

Liens Hypertextes et Journalisme :
Une Archéologie des Discours Méta-journalistiques

Juliette De Maeyer

Aspirant FNRS, Université Libre de Bruxelles

Article présenté au [colloque "Neo-Journalisme"](#), Bruxelles, 3 et 4 octobre 2012.

Ce document est une version d'un travail en cours, merci de contacter l'auteur pour obtenir une version à jour avant de le citer.

Juliette De Maeyer, Aspirant FNRS, ReSIC, Université Libre de Bruxelles.
50 avenue Franklin Roosevelt CP 123, 1050 Bruxelles.
Juliette.De.Maeyer@ulb.ac.be

Abstract

Cet article dresse une cartographie des discours méta-journalistiques portant sur les liens hypertextes, afin d'en déployer et d'en expliciter les enjeux. Loin de constituer un objet technique anodin et univoque, le lien hypertexte distingue l'information en ligne de ses équivalents hors-ligne, et est au centre d'enjeux de natures diverses, structurant la production journalistique (citations, sources, agrégation, circulation des nouvelles, flux et modèles économiques, formats d'écriture, etc.). Les milieux experts du journalisme en ligne s'emparent régulièrement de la question du lien — s'interrogeant sur son statut, ses fonctions, sa pertinence — et s'expriment dans un foisonnement de discours méta-journalistiques.

Cette recherche vise à dépasser le simple constat de complexité et à mettre au clair l'hétérogénéité de ces discours. Une analyse qualitative de ceux-ci est menée, après les avoir rassemblés en suivant une méthode de sérendipité, en saute-moutons : sur base de points d'entrée déterminés (des publications professionnelles à la croisée de plusieurs types d'expertises), il s'agit de remonter les connexions afin de reconstituer le domaine des discours méta-journalistiques sur les liens hypertextes.

L'analyse chronologique, vise à répondre aux questions suivantes : qui dit quoi, à quel moment et dans quel contexte? De cette manière, on identifie des points nodaux qui permettent de structurer les conversations disparates : lors de moments précis, certains acteurs mobilisent certaines idées, qui deviennent provisoirement les centres de gravité des discours. Ceux-ci disparaissent, mutent, ou évoluent.

Retracer, de connexion en connexion, l'évolution des discours nous permet de montrer comment la question du lien hypertexte ne constitue jamais qu'un objet concret, qui sert de prétexte ou de déclencheur pour permettre aux milieux du journalisme en ligne de débattre d'objets formels autrement plus important : les enjeux contemporains qui traversent le journalisme.

Liens Hypertextes et Journalisme : Une Archéologie des Discours Méta-journalistiques

"Internet peut contribuer à la réactivation d'un idéal du journalisme du Siècle des Lumières : celui de l'encyclopédisme. Nous entendons par compétence encyclopédique la capacité qu'aurait le journaliste à proposer un traitement contextuel, référentiel et récursif des informations, optimisant les potentialités offertes par la navigation hypertextuelle et interactive et reposant sur une "mise en boucle" (notion qui renvoie à l'étymologie de l'encyclopédie) de ces informations. Sur Internet, cette compétence se matérialise par la quantité et la qualité de ces "technologies de l'esprit" (l'expression est de Lucien Sfez) que sont les liens hypertextes, ou balises hypertextuelles, lesquelles ne sont pas simplement des zones d'écran à activer par un "clic" de souris mais représentant une intention communicationnelle de l'émetteur : celle de proposer un contenu qui va "ouvrir" et guider le lecteur vers d'autres contenus informationnels. On peut même présenter le lien hypertexte sur Internet comme un contrat de communication de nature encyclopédique." (Ruellan & Pélissier, 2002, p. 58)

"Technologie de l'esprit", le lien hypertexte est le mode d'organisation du Web (Lejeune, 2009, p. 32) qui permet de relier entre eux des documents dispersés. Il est également un des éléments qui caractérise l'information en ligne, et la distingue de ses équivalents hors-ligne. "En fait, les liens viennent directement après le texte dans leur capacité de transmettre l'information et le sens à l'utilisateur", affirme par exemple un manuel de journalisme en ligne (Foust, 2009, p. 155).

Puisque il permet de "pratiquer une nouvelle forme de découpage" et implique un "schéma narratif fondamentalement modifié" (Grevisse, 2008, p. 189), le lien est une de ces "formes technologiquement spécifiques" de travail journalistique (Powers, 2012). Ces formes de travail journalistique sont "enracinées dans les affordances des capacités techniques, qui disent aussi quelque chose sur la nature journalistique de ce travail" (Powers, 2012, p. 25). L'émergence de ces nouvelles formes suscite inévitablement chez les journalistes des discussions qui ne se limitent pas aux aspects techniques et opérationnels, mais interrogent la nature de leur travail.

Pourquoi ajouter des liens hypertextes à des contenus journalistiques? Comment les intégrer? Quels effets peuvent-ils avoir, quelles fonctions remplissent-ils? Dans quelles situations

les liens se montrent-ils malvenus, inappropriés, en conflits avec certaines contraintes de la production journalistique? Dans quels situations sont-ils souhaitables? Ces questions, et d'autres, traversent les réflexions que certains journalistes portent sur la pratique de l'information en ligne — dans un ensemble de discours méta-journalistiques qui accompagnent, depuis le début des années 1990, la disruption majeure que représente l'apparition du journalisme en ligne.

Les travaux de Wahl-Jorgensen, Cushion et Garcia (2011) sur les discours au sujet du "futur de l'information" au prisme des changements causés par les nouvelles technologies montrent à quel point ces discours sont glissants et contingents — passant de phases de cyber-optimisme absolu à d'affolantes prédictions, changeant perpétuellement de focale, de contexte et de problématique.

Dès lors, retracer précisément, dans une perspective socio-historique (Le Cam, 2010; Powers, 2012), l'évolution des discours au sujet de ces "objets d'évidence journalistiques" (Anderson, 2010, 2011) que sont les liens est une nécessité. Cet article vise dès lors à produire une archéologie des discours méta-journalistiques sur un objet constitutif de l'information en ligne, le lien hypertexte.

Méthode

Les discours méta-journalistiques qui questionnent la pratique de l'information au prisme des évolutions technologiques ne sont ni centralisés ni institutionnalisés dans des lieux où la voix du "milieu du journalisme en ligne" s'exprimerait de manière unifiée. Même en considérant uniquement le milieu anglo-saxon (relativement structuré) et les sources accessibles en ligne, ils sont dispersés, entre les publications professionnelles, les rubriques auto-réflexives de certains médias, et un essaim de blogs, essais, et pages diverses. Les acteurs eux-mêmes contribuent à cette dispersion par la multiplicité des rôles qu'ils endossent : ils sont souvent journalistes et s'expriment à ce titre (avec tout le flou et l'indétermination caractéristiques de la profession), mais possèdent également les casquettes de blogueur, chercheur, enseignant, essayiste, entrepreneur — un ensemble d'expertises qui participe à leur intérêt pour le journalisme en ligne et fonde la diversité de leurs autorités.

Travailler sur l'hypothèse de la dispersion fondamentale des discours méta-journalistiques exige un processus de collecte de données forcément itératif, réflexif et expérimental. J'ai opté ici pour une démarche de "saute-moutons" (Le Cam, 2010; Powers, 2012) au cours de laquelle, sur

base de quelques points d'entrée, des documents de nature hétérogène sont collectés et inclus dans le corpus au fur et à mesure de la navigation et de leur découverte — pour constituer au final un ensemble de documents reflétant le *domaine* (au sens de Jacomy et Ghitalla, 2007a) des discours méta-journalistiques en ligne. Cette démarche peut être qualifiée de "sérendipité" (Le Cam, 2010). La sérendipité, c'est-à-dire la faculté de faire des découvertes heureuses et imprévues par hasard, constitue ici une stratégie de recherche d'information (Foster & Ford, 2003).

Les points d'entrée privilégiés pour constituer le corpus sont plusieurs publications professionnelles en ligne, spécialisées dans l'actualité du journalisme (Powers, 2012, p. 29). Il s'agit des sites suivants : *Online Journalism Review*¹, *Columbia Journalism Review*², *Nieman Journalism Lab*³ et *Poynter*⁴. Ces publications voient se croiser des textes produits par des journalistes, des professionnels des médias, des chercheurs, des experts — tout ce qui constitue le "milieu" élargi du journalisme en ligne. On peut étendre aux différents sites choisis ici le commentaire que fait Florence Le Cam (2010) à propos de la seule *Online Journalism Review*, "Cette revue (...) propose à la lecture des textes d'analyse d'observateurs, issus, pour la plupart du 'milieu', au sens large, du journalisme en ligne. Il s'agit donc d'un espace de production de discours indigènes, mais réflexifs sur les pratiques."

Les quatre sites servant de points d'entrées ont été explorés grâce à des recherches autour des mots-clés : *link*, *hyperlink*, *linking*, *hypertext*. Un passage en revue des résultats (en lisant les titres et les chapeaux) m'a permis de conserver les articles pertinents, c'est-à-dire ceux qui traitent *principalement* de la problématique des liens dans le journalisme en ligne.

