seul le commentaire est décliné dans les différentes langues), les techniques de travail doivent être très routinières.

> Par exemple, un chef d'édition de la chaîne devait faire un montage de 45 secondes d'une rencontre qui venait d'être diffusée en partie en direct à la mi-journée entre Thomas Klestil, le président autrichien, et Romano Prodi, le président de la Commission européenne. Avant même que ne commence la conférence commune, il a déjà prévu de mettre en tête (15 secondes) Thomas Klestil autour d'une table, puis l'arrivée des deux personnalités dans les couloirs et dans la salle. Entre la quinzième et la trente quatrième seconde, un ou deux extraits des discours pour finir (de 34 à 45) sur le *shake hand**s*** dans une petite salle connexe à la salle de conférence.

Si les sujets changent, l'activité elle-même demeure très répétitive et éprouvante nerveusement, voire même physiquement : « Au bout d'un moment quand on bosse deux semaines en news, on devient fou, on fait toujours la même chose, toujours à taper sur son truc, à se dépêcher pour faire les sujets », explique une journaliste.

*Journalistes « assis » et polyvalents*

Le fonctionnement des chaînes tout info incarnent très fortement une autre évolution du travail journalistique. Rationaliser l'organisation du travail et faire vite, c'est souvent traiter de l'information ou des images en partie produites par d'autres sans aller forcément tout de suite, voire même jamais dans certains cas, « sur le terrain ». Comme dans d'autres jeunes médias tels que les chaînes thématiques du câble et du satellite ou encore les sites internet d'information, les journalistes des chaînes d'information en continu tendent à réaliser de plus en plus un travail « assis » ou « de bureau ».

> Le cas Euronews ne peut pas être intégralement généralisé mais il est révélateur d'une tendance très générale de renforcement du « journalisme assis ». Bien évidemment, ce type de journalisme est sans commune mesure à Euronews, chaîne de post-production, et dans les chaînes nationales (LCI ou i>télévision) ou internationales (Sky News, CNN, BBC World), qui ont des moyens matériels de tournage. Il n'en demeure pas moins que compte tenu des effectifs et des zones géographiques à couvrir, une part des journalistes rédacteurs de ces chaînes réalisent leurs sujets à partir d'images qu'ils n'ont pas tourné, puisant dans les images de chaînes partenaires, d'agences ou les archives, ajoutant si besoin des infographies. Par exemple, les journalistes de i>télévision qui réalisent les journaux « tout en images » font ce type de travail. Quant à ceux qui sont envoyés en reportage, les temps impartis pour faire les images et les sonores sont réduits parce qu'ils doivent, en amont, préparer rapidement leur terrain, essentiellement en donnant quelques coups de téléphone, en lisant ou en écoutant les confrères ; en aval les monter au plus vite sans compter qu'ils peuvent éventuellement être mobilisés pour faire des « directs »[26]. Le temps de recueil de l'information sur le lieu de l'événement est doncrelativement faible. Les quelques descriptions qui nous ont été rapportées sur le travail des JRI d'i>télévision montrent notamment l'importance du temps accordée aux problèmes purement techniques durant la préparation, la réalisation et la transmission de leurs reportages ou de leurs directs.

Autrement dit, on est loin de la vision idéalisée du journalisme de reportage comme le résume très abruptement un responsable d'Euronews : « *Un journaliste télé ici, c'est un mec qui est derrière un ordinateur et qui voit des images… (…) Il n'y a pas le profil du journaliste, style Joseph Kessel (…) C'est terminé ça* »[27]. Il s'agit d'un travail posté – à Euronews, la quasi-totalité des personnels ne sortent de la rédaction que pour se restaurer et surtout boire des cafés ou fumer - où l'outillage technique est prépondérant.

Certes, il s'agit là certes d'un cas extrême mais de plus en plus de métiers du journalisme tendent à correspondre, au moins dans les chaînes françaises généralistes et sportives d'information en continu, à un travail de bureau, hormis pour les journalistes reporters d'images ou certaines catégories de rédacteurs. Comme le montre une enquête réalisée sur les marchés du travail journalistique en France[28], ce phénomène est observable dans l'ensemble du champ. Des chefs d'édition des journaux, qui assurent des tâches de coordination, aux rédacteurs postés de plus en plus nombreux, qui montent et/ou commentent en cabine des images d'archives ou

---

[26] Les situations de guerre ou de catastrophes montrent comment les envoyés spéciaux des médias audiovisuels sont parfois obligés de se contenter de faire des « extérieurs » en direct en disposant d'un minimum d'informations. Autrement dit, une partie du travail « sur le terrain » peut être parfois aussi très « assise ».

[27] Entretien, 2000.

[28] MARCHETTI et RUELLAN, 2001.

provenant de sources externes, aux présentateurs des journaux ou aux coordinateurs, chargés de recueillir des images, ils ont tous un travail très sédentaire. C'est pourquoi les responsables de ces chaînes cherchent pour certains types de travail des journalistes ayant des expériences de desk ou de radio, le commentaire sur images en cabine se rapprochant beaucoup du journalisme de radio.

> « Les gens, on les avait bien prévenus, on leur avait dit : attention, c'est une télé de desk, il y a que les JRI qui sortent (…) Et aux journalistes, vous, le desk c'est… Votre ordinateur, les dépêches, la salle de montage, la présentation, le plateau, commentaire sur images, etc. (…) Ca devient un autre métier, ça devient les trois-huit presque, sauf qu'il reste encore une mentalité » (entretien avec le directeur de la rédaction d'une télévision d'information spécialisée, mars 2000).

Cette tendance vers des métiers de plus en plus « assis » varie d'un support à l'autre selon plusieurs variables : importance des effectifs, des budgets, coûts de production des reportages, type de spécialisation journalistique (il est de moins en moins rare qu'on rende compte de événements sans être sur place, y compris dans le journalisme sportif, c'est-à-dire un secteur où les journalistes sortent beaucoup sur le terrain), propriétés des journalistes, espaces des trajectoires professionnelles possibles en interne, etc.