Cette première vague m'a permis de recueillir entre 10 et 20 articles pertinents par points d'entrée⁵. J'ai ensuite suivi les liens mentionnés dans ces articles. Quand un lien menait vers un

¹ La Online Journalism Review est initialement publiée par la USC Annenberg School for Communication and Journalism (rattachée à la University of Southern California). Créée en 1998, son but est de « couvrir l'ensemble des enjeux journalistiques dans tous les médias, mais avec une emphase particulière sur l'Internet »

[http://web.archive.org/web/20050916231224/http://www.ojr.org/ojr/about_ojr/]. Malgré son ancrage académique, l'OJR se conçoit avant tout comme une publication *professionnelle*, destinée à informer les journalistes de manière critique des derniers développements dans le milieu du journalisme. Elle est aujourd'hui sous la houlette de la Knight Foundation, toujours en partenariat avec l'USC Annenberg. La Online Journalism Review n'existe plus comme une publication en tant que telle, elle a été intégrée au Knight Digital Media Center (créé e 2006) et constitue aujourd'hui une de ses rubriques, libellée « blog ».

² La Columbia Journalism Review naît en tant que publication papier bimensuelle en 1961, sous l'égide de l'école de journalisme de l'université de Columbia. Son site web, [CJR.org](http://www.cjr.org), existe depuis 1996.

³ Le Nieman Journalism Lab est une émanation de la fondation Nieman pour le Journalism. Associée à l'université de Harvard, celle-ci existe depuis 1938 et a pour objectif l'enseignement du journalisme et la formation continue des journalistes. Le site *Nieman Journalism Lab* est créé en 2008 et alimenté par une rédaction de journalistes.

⁴ La fondation Poynter est une fondation sans but lucratif dédiée à l'enseignement et la formation continue du journalisme, créée en 1975 en Floride. Le site [Poynter.org](http://www.poynter.org) est créé à la fin des années 1990.

⁵ 16 articles pour la Online Journalism Review, 10 pour la Columbia Journalism Review, 20 pour le Nieman Journalism Lab et 15 pour Poynter.

autre contenu pertinent, il a été ajouté au corpus, et les liens qu'il contient à leur tour suivis. Au total, 207 documents constituent le corpus (*cf* liste en annexe).

L'usage des liens hypertexte pour étudier les discours sur les liens hypertexte ressemble peut-être à une mise en abîme amusante. Mais il repose surtout sur la théorie des agrégats (Jacomy & Ghitalla, 2007) : des documents qui traitent d'un même sujet ont une forte probabilité d'être connectés par des liens. Ceux-ci ont un "effet secondaire informationnel" (Adamic & Adar, 2003, p. 211) car ils constituent les traces d'une "politique d'association" (Rogers & Ben-David, 2008, p. 43) de la part des auteurs des contenus.

Cette méthode en saute-moutons, sur base de points d'entrées privilégiés, permet d'avoir une bonne vue d'ensemble des conversations que le *milieu du journalisme en ligne* anglo-saxon entretient au sujet des liens hypertexte, qui constituent un *domaine* au sens de Jacomy et Ghitalla (2007a) : un ensemble de ressources qui parlent d'une même chose. Il s'agit d'exploiter la concordance du contenu (un même sujet) et de la structure (les liens hypertexte entre les contenus), comme le suggère Ghitalla (2009). L'exploration de liens en liens renvoie d'ailleurs régulièrement aux mêmes contenus, comme si les différents auteurs s'accordaient sur ce qui constitue le terrain de leurs conversations, et, en parallèle avec la recherche de la saturation thématique, permet dès lors d'assurer la clôture du corpus.

Résultats : une Archéologie des Discours Méta-Journalistiques sur les liens hypertexte

Aux commencements : Annuaire et Revues de Presse

C'est au milieu des années 1990 que se déploient les premières expérimentations de la presse en ligne (Dagiral et Parasie, 2010, 15). Des médias dits "traditionnels" lancent leurs versions en ligne, et dans le foisonnement, la forme que doit prendre un site web d'information est encore instable — tenant plus du bricolage et de l'initiative d'individus enthousiasmés par le web alors bourgeonnant que du processus industrialisé.

Les conventions d'écriture et de format du journalisme en ligne sont encore à inventer. Les premières versions des sites d'information utilisent et mettent en scène l'hypertexte, et font preuve d'un certain effort didactique pour expliquer aux lecteurs ce que sont les liens. Ainsi, des liens

externes présents sur le site du New York Times en 1996 s'accompagnaient de l'avertissement suivant : "Ci-après se trouvent des liens vers les sites web externes mentionnés dans l'article. Ces sites ne font pas partie du New York Times sur le web, et le Times n'a aucun contrôle sur leur contenu ou leur disponibilité. Quand vous aurez fini de visiter n'importe lequel de ces sites, vous pourrez revenir à cette page en cliquant sur le bouton ou l'icône 'en arrière' de votre navigateur, jusqu'à ce que cette page réapparaisse" [Glaser 2004]⁶.

Dans un même souci pédagogique, plusieurs sites d'information s'attribuent le rôle de guide dans ce territoire encore inconnu qu'est le web. Ils recensent et commentent des ressources en ligne, et produisent des pages qui s'apparentent à des annuaires ou des guides du web, plus ou moins complets selon les initiatives. Le site de la BBC compte par exemple dans ses pages une rubrique intitulée "BBC Webguide", dont on trouve des traces dès 1998, et qui dresse une liste des "meilleurs sites en dehors de celui de la BBC" [BBC 1998]. Du côté du New York Times, une rubrique similaire, intitulée Cyber Times Navigator, existe depuis le début des années 1990. Développé dès 1992 comme un outil à l'usage des journalistes de la rédaction new-yorkaise [Meslin 2012], le Navigator devient public à la naissance du site du New York Times en 1996. Renommée Newsroom Navigator quelques années plus tard, cette page existe encore aujourd'hui.

Si ces pages tiennent de l'annuaire, d'autres initiatives riches en liens se rapprochent du genre de la revue de presse, et préfigurent ce qu'on appellera plus tard les agrégateurs. Le Drudge Report, créé en 1996 par Matt Drudge, est ainsi qualifié de "premier site d'agrégation sur le web" [Coddington 2012a]. Il est en effet entièrement constitué de titres et de liens vers des nouvelles publiées ailleurs, et connaît un succès retentissant — catalysé en 1998 par la révélation de l'affaire Lewinsky [Coddington 2012a].

Le succès du Drudge Report inspire d'autres sites. En 1997, Matt Drudge est d'ailleurs approché (il refusera le poste) par Slate.com pour devenir responsable d'une rubrique se revendiquant directement de la revue de presse : intitulée Today's Paper, il s'agit d'un "résumé tôt le matin des cinq journaux nationaux" [David Plotz, éditeur de Slate, cité par Kirchner 2011] qui contient des liens directs vers les sites de ces médias. La rubrique a été remplacée en 2009 par The Slatest [Kirchner 2011] une partie du site consacrée à l'actualité chaude (alors que Slate se

⁶ Les références aux documents du corpus sont présentées entre crochets, la liste complète se trouve en annexe.

spécialise plutôt dans les formats longs et l'actualité magazine) reposant notamment sur l'agrégation d'articles publiés ailleurs [Coddington 2012b].

Vellités de Contrôle et Premières Célébration des Liens Libérés

A la fin des années 1990 et au début des années 2000, les bricolages qui caractérisaient les premiers pas des médias d'information en ligne laissent place à une certaine professionnalisation — ou, en tout cas, à des tentatives de la part des institutions médiatiques de mieux contrôler ce qui se passe sur le web. Cette soif de contrôle s'exprime presque caricaturalement dans la tentative menée en 2002 par NPR, le réseau de radios publiques américaines, de soumettre à une autorisation préalable tous les liens qui pointent vers ses contenus [Manjoo 2002a, 2002b, Kramer 2002]. Tout webmaster désireux de créer sur son site un lien vers des pages de NPR devrait remplir un formulaire exigeant notamment son nom, son adresse, son numéro de téléphone, la durée prévue au cours de laquelle le lien resterait actif, ou même les mots utilisés pour placer le lien [Manjoo 2002a]. NPR justifie cette mesure par le souci de vérifier que ses contenus ne sont pas utilisés à des fins commerciales (ce qui irait à l'encontre du caractère public et sans but lucratif du réseau de radios) ou partisans [Manjoo 2002a]. Cette politique suscite de nombreuses critiques dont celles émises par Cory Doctorow (auteur de science-fiction et un des auteurs du blog Boing-Boing, qui occupe une place importante dans la blogosphère naissante du début des années 2000) [cité par Manjoo 2002a] et Farad Manjoo, alors journaliste pour le magazine spécialisé dans l'actualité des technologies Wired. En réaction, NPR finira par supprimer le formulaire d'autorisation préalable [Manjoo 2002a].

Le besoin de dompter le flux des liens découle aussi de préoccupations commerciales : après les premières années d'enthousiasme où il fallait être sur le web parce qu'il s'agissait d'une nouvelle frontière technologique à conquérir, la presse en ligne cherche des moyens de monétiser ses activités. La publicité s'impose, et avec elle, la préoccupation des sites d'accumuler les pages vues et les clics, et de conserver les lecteurs en leur sein. Mark Glaser, journaliste pour la *Online Journalism Review*, résume en ces termes la situation du début des années 2000 : "les sites d'information avaient une vue très propriétaire de leurs contenus. L'accent était mis sur la collecte des vues, et n'importe quel lien qui enverrait les lecteurs en dehors du site était mal vu. Un lien vers un site concurrent était presque une trahison" [Glaser 2003b].