Cette évolution doit être rapportée à une double série de transformations : d'une part économiques, avec une tendance à la réduction des coûts de production et de transmission d'autant plus que les chaînes d'information en continu cherchent à couvrir des fractions de plus en plus larges des espaces sociaux et géographiques ; d'autre part technologiques, du fait de l'arrivée massive de nouvelles techniques dans les années 80 et 90 qui ont totalement bouleversé les conditions de production des journalistes. Il faudrait ajouter d'autres phénomènes au moins aussi importants telle que la montée de la communication, des sondages, du recours de plus en plus fréquent dans tous les secteurs d'activités aux « témoins », « porte parole » et aux « experts », qui favorise à leur tour un travail sédentaire.

Dans toutes les chaînes d'information permanente, les manifestations concrètes du journalisme « assis » comme conséquence directe des contraintes économiques s'observe à travers ce qui fait la matière première des programmes diffusés. De nombreuses tout info utilisent les sujets (en reprenant intégralement ou en les retraitant) des correspondants à l'étranger, en régions des chaînes partenaires quand ils existent ou font appel directement à eux pour un « extérieur » ou une correspondance téléphonique. En effet, c'est en partie pour ces raisons économiques que toutes les chaînes d'information en continu appartiennent à des grands groupes, voire sont liées à des agences de presse (Reuters par exemple est actionnaire d'ITN, principal opérateur d'Euronews) ou des banques d'échanges (les chaînes membres de l'UER). Trouver des débouchés de plus en plus importants devient une nécessité surtout quand les coûts de production et/ou de transmission, de diffusion sont très élevés.

Plus souvent encore, la matière première traitée est fournie par des correspondants de journaux ou d'agences de presse écrite, des pigistes multimédias, mais surtout par des agences de production locales, les deux grandes agences audiovisuelles mondiales (Reuters Television, APTN), voire les échanges de l'UER. Probablement plus que d'autres domaines de l'information, l'« actualité internationale » très coûteuse illustre ce mode de travail[29]. Comme dans les chaînes françaises généralistes qui ont diminué leur présence à l'étranger - mais le constat pourrait être établi pour la presse écrite -, les sujets portant sur des événements « internationaux » sont de plus en plus réalisés en cabine, à partir d'images non produites par les chaînes. Comme le remarque avec ironie un rédacteur en chef d'Euronews, il arrive que les envoyés spéciaux sur le terrain intègrent dans leurs sujets des images tournées par les agences audiovisuelles et non pas par « leur » chaîne : « *Tout le monde dépend des agences. Et même les envoyés spéciaux, ça m'amuse beaucoup de les voir avec le micro devant machin truc et puis, tout autour, pendant le reportage, ils mettent les images d'agences*… ».

Pour le dire autrement, la matière première des journalistes est sous-traitée ou retraitée, l'« actualité internationale » n'étant bien évidemment pas le seul secteur concerné. Dans certains cas, c'est l'intégralité des tâches de reportages qui est sous-traitée auprès d'une agence de presse ou d'un correspondant non salarié par la chaîne ; dans d'autres, seules les images, servant de support aux sujets, sont achetées ou échangées, puis retraitées par les journalistes. Comme le note un directeur de la rédaction d'une chaîne tout info, « *on va sans doute [de plus en plus] traiter les événements qui arrivent par les images des autres* »[30]. Outre les images, ce sont plus largement les informations produites à l'extérieur qui font l'objet d'un retraitement, les rédacteurs puisant leur matière première dans la documentation, la presse écrite, des dépêches d'agences de presse écrite, les *dope sheets*[31] des agences audiovisuelles. C'est ce qui fait de certaines chaînes d'information en continu comme Euronews des sortes d'agences de presse bis ou de « supermarché de l'information » mettant à l'antenne des productions qui sont pour partie réalisées par d'autres.

La croissance du « journalisme assis » tient en deuxième lieu aux usages économiques et professionnels du développement des nouvelles technologies, qu'il s'agisse par exemple de l'informatisation des rédactions[32], de la diffusion du numérique ou de l'usage d'un matériel de

---

[29] L'importance des agences écrites et audiovisuelles et la montée des journalistes free lance dans la production de l'information internationale sont décrites par Philip M. TAYLOR (1997 : 66 – 69).

[30] Entretien avec un responsable d'une chaîne thématique, mars 2000.

[31] Il s'agit de commentaries écrits qui accompagnent les images correspondantes.

[32] Sur la mise en place de nouvelles formes de travail du fait des usages de l'informatisation au sein de la rédaction de

plus en plus léger. L'omniprésence de ces nouveaux instruments est à la fois visible objectivement quand on observe les rédactions – les supports papiers sont, semble-t-il, bien moins présents que dans les rédactions des quotidiens nationaux et même des chaînes hertziennes généralistes – et subjectivement à travers la place qu'elles occupent dans le discours sur les pratiques professionnelles. A Euronews, où le montage n'est pas numérisé, les trois principaux instruments de travail sont l'ordinateur, le poste de télévision et le téléphone, la communication à l'intérieur de la rédaction se fait également par diffusion sur un circuit audible par tous les journalistes. Dans les chaînes numérisées comme i>télévision, les journalistes réalisent directement sur leurs ordinateurs montages et/ou commentaires. Des opérations autrefois lourdes et complexes sont effectuées depuis le bureau du journaliste sans qu'il soit besoin pour lui d'aller récupérer une cassette, de passer en salle de montage puis de mixage, etc. Des structures matérielles très légères permettent aujourd'hui de réaliser des tâches qui mobilisaient auparavant plusieurs métiers de l'audiovisuel (caméraman, monteur, etc.). Comme dans toutes les chaînes, les journalistes de i>télévision peuvent bien évidemment consulter leurs mails mais aussi et surtout les services intranet (notamment la documentation : revue de presse, liste de numéros de téléphone, etc.), l'internet et les dépêches des agences auxquelles leur entreprise est abonnée.

Force est de constater que cette évolution dans les pratiques a des effets importants sur les perceptions qu'en ont les professionnels surtout que, dans le même temps, leurs propriétés ont changé. En effet, ce développement du « journalisme assis » se produit durant une période marquée par des transformations morphologiques (accroissement des effectifs, rajeunissement, féminisation, précarisation des statuts) dont l'une des plus importantes est l'augmentation générale du niveau moyen de diplôme chez les jeunes journalistes[33]. Pour le dire autrement, les entreprises demandent un travail de bureau à une nouvelle main-d'œuvre de plus en plus formée, c'est-à-dire qui a suivi des études spécialisées - les jeunes journalistes sortent pour une bonne part des formations professionnelles agréées et ont été fortement sélectionnés dans certains cas - ou généralistes de plus en plus longues (niveau bac plus quatre ou cinq bien souvent) : « *Un bon niveau d'études, des gens curieux, intellectuels… Donc la spécificité, ça devient un métier un peu comme un autre mais fait par des gens…(…) Je ne vais pas exagérer, je ne veux pas dire un truc de fonctionnaires mais ça devient*

---

France Info, voir PETITET (1998 : 78-81 notamment).

[33] D'après une enquête menée par Denis Ruellan sur un échantillon des nouveaux titulaires de la carte de presse 1990 et 1998, ceux-ci sont de plus en plus diplômés (bac plus trois étant désormais un niveau pivot) - les femmes qui sont entrées dans la profession en 1998, avaient, en moyenne, fait 3,3 années d'études après le bac contre 2,5 années pour les hommes - et issus des de formations au journalisme agréées (14,8% contre 8,9%) ou non (8,1% contre 7,3%) ou encore des formations Information-Communication : MARCHETTI et RUELLAN, 2001.

*un travail un peu de bureau mais fait par des mecs intelligents* », résume abruptement un responsable d'une de ces chaînes[34]. De là à en tirer des conclusions générales sur la manière dont sont vécues ces réalités du métier, il y a un pas qu'on ne peut franchir, sauf à faire une enquête prenant en compte les trajectoires sociales et professionnelles des journalistes, qui induisent des rapports au travail très différenciés.

Dans certaines chaînes du câble et du satellite, « sortir » sur le terrain est un des enjeux majeurs de concurrence entre journalistes mais l'inverse peut être vrai parce que le travail sédentaire offre, notamment à certaines femmes qui ont des enfants et souhaitent consacrer davantage de temps à leur vie extra-professionnelle ou à des journalistes plus âgés, des horaires fixes et moins soumis aux fluctuations de l'actualité la plus immédiate.

> Cette évolution peut permettre, au moins en partie, de comprendre la féminisation croissante des effectifs des rédactions. La mobilité professionnelle renvoie donc directement aux propriétés mêmes des journalistes et à l'espace des métiers possibles dans et en dehors de leurs entreprises. Ils vont plutôt pratiquer : soit un journalisme de plus en plus « assis », du fait de leur âge, de leur vie familiale, d'un espace des possibles très restreint compte tenu du marché du travail, etc. ; soit, au contraire, après avoir fait un type de travail plus sédentaire, poursuivre leur itinéraire vers le reportage, voire le grand reportage de news ou de magazines où la concurrence pour les postes est de plus en plus forte. Les uns vont trouver dans ce type de travail un « confort professionnel » (dans le travail d'édition, de secrétariat de rédaction ou de desk) tandis que d'autres, tout particulièrement les plus jeunes, vivent mal le décalage entre leurs aspirations initiales, produites notamment par certains professionnels réputés qui entretiennent les images publiques confondant journalisme et reportage, et leurs conditions objectives de travail.

Le passage par le « journalisme assis » dès l'entrée sur le marché du travail manifeste davantage une véritable transformation des métiers du journalisme qu'une simple étape obligée dans une « carrière ». C'est ainsi qu'on peut comprendre les prises de position critiques des journalistes plus anciens en poste dans les chaînes les plus prestigieuses qui voient à travers ces évolutions une dévalorisation, une déqualification du métier de journaliste de télévision tel qu'ils le pratiquent et/ou le conçoivent.

> « Il y a la fille d'un de mes copains qui travaille chez nous qui est à T [nom d'une chaîne d'information en continu] (…) Elle va donner sa démission (...) Elle ne peut plus, elle est attachée au [journal] tout images toute la journée (…) elle ne peut pas sortir, elle ne peut pas faire de reportages, elle veut apprendre quoi, elle a 26 ans ou 27 ans, elle veut apprendre son métier » (rédacteur en chef d'une télévision hertzienne nationale proche de la retraite, octobre 2000).

[34] Entretien, mars 2000.

Bien évidemment, il s'agit là d'une tendance générale mais qui mériterait d'être précisée suivant les médias parce que, dans nombre d'entre eux (presse quotidienne régionale, Radio France, France 3, etc.), le début de carrière est marqué par les reportages « de terrain » dans les « locales » et les services d'information générale[35].

Enfin, les chaînes tout info sont des « laboratoires » des transformations du travail journalistique au sens où elles permettent d'étudier la polyvalence demandée aux jeunes journalistes dans leur activité professionnelle. Il va de soi qu'elle ne se pose dans les mêmes termes partout. La demande de polyvalence a été, au moins au début, maximale dans le cas de chaînes comme i>télévision (« *Un journaliste de i>télévision est performant parce qu'il est rapide; autonome, multimédias* », explique le site internet de la chaîne[36]) ou L'Equipe TV.

> « Moi, je veux transposer la mentalité des petites structures et, petit à petit, l'adapter. Mais il faut partir, fallait partir bon… (…) Ca a été dur à un moment parce que ça fait longtemps que je leur dis, que je leur parle de polyvalence et qu'ils vont s'enrichir parce que je ne veux surtout pas que là, maintenant, on fasse comme à TF1. Pour le moindre reportage, ils partent à trois, c'est… Non seulement, c'est impossible mais, en plus, philosophiquement, c'est insupportable parce qu'encore une fois la technique ça suit (…) Mais je n'impose rien et je ne veux surtout pas que les mecs arrivent avec leurs pré-carrés. Où est mon cadreur ? Où est mon monteur ? Où est mon truc ? Parce qu'on a des monteurs, on n'est pas idiot » (entretien avec un responsable d'une chaîne d'information, 2000).