Cette volonté de brider les liens fait son temps et, déjà en 2003, le ton est à l'optimisme et à la célébration des flux. Des annonces prophétisant des liens enfin libérés des tentatives de contrôle trop strictes apparaissent. Deux longs articles de Mark Glaser dans les colonnes de la *Online Journalism Review* (en 2003, puis en 2004) affirment par exemple que les sites d'information produisent enfin librement des liens, et plus particulièrement des liens externes : "Les temps ont changé. Lentement, la politique de liens des sites d'information se détend. Nous entrons dans une ère avec une politique de liens presque "open source" au sein de certains grands sites d'information, qui comprennent enfin la religion des liens externes." [Glaser 2003b].

Glaser s'appuie sur quelques exemples d'initiatives en matière de liens menées par des sites d'information connus pour annoncer le début d'une tendance, celle des liens enfin libres. Ainsi, il remarque l'existence, dans le site du Wall Street Journal, de deux rubriques spécialisées — le *Daily Fix* et le *Daily Scan*, spécialisés l'un dans l'actualité sportive et l'autre dans la santé — qui proposent régulièrement des articles contenant beaucoup de liens externes (alors que le Wall Street Journal a déjà opté pour un modèle fermé, plaçant ses contenus derrière un mur payant). De même, Glaser remarque que la lettre d'information envoyée par le New York Times contient des liens vers des sources extérieures [Glaser 2003b]. Ces initiatives restent cantonnées à des contenus spécialisés ou des parties bien définies des sites d'information, mais, espère Glaser, il s'agit-là de l'amorce d'un mouvement qui ne peut que s'amplifier : "Maintenant que l'information en ligne existe depuis 10 ans, peut-être est-il temps de mettre de côté les idées propriétaires sur liens externes" [Glaser 2003b].

Parmi les initiatives qui laissent à penser que les sites d'information sont décidés à exploiter et produire des liens, on trouve également le lancement par la BBC de *Newstracker*, en novembre 2004. *Newstracker* est un outil automatisé, comparable aux algorithmes de Google News, qui permet d'ajouter dans les articles publiés sur le site de la BBC des liens vers des contenus similaires, parmi ceux produits par des sources choisies. Cet outil est toujours en place, et passe en revue les contenus d'environ 4000 sources. La mise en place de *Newstracker* fait suite à un rapport du gouvernement britannique évaluant le site bbc.co.uk (le *Graf Report*, publié en juillet 2004), qui stipule notamment que "BBC Online doit continuer à agir comme un guide sur internet, pour ceux qui en ont besoin. Le site doit inclure plus de liens cohérents et transparents, vers toutes les sources pertinentes, commerciales ou publiques, et pas seulement des liens vers les pages de la BBC" [Graf 2004]. Le projet *Newstracker* avait visiblement été lancé avant que les

conclusions du rapport Graf soient connues, mais l'outil semble répondre parfaitement aux préoccupations qui y sont soulevées, comme l'écrit Martin Belam (qui travaillait alors au département "nouveaux médias" de la BBC) sur son blog : "Il semble admis qu'internet est un média très différent de la télévision ou de la radio - "changer de chaîne" est considérablement moins difficile sur le web. Pour *BBC News*, il semble que les options étaient soit de nager contre ce courant, soit de faciliter le voyage entre les différents canaux, et donc de faire de *BBC News* un bon *point de départ* en plus d'être une excellente *ressource* en ligne." [Belam 2004].

La BBC, "guide de confiance" sur le web

La réflexion autour des liens qui a lieu à la BBC ne se limite pas à la mise en place du *Newstracker*. Elle s'intègre dans une réflexion plus longue sur la place et la raison d'être de la BBC dans le paysage de l'information en ligne — comme l'avaient déjà montré les remarques au sujet des liens contenus dans le rapport Graf en 2004. Un nouveau rapport est publié en mai 2008 par le BBC Trust, avec pour but d'évaluer le site bbc.co.uk en regard de son contrat de gestion de service public.

Une section du rapport [BBC Trust 2008a, p.51] porte sur la mission de "guide de confiance" ("trusted guide") que doit remplir la BBC, et qui s'incarne notamment dans les liens externes que le site bbc.co.uk propose. Le rapport de 2008 conclut à une certaine déception en matière de liens externes, et juge insatisfaisant le nombre de clics issus des pages de la BBC vers d'autres sites. Il explique ce manquement par le caractère "inefficace" et "inaccessible" des liens externes sur bbc.co.uk, et exige une amélioration. Les auteurs du rapport écrivent explicitement que ce souci d'envoyer les lecteurs vers des contenus externes, en plus de correspondre à la mission de service public de la BBC, répond à une préoccupation déjà soulignée dans le rapport Graf de 2004 : le risque que le site de la BBC, en continuant à développer ses propres contenus, se transforme en "portail dominant" ("dominant gateway service") [Graf 2004 p. 56], une situation de monopole qui porterait atteinte à la libre concurrence et qu'il conviendrait donc d'éviter. Ces précautions font suite à des critiques, régulièrement répétées depuis le lancement du site bbc.co.uk en 1997, de la part de médias privés qui s'inquiètent de voir la force de frappe de la BBC (financée par la redevance obligatoire) dominer le paysage de l'information en ligne et prétendument nuire à la diversité médiatique [Coddington 2012c].

La politique de liens externes de la BBC est également au coeur d'une nouvelle polémique en novembre 2008. Plusieurs blogueurs [Altoft 2008, Bradshaw 2008] accusent en effet la BBC de priver de "Googlejuice" les sites vers lesquels elle met des liens. Les algorithmes de classements du moteur de recherche Google calculent en effet un indice d'autorité associé à chaque site, qui dépend du nombre de liens pointant vers le site (un lien étant considéré comme un vote, plus un site reçoit de liens, mieux il est classé). Cet indice d'autorité est redistribué, c'est-à-dire qu'un lien originaire d'un site ayant un indice d'autorité élevé (c'est le cas de bbc.co.uk) a plus de valeur, transmet à son tour de l'autorité ou, plus familièrement, du "Googlejuice". En l'occurrence, la polémique porte sur le fait qu'un script présent dans les pages de bbc.co.uk empêche cette redistribution : les liens externes dirigeraient d'abord vers une page interne au site de la BBC, avant de mener vers le site extérieur. Cette redirection, invisible pour le lecteur qui clique sur le lien, priverait le site destinataire de Googlejuice, la page intermédiaire possédant un indice d'autorité très faible [Altoft 2008, Bradshaw 2008, O'Donovan 2008, Belam 2008a].

C'est le britannique Patrick Altoft, directeur de l'agence de marketing numérique Branded3 et, à ce titre, blogueur renommé dans le domaine du SEO (optimisation pour les moteurs de recherche), qui initie la controverse, qualifiant le comportement de la BBC "d'outrageux". "Comment Google peut-il reposer sur un algorithme basé sur les liens si les sites les mieux classés en termes de confiance arrêtent de mettre des liens?", demande Altoft [2008]. La BBC réagit rapidement sur un de ses blogs, et qualifie la pratique d' "effet secondaire non intentionnel" [O'Donovan 2008] tout en s'engageant à rectifier le tir : la redirection constituerait une astuce technique pour mesurer le trafic envoyé par le site de la BBC vers l'extérieur - une mesure exigée par le rapport récent du BBC Trust. Il s'agit de "maladresse", selon Martin Belam [2008a], et non d'une politique avide de rétention de Googlejuice.

La Tentative Révolutionnaire du Journalisme de Liens

Au cours de la deuxième moitié des années 2000, le milieu du journalisme en ligne s'enthousiasme au sujet des liens, ou plutôt du *journalisme de liens*.

En gestation depuis plusieurs années (cf infra), la notion de *journalisme de liens* prend de la vitesse avec la naissance de la start-up *Publish2*. Lancée par deux entrepreneurs, Scott Karp (précédemment directeur de la stratégie numérique du groupe américain Atlantic Media, qui publie notamment *The Atlantic*) et Robert Young en 2007, cette entreprise envisage de placer les

liens au centre de la production journalistique en ligne. Le principe du journalisme de liens est défendu par Scott Karp au cours de nombreux billets publiés sur son blog [Karp 2008a, 2008b, 2008c, 2008d, 2008e, 2008f, 2008g]. Le *journalisme de liens* tels que défini par Karp dans un billet de février 2008, consiste en "des liens vers d'autres couvertures de l'actualité sur le web, pour améliorer, compléter ou sourcer, ou ajouter du contexte à la couverture faite par le journaliste". Mais Karp plaide pour bien plus que le simple ajout de liens, il affirme que "les liens peuvent ÊTRE la couverture de l'actualité". Cet argumentaire sert le lancement de l'entreprise de Karp, *Publish2*, "une plateforme pour le journalisme de liens en réseau". A l'origine, le projet est calqué sur le modèle des sites de *social bookmarking* comme Digg ou Delicious [Coddington 2011a] et se présente comme "un réseau social pour les liens" : les utilisateurs peuvent sauvegarder, classer et partager des liens vers des pages qu'ils jugent intéressantes. Mais *Publish2*, contrairement aux autres projets de *social bookmarking*, est réservé aux journalistes. Les flux de liens ainsi créés reposent sur l'expertise des journalistes, ce qui garantirait la qualité des contenus collectés [Arrington 2008], et les liens peuvent être intégrés directement sur des sites d'information grâce à un *widget*. L'outil est censé s'intégrer fluidement au travail des journalistes, il s'agit "d'exploiter ce que tout le monde est déjà en train de lire et trouver" [Scott Karp, cité par Oliver 2008b].