Elle est bien évidemment moindre dans les plus grosses structures comme LCI, même si elle existe, ou à Euronews dans la mesure où l'espace des postes possibles est relativement restreint compte tenu du fonctionnement de la chaîne. Il n'en demeure pas moins qu'elle est globalement forte dans ce type de chaînes parce que celles-ci utilisent les dernières technologies et surtout, comme on l'a mentionné, comptent peu de personnel par rapport à l'importance des débouchés antenne. Ce qui signifie que les journalistes de certaines chaînes tout info, qu'ils soient débutants ou expérimentés, peuvent faire dans des périodes rapprochées du desk, du commentaire sur image en cabines, des reportages, de l'édition, c'est-à-dire être « *l'interface entre la technique et la rédaction* »[37], de la présentation, ou coordonner la réception des images EVN ou des agences, etc.

Dans ces chaînes, et tout particulièrement à i>télévision, c'est le métier de Journaliste Reporter d'Images (JRI) qui manifeste à l'extrême l'image du journaliste à tout faire comme le décrit ce responsable : « *nos JRI sont capables de tout faire, c'est-à-dire des JRI qui partent tout seul, qui sont*

---

[35] MARCHETTI et RUELLAN, 2001.

[36] Consultation du 24 août 2001.

[37] Entretien avec un directeur des ressources humaines d'une chaîne d'information en continu, 2000.

*capables d'interviewer, de éventuellement… de se mettre de l'autre côté de la caméra et (…) d'enchaîner sur un direct, de faire un plateau enfin ou un extérieur au moins, qui reviennent, qui savent monter, commenter et mettre leur sujet…* »[38]. C'est l'inverse de la « *télé de grand papa* », pour reprendre l'expression ironique d'un responsable d'une chaîne tout info, où un reportage se fait à trois ou quatre personnes.

*Jeunes médias et médias jeunes*

Dès lors, on comprend mieux pourquoi ces jeunes médias sont des médias dans lesquels la moyenne d'âge des journalistes se situent plus ou moins autour de la trentaine[39], ce qui les différencie des chaînes hertziennes dont la pyramide des âges est inversée. Cette particularité se retrouve probablement au sein de nombreuses nouvelles télévisions diffusées par le câble et le satellite ou encore des sites internet d'information. Dans l'organisation du personnel, les postes hiérarchiques sont souvent occupés par des journalistes plus âgés encadrant une main-d'œuvre sortie seulement depuis peu des cursus de formation.

Cette jeunesse des effectifs doit beaucoup aux conditions de production déjà évoquées. Les attentes des cadres dirigeants rencontrent là d'une certaine manière les dispositions de jeunes journalistes entrés sur le marché du travail. Les employeurs veulent des professionnels capables de s'adapter immédiatement aux contraintes de production élevées et à des salaires relativement bas.

> « Le rythme est très important, le rythme de travail dans une chaîne d'info en continu est très, très important (…) le jeunisme je me méfie beaucoup mais enfin quand même, effectivement, c'est un critère bien évidemment, la rédaction est assez jeune. Mais surtout, si vous avez fait quatre-cinq ans dans une télévision où il y a un journal par jour ou deux journaux par jour et que… je ne le dis pas méchamment, je le dis par expérience parce qu'on a essayé, la greffe prend rarement. Or à la limite, je suis plus intéressé par quelqu'un qui a fait par exemple de la radio en continu que par quelqu'un qui a fait même de l'audiovisuel mais en… sous un rythme qui est différent parce que c'est vraiment une gymnastique (…) Des erreurs de casting (…) c'est : on prend quelqu'un qui n'est pas habitué à faire de l'info en continu et qui n'arrive pas à s'y mettre quoi, qui n'arrive pas à avoir la réactivité » (entretien avec un responsable d'une chaîne tout info, 2000).

Les jeunes journalistes issus des formations professionnelles sont parfaitement ajustés aux attentes des employeurs. En effet, ils sont « *opérationnels* », rapidement disponibles et quelques jours de formation interne sur les équipements suffisent à compléter leur maîtrise des techniques. « *Plus le type est formé en amont, moins moi je perds d'argent pour le former, d'argent et de temps parce que le*

---

[38] Entretien, 2000.

[39] Plusieurs enquêtés ont évoqué un âge moyen de 30 ans à Euronews, le site internet de i>télévision cite à l'été 2001 celui de 28 ans.

*temps est une dimension importante. Dans une chaîne d'info en continu, on n'a pas le temps de se dire : tiens, pendant six mois, je crois que j'aurais un besoin au desk. Généralement, le besoin au desk, il est quand le mec est parti (…) il faut que je trouve tout de suite* », explique ainsi un cadre dirigeant d'une chaîne[40]. Comme on l'a montré par ailleurs[41], ces périodes sont aussi pour les employeurs des mises à l'épreuve, des tests de journalistes débutants (en stage, en piges ou en contrats à durée déterminée) en les mettant en concurrence.

Loin d'être perçues forcément négativement, ces conditions d'entrée sur le marché du travail des jeunes journalistes sont, semble-t-il, vécues dans de nombreux cas comme des « *expériences* » incontournables[42], qui leur permettent « *faire [leurs] preuves* » et d'acquérir un savoir pratique. Pour faire *mutatis mutandis* une analogie avec les jeunes intérimaires étudiés par Michel Pialoux[43] à la fin des années 70, ces « nouveaux » journalistes font de « *la disponibilité, du goût du changement et du désir de 'goûter à tout' des valeurs professionnelles* » à l'opposé des journalistes « *fonctionnaires* » qu'incarnent dans leur esprit certaines rédactions du service public – souvent les plus syndiquées - comme Radio France ou France Télévision ou même des grosses structures comme TF1.

Si les chaînes d'information en continu sont composées de journalistes aussi jeunes, c'est également parce qu'elles offrent, surtout les petites structures comme Euronews ou les chaînes sportives d'information en continu, de faibles possibilités de « carrière », de sorte que le taux de sortie est relativement élevé. Le passage par une chaîne d'information en continu est donc souvent perçu comme un « *tremplin* », pour reprendre l'expression d'un journaliste, vers d'autres médias.

> « Il y a un turn-over très fort, il y a beaucoup de gens qui arrivent qui n'ont pas forcément beaucoup travailler avant d'arriver ici, pour qui je pense que c'est un excellent tremplin. Mais le problème, c'est que ça reste trop souvent un tremplin. On a... bon pour prendre... une machine qui tourne, qui est un peu une usine d'infos mais, au bout d'un moment, on stagne en termes de carrière, soit on passe par les étapes : chef d'édition, chef de rubrique, producer, etc. Mais il n'y a pas 36 places... » (entretien avec une journaliste producer d'Euronews).

Cet ensemble d'évolutions vient donc illustrer de manière exacerbée un décalage croissant entre les représentations publiques les plus prestigieuses du métier (le grand reportage, le travail

---

[40] Entretien, 2000.

[41] Voir notre contribution (réalisée avec la collaboration de Valérie Devillard et Marie-Françoise Lafosse) : « Les conditions d'entrée sur le marché du travail journalistique » *in* MARCHETTI et RUELLAN, 2001.

[42] ACCARDO ET ALII, 1998 : 8-41.

[43] 1979 : 35.

intellectuel, la « libre » sélection de l'information, etc.) et une partie des conditions objectives d'exercice qui sont de plus en plus précaires pour une partie des journalistes[44] même si cette situation n'est parfois pas vécue comme telle.

## III. LES EFFETS SUR LA PRODUCTION DE L'INFORMATION

Avec ce qu'on sait maintenant du fonctionnement d'Euronews, ou dans une moindre mesure des autres chaînes d'information permanente, on peut se demander en quoi ces transformations ont des effets sur le traitement de l'information. Même si une étude de contenu des éditions des journaux pourrait davantage préciser l'analyse, le visionnage régulier en 1999 et 2000 des actualités diffusées par Euronews et les entretiens permettent de dégager quelques remarques générales. Une première série est commune aux évolutions des grands médias nationaux et internationaux qui font de l'information « chaude ». Les transformations des espaces médiatiques nationaux et du marché international des médias, notamment la montée des logiques économiques au sein des grands groupes publics et surtout privés, ont contribué à transformer les définitions mêmes de l'information dominante qu'on peut chercher à préciser. Peut-être plus encore que dans les chaînes généralistes en clair, ce sont d'abord les *hard news* (les guerres, les catastrophes, les accidents, les risques, les scandales, les faits divers, etc.)[45] qui occupent une place prédominante dans la hiérarchie de l'information. Les effets de l'entrée du groupe britannique ITN dans le capital d'Euronews sont révélateurs de cette tendance générale, notamment dans les chaînes internationales d'information en continu. L'idéal de l'information 24 h sur 24 h pour les dirigeants des chaînes d'information permanente est une information de « crise » comme le dit une journaliste de CNN[46] : « *La formule CNN est d'autant mieux adaptée – et donc plus rentable – que l'actualité est en crise* ».

---

[44] Pour la France, on trouvera des analyses et des informations dans les travaux suivants : ACCARDO ET ALII, 1999 ; BALBASTRE, 2000 ; CHAMPAGNE, 1996 ; DEVILLARD ET ALII, 2001 ; MARCHETTI et RUELLAN, 2001. L'exemple du Royaume-Uni semble également très révélateur à cet égard (PATERSON et HAZELKORN, 2001).

[45] Elles correspondent aux informations de nature spectaculaire et/ou dramatique qui font que l'événement s'impose « de lui-même » (à condition, là encore, que des images soient disponibles), c'est-à-dire qu'il est conforme à la définition professionnelle dominante. Les journalistes les opposent aux « soft news » qu renvoient aux sujets légers, parfois drôles mais moins directement liés à l'actualité. A propos de cette dichotomie, le directeur de la rédaction mis en place par ITN imposa l'idée qu'au sein du journal devaient alterner « soft » et « hard » news afin de ne pas alourdir le contenu.

[46] MONTVALON S. (de), 1992 : 51.

> « [Evoquant l'information] Une espèce d'info moulinée menue, *hard news*, donc vraiment de l'info internationale pur jus, telle qu'on la rencontre absolument partout (…) Mais il faut voir l'autre côté de la médaille, c'est aussi ce qui se vend le mieux, ce qui ressemble à ce que font les autres, ce qui est d'une certaine façon gage de crédibilité » (entretien avec un responsable d'Euronews).

Cependant, l'« actualité internationale » ne renvoie pas seulement aux *hard news*. Du fait de sa vocation transnationale, l'information diffusée par la chaîne est relativement peu traitée par les médias nationaux généralistes, qui ont réduit la part de l'« actualité internationale » dans leur espace rédactionnel comme le montre plusieurs études anglo-saxonnes (HJARVARD, 2001 : 30-32 ; BEAUDOIN et THORSON, 2001). On pense ici notamment à l'actualité de l'Union européenne et à celle des pays de l'Est qui sont régulièrement traitées par *Euronews* alors qu'elles sont quasiment absentes des journaux des chaînes hertziennes françaises. Autrement dit, l'information plus strictement institutionnelle (notamment diplomatique) et plus classique occupe toujours une part importante des journaux de la chaîne.

La définition dominante de l'information renvoie également à ce que les journalistes appellent désormais « *l'information de proximité* ». Cette appellation peut être prise dans son acception géographique, c'est-à-dire que, comme dans les chaînes ou la presse locale, l'information sur une ou des zone(s) géographique(s) va être privilégiée. Ainsi en voulant « *raconter la France exacte* »[47], c'est-à-dire notamment descendre au plus près de l'échelon régional, les dirigeants de i>télévision souhaitent traiter de sujets locaux d'intérêt national proches sous certains rapports de ceux des journaux diffusés sur TF1 à la mi-journée. De même en donnant par exemple plus d'informations sur les pays de l'Europe de l'Est que les autres grandes chaînes internationales, Euronews compte s'adresser aux téléspectateurs (de plus en plus nombreux) qu'elle a sur ces marchés émergents du câble et du satellite.