L'ambition de *Publish2* n'est pas seulement de fournir aux journalistes un outil utile pour conserver une trace de leurs lectures et de leur travail de documentation, mais de révolutionner la façon dont l'autorité circule sur le web. Scott Karp constate que les sites d'information disposent d'indices d'autorité élevés - tels que mesurés par les moteurs de recherche comme Google. Les sites d'information adossés à des médias traditionnels, forts de la crédibilité de leur marque bien installée dans le paysage médiatique, reçoivent généralement de nombreux liens et occupent donc une position privilégiée. Mais, raisonne Karp, la plupart d'entre eux n'exploitent pas cette position privilégiée et ne redistribuent pas (sous forme de liens sortants) l'autorité dont ils disposent. S'ils le faisaient, ils pourraient disposer d'un pouvoir d'influence important.

La rhétorique de Karp est explicitement révolutionnaire : "Si suffisamment de journalistes participaient, ils pourraient drainer suffisamment de trafic pour faire planter les serveurs." (...) "Nous avons créé *Publish2* (...) pour donner aux journalistes et aux entreprises de presse le même pouvoir en ligne que celui qu'ils ont hors ligne - le pouvoir de distribution, le pouvoir de Google ou de Digg sur le web - un pouvoir que, complètement à l'encontre d'un modèle de distribution monopolistique, le journalisme ne peut acquérir que collectivement." (Karp 2008)

Parmi ses utilisateurs, *Publish2* aurait compté le New York Times, le Washington Post, ou encore le Dallas Morning News [McLellan 2011]. Toutefois, en 2010, l'entreprise change d'orientation et abandonne complètement son projet de journalisme de liens pour se consacrer à la distribution de contenus [Coddington 2011a].

Les arguments auxquels les tenants du *journalisme de liens* font appel en 2008 étaient déjà en gestation depuis quelques années. On trouve par exemple de nombreuses références aux textes et interventions de Jeff Jarvis, professeur à CUNY et entrepreneur. Un de ses billets de blogs publié en février 2007 connaît un retentissement particulier, notamment grâce à une formule souvent répétée par les enthousiastes du *journalisme de liens* : "Cover what you do best and link to the rest." [Jarvis 2007]. Jarvis n'est pas la seule figure professorale qui traverse les conversations à cette époque, on trouve également des interventions de Jay Rosen (professeur à la New York University) qui pointe également "l'éthique du lien" comme un des piliers du web et du journalisme en ligne.

Political Browser et Times Extra

Le succès du journalisme de liens s'accompagne également de plusieurs expérimentations menées par certains sites d'information. Ainsi, le New York Times lance en 2008 *Times Extra*, une page d'accueil alternative qui ajoute une "couche de liens" sur la page d'accueil du quotidien: "Times Extra agrège les gros titres d'autres entreprises de presse et de blogs sur le web, et fait correspondre les plus pertinentes de ces sources avec les articles en Une de la page d'accueil du NYTimes.com" [communiqué du New York Times, cité par Seward 2008]. Cette option peut être activée par le lecteur qui le souhaite, et présente, pour chaque titre de la page d'accueil, un ensemble de liens externes vers des articles traitant du même sujet. Avec cet outil, le New York Times fait le choix de l'agrégation automatisée [Seward 2008], puisque c'est un algorithme qui choisit et classe les liens vers des contenus similaires — sur base de sources sélectionnées par la rédaction (comme le *Newstracker* de la BBC). L'expérience *Times Extra* prend fin au bout d'un an, en décembre 2009, "parce que les lecteurs n'étaient pas intéressés par l'utilisation du site de cette manière" [Coddington 2011a].

Toujours aux Etats-Unis, en septembre 2008, le Washington Post lance le *Political Browser*. Il s'agit d'une section du site principalement constituée de liens vers des articles d'actualité politique publiés sur d'autres sites, compilés sous le slogan "What's good on the web". Certains liens sont

accompagnés de brefs commentaires rédigés par les journalistes du Washington Post, et un éditorial quotidien, actualisé plusieurs fois par jour, éclaire les lecteurs sur les points forts de l'actualité politique [Karp 2008g]. Le *Political Browser* a arrêté d'être mis à jour le 23 décembre 2009, après 15 mois d'existence — certaines de ses rubriques étant rapatriées dans d'autres blogs ou sections du washingtonpost.com.

La convergence des discussions au sujet du "journalisme de liens" et de ces initiatives lancées par des médias très visibles entraîne certains à célébrer, comme précédemment, la *libération des liens*. Mais les annonces ne sont plus cantonnées aux publications spécialisées, elles se propagent dans des médias généralistes, du New York Times à l'agence AP. Brian Stelter, journaliste média du New York Times, écrit par exemple : "'Tu ne mettras pas de liens vers des sites extérieurs', un commandement longtemps respecté au sein des rédactions, est en train de s'éroder. Adoptant l'éthique de l'hyperlien sur le web dans une mesure jamais égalée, les entreprises médiatiques semblent plus à l'aise à l'idée de mettre des liens vers leurs concurrents" [Stelter 2008]. Une dépêche de l'agence AP cristallise l'air du temps : "Encourager les lecteurs à quitter les contenus de son propre site aurait été impensable il n'y a pas si longtemps. Mais des entreprises médiatiques traditionnelles (...) ont commencé à briser leur mentalité de 'jardin muré' ces dernières années" [dépêche AP, cité par Shea 2008].

Questions de Présentation : Proposer des Liens tout en Gardant le Lecteur

A la même époque, plusieurs médias tentent d'apporter une réponse à un dilemme toujours d'actualité : comment adopter "l'éthique du lien" sans (trop) perdre le lecteur — que cette dernière préoccupation réponde à des logiques commerciales ou de confort de lecture.

Le Washington Post en avril 2008, puis la BBC en août, annoncent que leurs sites respectifs expérimenteront une nouvelle façon de présenter les liens dans le texte de certains articles. L'expérience est limitée à deux blogs en ce qui concerne le Washington Post [Bercovici 2008] et à l'édition britannique de BBC News pendant quatre semaines [Herrmann 2008, Oliver 2008a]. Il s'agit, pour les deux sites, d'utiliser des outils créés par l'entreprise *Apture* et qui permettent de présenter des liens *pop-up*. Plutôt que de nécessiter l'ouverture d'une nouvelle fenêtre ou d'un nouvel onglet, ces liens se consultent sans quitter le contenu que le lecteur est en train de lire. Quand le lecteur clique sur le lien ou passe sa souris sur celui-ci, la cible (image, vidéo, définition, etc.) s'insère dans une fenêtre pop-up, qui se superpose au contenu de l'article. Les fonctionnalités

proposées par *Apture* ne concernent pas tous les types de liens, mais uniquement ceux susceptibles de fournir des informations contextuelles issues de sources prédéterminées : Wikipedia, Youtube, Flickr, ... [Herrmann 2008, Ali 2009].

En plus de ne pas pousser le lecteur en dehors du site, cet outil permet au média d'engranger des recettes publicitaires supplémentaires, puisque la fenêtre pop-up s'agrémente, dans le cas des expérimentations du Washington Post, d'une bannière publicitaire [Bercovici 2008].

Après avoir testé cette fonctionnalité durant quatre semaines, la BBC conclut qu'il s'agit d'une expérience positive mais qui ne sera pas prolongée - les critiques à l'encontre de cette fonctionnalité ont mis en question son caractère réellement novateur par rapport aux "liens standards" [Herrmann 2008, Austin 2008].

Depuis lors, ces préoccupations réapparaissent périodiquement sur le devant de la scène, toujours sous forme d'implémentations expérimentales. Ainsi, en août 2012, c'est le New York Times qui annonce tester dans certains articles une fonctionnalité similaire à celle proposée par *Apture*. Baptisée *quick links*, elle permet d'intégrer des liens vers des contenus multimédias illustrant l'article [Ellis 2012] et s'ouvrent, une fois activés par le lecteur, dans un *pop-up* au sein de l'article en train d'être lu. "Les éditeurs cherchaient un moyen de parsemer des clips vidéo tout au long de l'article sans interrompre le flux de l'histoire", explique Justin Ellis [2012] sur le Nieman Journalism Lab.

Agréger, Citer, Attribuer

Avec la montée en puissance des agrégateurs, la fin des années 2000 voit aussi se matérialiser un débat qui n'a toujours pas trouvé de conclusion : quel rôle jouent les liens dans la citation, la reproduction et l'attribution juste et correcte de contenus produits par d'autres?

Certains sites pratiquant l'agrégation suivent en effet pleinement la recommandation de Jeff Jarvis, "Cover what you do best. Link to the rest". Mais les liens s'accompagnent de la reproduction des titres, et parfois d'extraits plus ou moins étendus des articles cités — une pratique parfois aux limites de l'infraction aux droits d'auteur. Le dilemme est résumé par Brian Stelter dans les pages du New York Times : "Généralement les extraits ont été jugés légaux, et ont longtemps été bienvenus par de grandes entreprises médiatiques, heureuses de recevoir des liens et du trafic transmis par les nuées de sites web qui régurgitent leurs informations. Mais

certaines responsables de médias s'inquiètent du fait que les curateurs du web, de plus en plus populaires, qui s'emparent de morceaux importants d'oeuvres originales, les privent de lecteurs potentiels et des bénéfices de leurs contenus" [Stelter 2009].