La notion de « proximité » doit être aussi prise dans son acception sociale. En effet, le type d'information diffusée par les chaînes d'information en continu dépend bien évidemment des intérêts de leurs publics. Si on met à part le cas de i>télévision, qui vise davantage des téléspectateurs de catégories plus populaires, les chaînes généralistes d'information en continu diffusées en France s'adressent à des téléspectateurs à fort capital culturel et/ou économique. C'est ce qui explique par exemple la place importante occupée par certaines rubriques, tout particulièrement les informations financières. La « proximité » est donc synonyme d'information utile, de service « *qui affecte les gens dans leur vie de tous les jours* » comme le note un journaliste d'Euronews. Ce qui signifie aussi bien le développement d'information santé, multimédia, etc. ou

---

[47] « i télévision au siège à Paris… », *TV Câble Satellite hebdo*, 25 octobre 1999, p. 8-9.

de l'information économique, du point de vue supposé des « *téléspectateurs consommateurs* » et non du simple point de vue du spécialiste de l'économie.

> « On fait les sujets tels qu'ils sont dans l'actualité économique, par exemple la baisse de l'Euro. Mais on le fait comme il peut être perçu par le téléspectateur-consommateur et pas l'analyste. Avant, on faisait : qu'est-ce qu'elle dit l'analyse ? Ca sortait un bon sujet mais que personne ne comprenait. Bon, ça veut dire quelque chose que la personne, elle allait regarder sur NBC, sur des télévisions spécialisées financières (…) Nous par contre, on a orienté notre intérêt sur le côté plutôt consommateur (…) On avait vu aussi un…en regardant un peu notre téléspectateur que la grande part de nos téléspectateurs, notamment ceux qui regardent la rubrique éco, ce sont des décideurs mais qui, donc, ont suffisamment d'informations. Il y a plusieurs journaux, ils regardent plusieurs télévisions, donc ils attendent d'Euronews quelque chose qui soit différent de ce qu'ils ont vu peut-être dix minutes avant sur CNN ou sur une autre télévision qui donne des informations financières » (entretien avec le responsable du service économique d'Euronews).

Pour comprendre ce traitement de l'information des chaînes tout info, il faut non seulement invoquer ces tendances générales, qui sont le produit des logiques essentiellement commerciales et professionnelles, mais aussi des traits spécifiques, ou plus précisément qu'on perçoit plus fortement que dans les autres médias audiovisuels.

La nécessité d'alimenter l'antenne en permanence fait que la contrainte d'images pour traiter une information se pose de manière plus visible. Autrement dit, ces chaînes fourniraient des études de cas rêvées pour saisir le fait qu'un événement télévisé n'existe quasiment que s'il y a des images disponibles ou, en tous les cas, devient très difficile à traiter. C'est la condition *sine qua non* pour qu'il fasse la « une » et encore plus qu'il y reste. Les sujets économiques tels que « l'emploi » ou la guerre en Algérie par exemple, illustrent bien ces thèmes où les images font défaut. D'où la nécessité de recourir aux archives, à l'infographie (cartes, tableaux statistiques, etc.) qui permettent de donner des information en image. A l'inverse, notamment quand l'« actualité » est jugée peu intéressante, on va traiter de *« sujets légers »* comme un carnaval parce qu'on a « *de belles images* »[48].

De même, les chaînes d'information en continu sont aussi des lieux où la circularité circulaire des informations écrites et des images est la plus visible. Non seulement parce qu'elles rediffusent des sujets en boucle mais aussi parce qu'une partie de leur activité consiste pour une part, comme on l'a vu, à retraiter des images d'agences ou d'autres chaînes. L'« actualité internationale » est un des domaines où cette homogénéité des images à l'échelle mondiale est manifeste[49], du fait de la

---

[48] Entretiens avec des journalists d'Euronews, 2000.

[49] PATERSON, 1997, 1998.

position dominante occupée par les deux principales agences audiovisuelles anglo-saxonnes, Reuters Télévision et APTN[50], et dans une moindre mesure par l'UER. On pourrait faire le même constat sur l'usage intensif des dépêches des principales agences écrites (AFP, Reuters et Associated Press) sur l'information internationale mais aussi nationale. S'il fallait illustrer l'homogénéisation des informations dans ce domaine sur ce type de chaîne, il suffirait d'étudier les cas d'erreurs factuelles les plus grossières, qui sont reprises par tous les supports car les journalistes s'appuient sur une information diffusée par une agence ou un média à forte notoriété.

> « Des gens qui m'ont écrit assez récemment pour me dire, bon vous avez montré un sujet en disant que ça avait été tourné dans telle ville alors que ça se passait dans une ville à 300 kilomètres de là. Et en fait, l'information était erronée mais elle venait d'une agence, donc à partir du moment où nous, on n'a pas de journalistes sur place, on est obligé de se fier à notre source principale que sont les agences d'images, les agences de presse. Donc c'est pareil une fois, on avait une dépêche où il y avait une erreur. A partir du moment où l'erreur est faite dans la dépêche, bon elle passe à l'antenne puisque le journaliste, c'est sa source essentielle d'information » (entretien avec un responsable des relations avec le public d'une chaîne d'information en continu, 2000).

*Les effets sur la temporalité des autres médias*

En observant les chaînes tout info comme des « laboratoires » pour saisir les transformations des contraintes de production qui pèsent sur les journalistes des médias audiovisuels, on a, en fait, décrit les effets des logiques essentiellement économiques et professionnelles à l'œuvre dans le champ français et international, dominé par les Etats-Unis, ainsi que, dans une moindre mesure, les pays d'Europe de l'Ouest[51]. Pour comprendre plus complètement les conditions de production de l'information et son traitement au sein de ces chaînes, il faudrait les replacer plus qu'on ne l'a fait dans leurs univers relationnels en s'intéressant notamment aux effets qu'elles tendent à produire sur les autres médias. Faute d'une enquête comparative, on a pris ici que le champ journalistique français même s'il faudrait, pour l'analyser complètement, le replacer lui-même dans un espace international tant les enjeux et les agents sont aujourd'hui transnationaux. Pour s'en convaincre, on pourrait par exemple montrer à quel point l'économie même de ces chaînes tout info, la concurrence professionnelle qu'elles se livrent.