Des cas jugés abusifs font régulièrement l'actualité du milieu du journalisme en ligne, qui discute des limites raisonnables de l'agrégation. Dans ce contexte, la place des liens et la façon dont ils sont mis en évidence constituent, aux côtés des citations et de la mention de la source, un des paramètres des querelles d'attribution. Ces paramètres se combinent dans différents cas de figure, mais aucun consensus ne semble s'établir sur la juste manière de concevoir l'agrégation. Les sites d'information sont toujours à la recherche d'une politique d'attribution juste ("fair excerpting policy", [Stelter 2008]).

Parfois, des contenus agrégés contiennent bel et bien des liens vers les sources originales, mais ces liens sont insuffisamment mis en valeur : ainsi, Bill Grueskin, dans la *Columbia Journalism Review* en août 2009, dénonce par exemple la politique de liens du site Gawker, qu'il qualifie de "cynique" [Grueskin 2009] : le site réutilise en effet de nombreux contenus publiés par d'autres médias, qui sont, dans la tradition des agrégateurs les plus agressifs, largement résumés, parsemés de liens internes à Gawker, et dont de longs extraits sont cités. Un lien vers la source originale est toujours présent, mais celui-ci n'est pas mis en valeur par rapport aux nombreux liens internes, il se trouve discrètement relégué au bas de l'article. Le débat prend la même forme quelques années plus tard, quand en 2012 le site d'information spécialisé en nouvelles technologies *The Verge* est accusé de cacher les liens vers les sources originales de ses articles tout en bas de ses contenus, un manque de visibilité qui, selon les critiques, diminue les chances que les lecteurs cliquent et visitent la source, déséquilibrant ainsi fondamentalement l'équilibre délicat de l'agrégation raisonnable [Ellis & Benton 2012].

Les affaires de plagiat, forcément liées à la question de l'attribution et de la citation, fournissent également l'occasion à certains ardents promoteurs de "l'éthique du lien" d'avancer leurs arguments. C'est le cas en mars 2010 quand Zachary Kouwe, un journaliste qui alimente DealBook, un blog du New York Times spécialisé dans la finance, est accusé de plagiat [Salmon 2010, Ingram 2010b]. L'affaire est présentée par certains commentateurs comme symptomatique des sites de médias traditionnels qui ne s'engagent pas suffisamment dans la logique du lien [Salmon 2010, Ingram 2010b]. Felix Salmon, journaliste financier et blogueur pour l'agence Reuters, écrit par exemple : "Le problème fondamental de Kouwe est que quand il a vu de bons

articles ailleurs, il a senti le besoin de les ré-écrire lui-même, plutôt que simplement lier vers ce qu'il avait trouvé, comme n'importe quel vrai blogueur aurait évidemment fait." [Salmon 2010].

Même quand il ne s'agit pas de plagiat, le lien s'impose comme une reconnaissance nécessaire — et parfois négligée — de la circulation des nouvelles. L'ajout d'un lien suffit par exemple à résoudre une querelle d'attribution, quand une blogueuse reproche au New York Times de s'être inspiré d'un sujet qu'elle avait été la première à traiter [Dunn 2011].

Dans d'autres cas, les liens existent mais ce sont d'autres critères d'attribution correcte qui ne sont pas remplis, comme le bon usage des citations directes et des guillemets. C'est ce qui est reproché à Jim Romenesko en novembre 2011 : ce journaliste et blogueur connu pour sa veille au sujet des médias et des nouvelles technologies (son blog est hébergé par Poynter) est accusé de reproduire des extraits des contenus qu'il mentionne, sans montrer - en utilisant des guillemets - qu'il s'agit de citations directement empruntées aux textes en question. Certains commentateurs [Salmon 2011, Moos 2011, Nolan 2011b, Sicha 2011] prennent ici la défense de Romenesko, en arguant que des liens sont à chaque fois présents visiblement dans les articles publiés par Romenesko, et que ceux-ci suffisent à attribuer correctement les propos cités aux auteurs originaux.

La BBC dénoue l'écheveau des liens de science

En février 2010, les liens sur le site de la BBC sont à nouveau au centre d'une controverse. Sur son blog, le médecin et chroniqueur scientifique Ben Goldacre s'étonne que les articles publiés sur le site de la BBC, quand ils mentionnent des recherches publiées dans une revue scientifique, proposent un lien vers la page d'accueil de la revue plutôt que directement vers l'article dont il est question [Goldacre 2010]. Goldacre rend public l'échange d'e-mails qu'il poursuit à ce sujet avec plusieurs membres de l'équipe éditoriale de la BBC, où il argumente principalement que de tels liens sont vains et donnent à la BBC "l'illusion d'avoir proposé un lien utile" [Goldacre 2010]. Les éditeurs et journalistes de la BBC qui lui répondent reconnaissent que des liens directs vers les articles cités pourraient être pertinents, mais minimisent leur portée : seule une poignée de lecteurs seraient intéressés ou compétents pour les lire, et de nombreuses revues scientifiques exigent un accès payant — ce qui limiterait *de facto* le nombre de lecteurs de la BBC susceptibles de jouir pleinement des liens directs vers les articles [Bradshaw 2010a, 2010b, 2010c, 2010d].

Par ailleurs, un nouveau rapport sur les activités de la BBC, le *BBC Strategy Review*, sous-titré "Putting Quality First", est publié en mars 2010. Dans la lignée des rapports précédents, il insiste sur l'importance des liens externes et fixe l'objectif suivant pour 2013 : "faire du site une fenêtre sur le web" [BBC Strategy Review p. 4]. et dès lors "assurer qu'il y ait au moins un lien externe sur chaque page du site là où cela serait pertinent d'un point de vue éditorial, en faisant du meilleur de ce qui est disponible ailleurs une partie intégrale de l'offre de la BBC à ses publics. Doubler le trafic mensuel envoyé vers des sites extérieurs, en le faisant passer de 10 millions par mois à plus de 20 millions." [BBC Strategy Review p. 37].

En réaction à la publication de ce rapport et à la controverse autour des liens vers des revues scientifiques, un processus de réflexion est entamé publiquement au sein de la BBC. Celui-ci s'exprime notamment dans plusieurs billets publiés par Steve Herrmann, éditeur, sur le blog *The Editors* - dont le sous-titre explique qu'il s'agit d'un lieu où les "éditeurs de BBC News partagent [leurs] dilemmes et [leurs] questions". Ces billets dévoilent les recommandations qui ont cours au sein de la rédaction [Herrmann 2010a, 2010b, 2010c, 2010d] et ouvrent le débat sur plusieurs points, notamment les liens vers les sites uniquement disponibles en accès payant.

La réflexion s'étend sur plusieurs mois [Halliday 2010, Bradshaw 2010] et aboutit, en octobre 2010, à une mise à jour des règles en vigueur. Steve Herrmann en résume les grands principes : pour ce qui est des liens externes présents dans le corps du texte, ils doivent être traités différemment en fonction de la nature du contenu produit par le journaliste. S'il s'agit d'un simple article, il est recommandé d'ajouter un lien dans le texte pour indiquer une source principale ("rapport, document, article de journal"). S'il s'agit d'un article d'analyse ou de fond, les journalistes peuvent "aller plus loin" et ajouter dans le texte des liens externes ou internes vers toute source "qui ajoute de la valeur". De plus, il leur est recommandé d'utiliser *Newstracker* (cet outil qui fournit automatiquement des liens vers des contenus similaires publiés sur d'autres sites, qui sont présentés en dehors du texte de l'article) pour tous les articles — sauf si cela se révèle "éditorialement inapproprié". En ce qui concerne les liens internes, les consignes stipulent également que les journalistes doivent veiller à la pertinence et à la valeur ajoutée, plutôt que de se contenter piocher dans les derniers articles publiés. En somme, ces règles constituent plus des indications que des consignes strictes, et elles laissent une place importante au jugement éditorial des journalistes. Accorder de l'attention aux liens, voilà peut-être la règle primordiale qui se dessine, en creux, de ce processus de codification : "Prendre le temps d'ajouter de bons liens est

important, même si cela signifie que nous produisons moins d'articles. (...) Notre but est d'agir en tant que guide de confiance vers des sources, des informations supplémentaires et des perspectives différentes ailleurs sur le web à propos des sujets que nous couvrons." [Herrmann 2010d].

Un Aperçu de la Diversité des Liens au Guardian

Ce travail d'explicitation de la politique de liens dans un souci de dialogue avec le public ne se limite pas à la BBC. Au Royaume-Uni, Martin Belam, qui travaille alors pour le Guardian en tant que *information architect* et responsable de l'expérience utilisateur, publie sur son blog plusieurs billets détaillant les différentes pratiques de liens du site guardian.co.uk [Belam 2010a, 2010b]. Il réagit en cela aux propos tenus par le blogueur et journaliste indépendant Patrick Smith, qui dénonce, une fois de plus, le manque de liens dans les sites d'information, dans un billet opportunément intitulé "Des liens vers le passé : pourquoi certains sites d'information ne lient *toujours* pas en 2010?" [Smith 2010]. Smith vante d'abord les mérites du Guardian, avant de se rétracter suite à plusieurs commentaires critiques, soulignant par exemple que les liens du Guardian pointent massivement vers des pages thématiques (*topic pages*) internes — et favorisent dès lors des intérêts économiques d'optimisation pour les moteurs de recherche plutôt que des intérêts journalistiques (une critique déjà soulevée précédemment par [Norris 2008]).

Dans un premier billet, Martin Belam rebondit sur le compliment d'abord lancé par Smith, selon lequel le Guardian présenterait "un des meilleurs exemples de liens externes". Belam met en évidence les différentes modalités d'ajout de liens externes et de mise en valeur de contenus produits sur d'autres sites qui sont à la disposition de la rédaction :

- des liens dans le texte que les journalistes ou des éditeurs peuvent ajouter facilement dans le CMS ;

- des liens agrégés automatiquement depuis des sources externes et présentés en complément des contenus produits par les journalistes du Guardian (notamment sur des sujets très spécialisés, Belam évoque l'exemple de la page consacrée au club de foot Leeds United) ;

- une approche tenant plutôt du "linkblog" avec des flux constituées de liens pertinents sélectionnés par des blogueurs spécialisés au cours de leur veille sur un sujet (ces liens sont collectés via Delicious et peuvent être intégrés à une page, un blog ou un article) ;

- Une approche que Belam nomme celle de la "blogosphère" : un journaliste-blogueur spécialisé (en l'occurrence celui qui s'occupe de l'actualité londonienne) a rassemblé un ensemble de blogs relatifs à Londres. Les billets publiés par ces blogueurs sont agrégés et présentés en flux de titres et de liens sur la page londonienne du Guardian, et certains billets jugés intéressants sont mis en valeur. Pour améliorer le contexte et mieux guider le lecteur, le journaliste a également rédigé un court profil pour chaque blogueur.

- Enfin l'approche "en réseau", qui est celle du *Guardian Environment Network* : il s'agit d'une rubrique spécialisée d'actualité environnementale, où les contenus de sites soigneusement choisis par les journalistes du Guardian ne sont pas simplement agrégés en une liste de titres, mais sont intégralement republiés, suivant un modèle de syndication en réseau. [Belam 2010a]

Dans le billet suivant, Belam répond aux critiques accusant le Guardian de privilégier l'optimisation pour les moteurs de recherche à l'intérêt journalistique des liens. Il explique que les liens vers les pages thématiques sont générés automatiquement et connectent des mots-clés d'un article à des pages internes rassemblant des contenus publiés par le Guardian sur ce thème. Il reconnaît que l'intérêt, pour le lecteur, de ces liens générés automatiquement est fluctuant : quand il s'agit d'explicitier des concepts, ils peuvent s'avérer utiles, mais lorsqu'ils agrègent grossièrement tous les contenus qui mentionnent une personne, une entreprise ou une organisation, l'intérêt est pour le moins dilué. Belam [2010b] plaide pour une maîtrise plus fine par les journalistes des liens automatiques. Comme dans les recommandations de la BBC, l'intervention éditoriale des journalistes est pointée du doigt comme une nécessité.

Ces exemples laissent apercevoir une certaine maturité — ou, à tout le moins, une complexification — du débat sur la place des liens dans le journalisme. Dans les discussions évoquées ci-dessus, les liens vont de paire avec d'autres enjeux (agrégation, syndication, optimisation pour les moteurs de recherche, automatisation, etc.) : il ne s'agit plus de plaider vaguement pour la présence à tout prix de liens dans les articles, ou de prophétiser une révolution du journalisme par les liens, mais de réfléchir aux différentes façons d'exploiter l'hypertexte dans des contenus journalistiques en ligne. Au final, ce que ces conversations laissent voir, c'est une certaine réflexivité sur les sites d'information *dans leur environnement* : il s'agit de combiner les contenus produits par le site d'information à ceux produits ailleurs, tout en ayant conscience des enjeux économiques des liens.

Opération de "delinkification"

Dans tous les épisodes évoqués ci-dessus, les liens sont globalement célébrés : leur raison d'être ou leurs modalités de présentation varient, mais il faut des liens. En mai 2010, l'essayiste Nicholas Carr prend le contrepied : et si les liens étaient plutôt à éviter? Et s'ils constituaient une distraction néfaste, en nuisant à notre capacité de concentration et à une lecture attentive? C'est une des thèses que Carr défend dans son livre, *Internet rend-il bête? Réapprendre à lire et à penser dans un monde fragmenté* [Carr 2010c].

Dans une critique de l'ouvrage publiée sur Salon.com [Miller 2010], la journaliste Laura Miller prend cette thèse au mot, et expurge son texte de la plupart des liens (pour toutefois les reléguer dans un paragraphe final). L'initiative est saluée par Carr lui-même qui, sur son blog, commente cette expérience de "delinkification". Il y explique la capacité de nuisance des liens en ces termes : "Même si vous ne cliquez pas sur un lien, vos yeux le remarquent, et votre cortex frontal doit allumer un paquet de neurones pour décider s'il faut cliquer sur ce lien ou non. Vous ne remarquerez probablement pas la petite charge cognitive supplémentaire qui pèse sur votre cerveau, mais elle est là et elle importe. Des études montrent que les gens qui lisent des hypertextes comprennent et apprennent moins que ceux qui lisent la même chose sous forme imprimée. Plus il y a de liens dans un texte, plus le coup porté à notre compréhension est grand" [Carr 2010b]. L'essayiste reconnaît néanmoins la valeur documentaire des liens — il les compare aux notes de bas de page — mais il milite fermement pour les exclure du corps du texte afin de ne pas gêner une lecture fluide.

Même si Carr ne prône pas l'éradication totale des liens, ses propos suscitent des réactions virulentes de la part des promoteurs de longue date de "l'éthique du lien" : Jay Rosen l'accuse de vouloir "déconstruire le web", et Jeff Jarvis ironise dans un tweet "Nick Carr a écrit cet article sur les liens pour recevoir des liens. Je ne lierai pas. Cela vous distrairait." [cité par Carr 2010b]. Mathew Ingram monte également au créneau, et affirme que ne pas proposer de liens est un signe "de lâcheté intellectuelle" [Ingram 2010c].

Scott Rosenberg, co-fondateur du site Salon.com et chroniqueur de l'actualité des nouvelles technologies, réagit quant à lui sur le fond en publiant sur son blog une série de billets. Il revient d'abord sur l'histoire de l'hypertexte, et distingue deux filiations fondamentalement différentes : d'une part, l'hypertexte artistique qui vise à déconstruire la linéarité et à exploser les formats traditionnels de narration ; d'autre part, l'hypertexte documentaire, qui constitue un moyen

pratique d'organiser des références croisées dans un système d'information [Rosenberg 2010]. Dans la foulée de cette distinction cruciale, Rosenberg remarque que les recherches citées par Nicholas Carr pour affirmer que les liens nuisent à la concentration étudient en réalité le premier type de lien, l'hypertexte artistique à la structure fondamentalement éclatée. Les conclusions de ces études, affirme Rosenberg, ne sont dès lors pas applicables à la plupart des liens qu'on trouve sur le web puisque ceux-ci sont souvent de nature documentaire. Dans le billet suivant Rosenberg souligne que les liens sont au centre d'enjeux économiques. En conséquence, de nombreux liens existent non pas pour leur intérêt référentiel ou contextuel, mais pour leur valeur économique — ils représentent *de facto* pour le lecteur des distractions inutiles [Rosenberg 2011a]. Il conclut en réaffirmant la valeur du lien hypertexte, et en précisant qu'à côté de sa nécessaire valeur documentaire, le lien remplit de nombreuses fonctions sociales [Rosenberg 2011b].

Par ailleurs, la controverse fournit à certains blogueurs [Berkun 2010, Kirkpatrick 2010, Anderson (Kent) 2010] l'occasion de réfléchir aux standards de l'écriture sur le web, et aux liens comme possibilités pour les auteurs de laisser dans leurs textes des marques de leur ethos : ils permettent par exemple d'exposer les processus d'écriture en toute transparence [Anderson (Kent) 2010], témoignent de l'humilité de l'auteur capable de pointer vers des contenus intéressés écrits par d'autres [Kirkpatrick 2010], leur densité fournit au lecteur un indice de la crédibilité des propos tenus [Berkun 2010]. Dans ce mouvement qui postule d'abord une hypothétique distraction dans le chef des lecteurs pour aboutir enfin aux différentes fonctions que remplissent les liens pour les producteurs de contenus, on voit se déployer une des ambivalences fondamentales du débat sur la place des liens dans le journalisme en ligne, qui voit se croiser deux questions connectées mais de nature différente, l'une du côté de la production et l'autre de la réception : D'une part, à quoi servent les liens pour ceux qui écrivent? Et d'autre part, quel est l'impact des liens sur les lecteurs?

Enfin, soulignons que ce débat au sujet de la *delikinfication* n'alimente pas que les conversations de la blogosphère, il inspire également de nouvelles fonctionnalités à certains développeurs. L'application *Readability* (qui permet de lire des contenus web dans un format épuré) lance dans la foulée une nouvelle option permettant d'expurger automatiquement un texte des liens qu'il contient, pour plutôt présenter ceux-ci en dehors du texte [Miller 2010].

L'organisation du travail en question

En mai 2011, une nouvelle conversation s'initie sur le thème de l'absence regrettable de liens dans les sites d'information. Journaliste, blogueur et membre du Berkman Center for Internet & Society de l'Université d'Harvard, Doc Searls publie un billet où il déplore spécifiquement une carence en liens vers les sources des articles : "Ne pas mettre de liens compromet la mission éditoriale d'un média en ligne — particulièrement s'il s'agit d'une politique délibérée et pas juste d'une habitude", écrit-il [Searls 2011]

Voilà qui lance la conversation : blogueurs, journalistes et chercheurs y contribuent, en tentant cette fois d'avancer des explications à la pénurie de liens. Des journalistes interviennent et témoignent des pratiques de leurs rédactions, en insistant sur la vétusté des outils et de l'organisation du travail héritée des médias imprimés. Brian Boyer, journaliste au Chicago Tribune, explique ainsi qu'au sein de sa rédaction, les journalistes écrivent dans Microsoft Word, qui est connecté au système de publication. De là, l'article passe par un éditeur, un correcteur, et finalement vers le système de pagination pour être imprimé dans le journal. C'est après ce processus qu'un éditeur web peut intervenir. Les éditeurs web, ajoute Boyer, ont tellement de tâches diverses à accomplir qu'il est difficile de leur demander de lire et d'assimiler chaque article pour ajouter des bons liens [Searls 2011]. Kevin Anderson, ancien journaliste au Guardian, rapporte une expérience similaire : "Il y a eu un conflit interne sur l'usage des outils du web ou de l'imprimé pour créer du contenu, et à la fin, les outils de l'imprimé ont gagné. (...) La plupart des CMS de journaux ressemblent plus au WordPerfect des années 80 qu'à Wordpress. (...) Les journaux encodent leur organisation du travail dans leur CMS. Le problème est que cette organisation ne correspond pas à un objectif moderne. L'organisation du travail des rédactions de journaux gravite autour de l'imprimé (...) Le rythme de la journée, le focus des outils et la plupart des réflexions tournent toujours autour d'un délai quotidien, celui du journal qui part en presse" [Anderson (Kevin) 2011].

La vétusté des systèmes de publication utilisés par les médias — ou plutôt leur nature intrinsèquement structurée par la presse imprimée — est pointée du doigt. "L'impossibilité des journalistes de presse quotidienne d'ajouter des liens en tant que part intégrale de leurs articles, depuis le début, et le fait qu'ils doivent plutôt les ajouter après dans un processus séparé est un nouveau signe que la façon dont la plupart des journaux fonctionne est antithétique au web", écrit Mathew Ingram [2011].

D'autres blogueurs et journalistes mettent en doute le caractère déterminant des systèmes techniques, et avancent qu'il s'agirait plutôt d'une question de culture et d'organisation du travail au sein des rédactions. "C'est bien plus un problème de personnes qu'un problème de système", argumente Jason Fry, blogueur et ancien journaliste au Wall Street Journal [Fry 2011], qui explique la vétusté des systèmes de publication par une résistance au changement dans l'organisation du travail des journalistes et la répartition des tâches entre les membres de la rédaction. En effet, selon l'expérience de Fry au sein de plusieurs médias, certains journalistes issus du journal papier refusent de se voir attribuer d'autres responsabilités que la stricte rédaction de leurs articles (qu'il s'agisse de la confection de titres pour le web, l'ajout d'illustrations ou d'éléments multimédia, ou le choix des liens). Dès lors, une partie importante des journalistes s'oppose au passage à un système de publication qui leur confierait ces tâches, et celles-ci demeurent en bout de chaîne éditoriale, sous la responsabilité d'éditeurs web déjà surchargés et peu au fait des spécificités de chaque article [Fry 2011].

Les agences de presse entrent dans la danse

Parmi les médias dits traditionnels, les agences de presse sont peut-être ceux qui pratiquent le moins le lien hypertexte. C'est en tout cas ce qu'avance le journaliste Jonathan Stray en 2010, dans un article publié sur le *Nieman Journalism Lab* [Stray 2010c]. Il y passe en revue les pratiques des agences Associated Press, Reuters, et Dow Jones, et affirme que des facteurs techniques expliquent en grande partie l'absence de liens : les systèmes de publication des agences ne permettent pas d'utiliser le langage html, ce qui rend impossible l'intégration de liens dans les dépêches. Stray remarque toutefois qu'Associated Press propose parfois des liens dans une section séparée du texte de ses dépêches, et que Reuters fournit des liens vers des documents originaux ou des dépêches précédentes, mais pas sous la forme standard d'une URL (ce qui rend dès lors ces liens difficile à utiliser directement pour les rédactions).

Pourtant, en 2011, plusieurs initiatives montrent que les agences de presse sont également sensibles aux appels en faveur d'une plus grande "éthique du lien".

En juillet 2011, Associated Press envoie un mémo à ses employés pour expliciter certaines consignes relatives aux liens. Désormais, quand l'agence reprend un sujet couvert par un de ses médias affiliés (par exemple lorsqu'un média local révèle un scoop qui est ensuite repris par l'agence), la dépêche AP contiendra désormais un lien vers l'article original — en plus de la

mention de la source, qui était déjà une règle d'attribution obligatoire. Cette nouvelle consigne ne peut toutefois pas être assimilée à l'annonce d'une déferlante de liens dans les dépêches : les reprises directes d'articles originaux publiés par ses affiliés concernent surtout les fils régionaux de l'agence de presse, mais représenteraient moins de 2% de la production nationale (américaine) d'AP [Phelps 2011].

En réalité, ce ne sont pas exactement des liens, au sens strictement technique du terme, qui seront intégrés dans les dépêches AP : le système de publication de l'agence, et plus particulièrement la tuyauterie (qui, dans chaque média affilié, permet d'injecter les contenus publiés par AP dans son système de publication) ne supporte pas le code html. Ce sont des adresses URL copiées toutes lettres dans le texte de la dépêche, plutôt que des liens cliquables, que l'agence fournira — après un détour par le service de raccourcissement d'URL bit.ly [Phelps 2011]. Aux médias qui décident d'utiliser cette dépêche de transformer cette mention en véritable lien s'ils le souhaitent.

En septembre 2011, l'agence Reuters lance un site se revendiquant directement du journalisme de liens, intitulé *Counterparties*. Il s'agit d'un site d'actualité économique et financière entièrement constitué de liens agrégés et commentés par deux journalistes, Felix Salmon (blogueur pour Reuters depuis 2006) et Ryan McCarthy (anciennement éditeur au Huffington Post) [Hemery 2011].

"Un aperçu éditorialisé des meilleures actualités et commentaires sur la finance", promettent-ils dans la présentation du site, avant d'expliquer l'impulsion du projet en ces mots : "A quoi ressemblerait un site d'information s'il n'avait pas besoin de promouvoir ses propres contenus, et s'il pouvait juste lier les meilleurs articles et billets, peu importe la source?" [Salmon & McCarthy 2011]. *Counterparties* est le résultat d'une agrégation semi-automatisée : les contenus de sites sélectionnés par Felix Salmon sont rassemblés et scannés par un logiciel, mais ce premier tri est ensuite validé par les journalistes — qui hiérarchisent et ajoutent des *tags*, une manière de commenter les liens qu'ils présentent. La personnalité des journalistes et l'intervention humaine dans le processus d'agrégation sont d'ailleurs mis en avant par Salmon comme un élément essentiel de l'expérience, et il insiste sur la "voix", l'"attitude" et la "distinction" : "Le coeur de ceci est la voix. Nous ne copions-collons pas simplement des titres, nous isolons ce qui fait l'essence de ce vers quoi nous mettons des liens, ou ce que nous considérons remarquable dans ce que nous lions, un peu comme on le ferait dans un tweet" [Garber 2011a].

Limites et Ouvertures

Cette archéologie des discours des milieux du journalisme en ligne au sujet de liens donne un aperçu détaillé des conversations et de leurs évolutions. Elle comporte également des limites, inhérentes au corpus et à la façon dont il a été constitué. Les propos tenus au sujet des liens ne sauraient être généralisés ou considérés comme représentatifs des milieux du journalisme en général : il s'agit uniquement des conversations tenus par les acteurs mentionnés, dont j'ai tenté au mieux d'explicitier les rôles, les statuts, le contexte et l'importance relative.

Les effets de saillance du corpus ne doivent pas nous faire oublier que les liens hypertextes constituent probablement un sujet de préoccupation mineure dans le chef de nombreux journalistes (ce qui n'enlève rien à leur intérêt en tant qu'objet d'étude, *cf infra*). Les discours sur les liens présentés ici sont forcément biaisés *en faveur* des liens, au moins parce que ceux qui s'expriment sont sensibles aux enjeux entrelacés du web et du journalisme, et qu'on peut voir deviner dans leur chef un certain enthousiasme pour les « nouvelles technologies ». A contrario, on peut supposer que beaucoup de journalistes professionnels, les liens constituent un sujet trivial sur lequel ils n'ont pas d'opinion particulière.

Par ailleurs, la mise en narration nécessaire du corpus biaise forcément le compte-rendu en faveur des initiatives, des médias et des commentateurs les plus visibles. Le New York Times, la BBC, le Washington Post ou le Guardian occupent une place centrale dans cette archéologie, à la fois parce qu'ils constituent des médias importants dans leurs contextes nationaux respectifs, mais aussi parce qu'ils ont les moyens d'innover, d'expérimenter, et surtout de communiquer au sujet de ces expérimentations.