Non seulement comme on l'a vu à travers l'exemple d'Euronews ces chaînes ont participé à la mise en place de nouveaux « modèles » d'organisation du travail, des métiers, des formats professionnels (par exemple les journaux tout en images) mais elles ont aussi et surtout contribué

---

[50] TUNSTALL, 1999 : 195-197.

[51] Sur ce sujet, voir BOYD-BARRETT, 1998 ; TUNSTALL, 1999.

à changer la temporalité d'une grande partie des autres journalistes. La création de France Info en 1987 a également eu des effets importants mais c'est plus largement l'ensemble des médias d'information en continu qui ont participé à cette intensification du rythme de production. En effet, le développement des chaînes tout info, qui réactualisent constamment leurs éditions des journaux en diffusant en direct ou en léger différé les informations sur tel ou tel événement, a contraint les autres médias à les prendre en compte. C'est manifeste pour les autres chaînes de télévision, telles que les chaînes généralistes en clair, qui produisent de l'information. Celles-ci ont, d'un côté, cherché (ou cherchent encore) à se placer sur ce créneau de l'information en continu en créant leur propre chaîne et, de l'autre, modifié la fabrication des éditions de leurs journaux. Si les nouvelles technologies ont permis de réduire les temps de production, de transmission et de diffusion de l'information dans les grandes éditions des journaux des chaînes généralistes, c'est aussi la concurrence objective des chaînes d'information en continu qui explique l'accélération de leur rythme de production de l'information, certains sujets étant réalisés dans des temps de plus en plus courts pour être en prise avec l'« actualité » la plus « chaude ». C'est vrai aussi dans une certaine mesure pour la presse écrite quotidienne et les newsmagazines qui, avec le développement de la télévision, et tout particulièrement de l'information en continu, cherchent dans cette concurrence non pas seulement à décrire les événements (ou à les créer en faisant des « ouvertures » thématiques) quand ils ont eu lieu mais avant même qu'ils aient lieu pour devancer les médias audiovisuels.

Le second effet visible de la constitution de cette nouvelle position dans le champ journalistique est, qu'au même titre que les autres médias, les chaînes d'information en continu sont devenus un espace stratégique dans la concurrence pour les « reprises » des informations des supports les uns par rapport aux autres. C'est moins vrai pour Euronews ou i>télévision mais beaucoup plus pour LCI en France, regardée notamment par les journalistes occupant des positions hiérarchiques élevées (directeurs de la rédaction, rédacteurs en chef, présentateurs) dans les médias nationaux d'information générale, ou encore CNN dans le cas d'informations internationales importantes. Ce n'est pas un hasard si LCI est largement présente sur le ou les écrans de télévision des bureaux de cadres dirigeants ou de présentateurs des rédactions des médias généralistes nationaux[52]. Comparativement aux quotidiens et aux newsmagazines, il est relativement peu fréquent que les chaînes tout info annoncent des informations jugées exclusives. Les seules exceptions sont les chaînes internationales comme CNN ou BBC World, qui font

[52] Cette description s'appuie sur une observation participante dans une station de radio nationale et sur plusieurs enquêtes par entretien que l'un d'entre nous a mené depuis le milieu des années 90. L'une de ces recherches réalisée en 2000 nous a amené à rencontrer de nombreux cadres dirigeants de médias généralistes français.

partie des « grossistes » de l'information internationale.

La médiatisation des attentats du 11 septembre 2001 à New York et leurs suites immédiates ont constitué une sorte de concentré de plusieurs évolutions décrites dans cet article. En effet, elle a montré tout d'abord les traits caractéristiques de l'information dominante sur les chaînes d'information continu et même au delà puisque certaines chaînes hertziennes ont interrompu leurs programmes pour suivre leurs consœurs. Outre la confirmation de l'intérêt porté, non sans jubilation et excitation professionnelle parfois[53], à ce type de *hard news* très spectaculaires en télévision, ces événements ont été une illustration de la concurrence pour la priorité dans la diffusion des images et des informations. Avoir les premiers les images ou être les premiers à annoncer une information est devenu le principal critère de l'excellence journalistique dominante au risque parfois d'être démenti quelques heures ou jours plus tard. Cet événement exceptionnel donne à voir combien l'information en continu induit des pratiques à risque.

Le traitement médiatique de ces attentats est venu également illustrer le poids du journalisme « assis » dans la production de l'information. Faute de pouvoir arriver sur les lieux dans un premier temps et faute de pouvoir concurrencer pour des raisons économiques les télévisions américaines dans un second temps, les principales chaînes d'information en continu françaises et étrangères ont été en effet obligées de reprendre des nouvelles et des images produites par d'autres. C'était également le cas des envoyés spéciaux et des correspondants sur place. Enfin, ces événements sont venus confirmer le poids des agences et de certaines chaînes américaines (si l'on excepte le cas marginal d'Al Jezira) ainsi que la position dominante qu'occupe ce pays dans la production de l'information internationale notamment dans les chaînes tout info.

[53] Ainsi, un présentateur de journal télévise filmé par une chaîne concurrente s'écria « ouaah genial » quand il découvrit les images des avions percutant les tours du World Trade Center.

**Références**

ACCARDO A., ABOU G., BALBASTRE G., BINHAS S., DABITCH S., PUERTO A., ROUDIE H., TECHEL J. (1999), *Journalistes précaires*, Bordeaux, Le Mascaret.

ARCQUEMBOURG J. (1996), « L'événement en direct et en continu. L'exemple de la guerre du Golfe », *Réseaux*, n°76.

BAISNEE O. et MARCHETTI D. (2000), « Euronews, un laboratoire de production de l'information 'européenne' », *Cultures et Conflits*, n°39.

BALBASTRE G. (2000), « Une information précaire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°131-132, pp. 76-85.