Le compte-rendu ci-dessus ne constitue toutefois qu'une étape dans un programme de recherche qui sera complété de manière suivante :

- Une analyse thématique du corpus, qui vise notamment à cartographier et systématiser la diversité des arguments dans lesquels la question des liens apparaît ; ainsi que les différents contextes avec lesquels la question des liens dans la production journalistique s'entremêle.

- Une exploration de la circulation des discours évoqués ici dans d'autres espaces, notamment l'espace francophone.

- Plus crucialement encore, un travail ethnographique de terrain dans plusieurs rédactions en Belgique francophone permettra d'explorer les façons dont ces discours, ou certains d'entre eux, s'actualisent (ou non) dans la pratique des journalistes.

- Une analyse du contenu des sites de la presse francophone belge permettra également de décrire quantitativement les liens qui sont effectivement proposés dans ces sites.

Conclusion

Au delà du ballet incessant des optimistes et des pessimistes, du chassé-croisé entre ceux qui dénoncent l'absence de liens et ceux qui se réjouissent de leur avènement, ce compte-rendu des conversations qu'entretient le milieu du journalisme en ligne au sujet des liens nous permet dévoiler quelques fils qui les traversent.

Sans trop schématiser des discours qui sont, par nature, dispersés, on y distingue un mouvement de complexification, qui va de paire avec une dilution de la question des liens dans les enjeux plus généraux du journalisme contemporain.

Complexification, d'abord : chaque conversation décrite ici ajoute une couche, un nouveau problème à prendre en considération. Les premiers discours réflexifs sur la place des liens dans les sites d'information qui, au début des années 2000, célèbrent la fin d'une attitude protectionniste des médias, plaident pour plus de liens sans nécessairement préciser pourquoi il en faudrait plus, où ils devraient être ajoutés, et dans quelles mesures ils s'intégreraient dans le travail quotidien des journalistes. L'intérêt des liens pour le journalisme semble *naturalisé*, évident, et ne nécessite pas d'explicitation élaborée : il faut des liens, parce que les liens font partie du web. A l'extrême, les tenants du journalisme de liens avancent que les liens peuvent *remplacer* le journalisme et, dans leur rhétorique révolutionnaire (qui sert leurs intérêts industriels), attachent plus d'importance à décrire les bénéfices économiques d'une production massive de liens qu'à leur plus-value journalistique.

Mais, ailleurs, les conversations montrent que le rôle que peuvent jouer les liens se discute sous bien des angles spécifiques, et chaque grappe de billets, opinions et réactions se cristallise autour de saillances différentes. Les uns débattent de la meilleure manière de présenter les liens, les autres se demandent quels éléments dans l'organisation des rédactions peuvent les faciliter ou les contraindre, quand d'autres encore s'interrogent sur leur impact sur les lecteurs, sur la

multiplicité de leurs fonctions (journalistique, sociale, économique) ou sur la possibilité d'automatiser leur production.

Dilution de la question des liens dans les problématiques plus générales du journalisme contemporain, ensuite : au fur et à mesure que les différentes couches d'enjeux sont discutées, ce qui émerge, c'est que les liens ne constituent pas un enjeu *isolé*, ni même un enjeu *en soi*. Les liens sont un prétexte pour initier les discussions, un cas pratique à soumettre au jugement de la communauté, mais celle-ci aborde plus ou moins explicitement d'autres questions cruciales pour le journalisme : il s'agit de montrer ses sources, d'attribuer correctement des propos cités, de s'intégrer dans l'économie médiatique en ligne, d'anticiper les effets sur le public, de repenser l'organisation du travail au sein des rédactions. A travers ces *objets concrets* que sont les liens, ce sont des *objets formels*, qui ne sont pas spécifiques aux liens et les dépassent largement, que le milieu du journalisme en ligne dissèque.

Bibliographie

Adamic, L. A., & Adar, E. (2003). Friends and neighbors on the Web. *Social Networks*, 25(3), 211–230.

doi:10.1016/S0378-8733(03)00009-1

Anderson, C. W. (2010). News objects and objectivity: Links, documents and sources as objects of journalistic evidence. Presented at the Yale-Harvard-MIT Cyberscholars Working Group, New Haven, CT.

Anderson, C. W. (2011). Understanding the role played by algorithms and computational practices in the collection, evaluation, presentation, and dissemination of journalistic evidence. Presented at the 1st Berlin Symposium on Internet and Society.

Dagiral, É., & Parasie, S. (2010). Presse en ligne : où en est la recherche ? *Réseaux*, 160(2), 13.

doi:10.3917/res.160.0013

Foster, A., & Ford, N. (2003). Serendipity and information seeking: an empirical study. *Journal of*

Documentation, 59(3), 321–340. doi:10.1108/00220410310472518

Foust, J. C. (2009). *Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web* (2nd ed.). Scottsdale, Ariz.: Holcomb Hathaway.

Grevisse, B. (2008). *Ecritures Journalistiques: Stratégies Rédactionnelles, Multimédia Et Journalisme Narratif*.

Bruxelles: De Boeck.

Jacomy, M., & Ghitalla, F. (2007a). Méthodologies d'analyse de corpus en sciences humaines à l'aide du Navicrawler (Rapport final). (D. Diminescu, Ed.). Fondation de la Maison des Sciences de l'Homme - Programme TIC-Migrations. Retrieved from

http://www.webatlas.fr/download/methodo_shs_navicrawler.pdf?aa3b70196c0dc6fb4c4810f9d1c623ff=90d626e304d42bbf1fdb8397c44a569

Jacomy, M., & Ghitalla, F. (2007b). Méthodologies d'analyse de corpus en sciences humaines à l'aide du Navicrawler (Rapport final). (D. Diminescu, Ed.). Fondation de la Maison des Sciences de l'Homme - Programme TIC-Migrations. Retrieved from

http://www.webatlas.fr/download/methodo_shs_navicrawler.pdf?aa3b70196c0dc6fb4c4810f9d1c623ff=90d626e304d42bbf1fdb8397c44a569

Le Cam, F. (2005). *L'identité du groupe des journalistes du Québec au défi d'Internet*. Université Rennes 1.

Retrieved from <http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00011013>

Le Cam, F. (2010). Histoires et filiations du terme “weblog” (1992-2003). Perspectives pour penser

l'histoire de certaines pratiques sociales sur le web. *Les Enjeux de l'information et de la communication,*

revue du GRESEC, Grenoble, avril. Retrieved from [http://w3.u-](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010/LeCam/index.html)

[grenoble3.fr/les_enjeux/2010/LeCam/index.html](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010/LeCam/index.html)

Lejeune, C. (2009). *Démocratie 2.0*. Bruxelles: Espace de libertés.

Powers, M. (2012). “In Forms That Are Familiar and Yet-to-Be Invented.” *Journal of Communication Inquiry,*

36(1), 24–43. doi:10.1177/0196859911426009

Rogers, R., & Ben-David, A. (2008). The Palestinian—Israeli peace process and transnational issue

networks: the complicated place of the Israeli NGO. *New Media & Society, 10*(3), 497–528.

doi:10.1177/1461444807085321

Ruellan, D., & Péliissier, N. (2002). La compétence encyclopédique. Un défi épistémologique pour les

formations au journalisme. In R. Rieffel & T. Watine (Eds.), *Les mutations du journalisme en France et*

au Québec (pp. 57–80). Paris: Panthéon-Assas.

Wahl-Jorgensen, K., Cushion, S., & Garcia Blanco, I. (2011). Back to the Future: Scholarly predictions

about the future of journalism (Karin Wahl-Jorgensen) - Academia.edu. Presented at the Future

of Journalism 2011, Cardiff. Retrieved from

http://cardiff.academia.edu/KarinWahlJorgensen/Papers/941832/Back_to_the_Future_Scholarly_predictions_about_the_future_of_journalism

Annexe: documents du corpus

- Ali, R., 2009. paidContent.org - In-Text Media Links Service Apture Gets \$4.1 Million Funding. The Washington Post.
- Altoft, P., 2008. Greedy BBC Blocks External Links Blogstorm. URL <http://www.blogstorm.co.uk/greedy-bbc-blocks-external-links/>
- Anderson, C.W., 2010a. Don't forget: A few news orgs would still like to make aggregation opt-in Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2010/03/dont-forget-a-few-news-orgs-would-still-like-to-make-aggregation-opt-in/>
- Anderson, K., 2010b. Arguing Against Links: Are They Distracting, Counterproductive, and Anti-Intellectual? The scholarly kitchen. URL <http://scholarlykitchen.sspnet.org/2010/06/03/arguing-against-links-are-they-distracting-counterproductive-and-anti-intellectual/>
- Anderson, K., 2011. Linking and journalism: The Workflow issue Strange Attractor. URL <http://charman-anderson.com/2011/05/18/linking-and-journalism-the-workflow-issue/>
- Arrington, M., 2008. Publish2 To Launch Digg Variation As Journalist Resource | TechCrunch TechCrunch. URL <http://techcrunch.com/2008/03/31/publish2-to-launch-digg-variation-as-journalist-resource/>
- Austin, J., 2008. BBC - Journalism Labs: Results of the BBC News Story