BEAUDOIN C.E. et THORSON E. (2001), « *LA Times* Offered as Model For Foreign News Coverage », *Newspaper Research Journal*, vol. 22, n°1, pp. 80- 93.

BOYD-BARRETT (1998), « 'Global' News Agencies », *in* BOYD-BARRETT O. et RANTANEN T., *The Globalization of News*, Londres, Sage, pp. 19-34.

CHAMPAGNE P. (1996), « Le journalisme entre précarité et concurrence », *Liber. Revue internationale des livres*, n°29, 1996, pp. 6-7.

COHEN A. A., LEVY M. R., ROEH I. et GUREVITCH M. (1996), *Global Newsrooms, Local Audiences : A Study of the Eurovision News Exchange*, Londres, John Libbey.

COLLINS R. (1992), *Satellite television in Western Europe*, London, John Libbey.

COLLINS R. (1994), *Broadcasting and audio-visual policy in the European single market*, London, John Libbey.

DARRAS E. et MARCHETTI D. (2000), « Les logiques de production de l'information internationale. L'exemple des échanges d'actualités de l'UER » *in* Erik Neveu et Dominique Marchetti (dir.), *Signifier l'Europe. Médias, référentiels et espaces publics européens*, Rennes, rapport de recherche pour le Centre national de la recherche scientifique, Programme « l'identité européenne en question », 2 000.

DEVILLARD V., LAFOSSE M.-F., LETEINTURIER C. et RIEFFEL R. (2001), *Les journalistes français à l'aube de l'an 2000. Profils et parcours*, Paris, Panthéon-Assas,.

GOLDING P. et ELLIOT P. (1999), « Making the News » *in* Howard Tumber (ed), *News. A reader*, New York, Oxford University Press.

HAZELKORN E. (2001), « New Technologies and Changing Work Practices in Irish Broadcasting » *in* TUNSTALL J. (ed) (2001), *Media occupations and professions. A reader*, New York, Oxford University Press, pp. 214-226.

HJARVARD S. (1998), « TV News Exchange », *in* BOYD-BARRETT O. et RANTANEN T., *The Globalization of News*, Londres, Sage, pp. 202-226.

HJARVARD S. (2001), *News in Globalized Society*, Götegorg, Nordicom.

JOINET B. (2000), « Le 'plateau' et le 'terrain' », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°131-132.

KELLY-HOLMES H. (ed) (1999), *European Television Discourse in Transition*, Clevedon, Multilingual Matters LTD.

KORKIKIAN J. (1993), « Influence internationale et information : CNN et Euronews », *Géographie et Cultures*, n°8.

MACGREGOR (1997), *Live, direct and biased: making television news in the satellite age*, London, Edward Arnold.

MACHILL M. (1998), « Euronews : the first European news channel as a case study for media industry development in Europe and for spectra of transnational journalism research », *Media, Culture and Society*, vol 20, n°3.

MARCHETTI D. et RUELLAN D. (2001), *Devenir journalistes. Sociologie de l'entrée dans le marché du travail*, Paris, Documentation française.

MARCHETTI D. (1997), *Contribution à une sociologie des transformations du champ journalistique dans les années 80 et 90. A propos d' « événements sida » et du « scandale du sang contaminé »*, Paris, thèse de sociologie sous la direction de Pierre Bourdieu, EHESS.

MATHIEN M. et CONSO C. (1997), *Les agences de presse internationales*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ».

MOHR C. et GUEGUEN Y. (2000), « La télévision thématique : un quart du marché de la télévision », *Info-Médias*, n°5.

MONTVALON de S. (1992), « CNN, l'information sans frontières », *Médiaspouvoirs*, n°25.

NEVEU E. (2001), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, coll. « Repères ».

PATERSON C. (1997), « Global Television News Service », in SREBERNY-MOHAMMADI A. ET ALII, *Media in Global Context. A reader*, London, Arnold, pp. 145-156.

PATERSON C. (1998), « Global Battlefields », *in* BOYD-BARRETT O. et RANTANEN T., *The Globalization of News*, Londres, Sage, pp. 79-103.

PATERSON R. (2001), « The Television Labour Market in Britain », *in* TUNSTALL J. (ed), *Media occupations and professions. A reader*, New York, Oxford University Press, pp. 203-213.

PEAN P. et NICK C. (1997), *TF1, un pouvoir*, Paris, Fayard.

PETITET E., *France Info, le nouveau média de l'information en continu à la fin des années 80 : histoire et analyse* (1998), Paris, IEP Paris, mémoire pour le DEA « Histoire du XXème siècle » sous la direction de Jean-Noël Jeanneney.

PIALOUX M. (1976), « Jeunes sans avenir et travail intérimaire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°26/27.

RICHARDSON K. et MEINHOF U. U. (eds) (1999), *Worlds in Common ? Television discourse in a changing Europe*, London et New-York, Routledge, chapitre 4.

SCRIVEN M. et LECOMTE M. (eds) (1999), *Television Broadcasting in Contemporary France and Britain*, New-York, Oxford, Berghahn Books.

SEMPRINI A. (1997), *L'information en continu. France Info et CNN*, Paris, INA-Nathan.

SEMPRINI A. (2000), *CNN et la mondialisation de l'imag*in*aire*, Paris, Presses du CNRS.

SIRACUSA J. (2001), *Le JT, machine à décrire*, Bruxelles, INA-De Boeck Université.

SJTI (1998), *Indicateurs statistiques de l'audiovisuel. Cinéma, télévision, vidéo. Edition 1998*, Paris, La documentation française.

TAYLOR P. M. (1997), *Global communications, international affairs and the media since 1945*, Londres, Routledge.

TUNSTALL J. (ed) (2001), *Media occupations and professions. A reader*, New York, Oxford University Press.

TUNSTALL J. (1999), « World News Duopoly » *in* Howard Tumber (ed), *News. A reader*, New York, Oxford University Press.

TUNSTALL J. and MACHIN (1999), *The Anglo-American Media Connection*, Oxford, Oxford University Press.

TUNSTALL J. (1971), *Journalists at Work*, Londres, Constable.

WHITE P. (1997), *Le village CNN. La crise des agences de presse*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal.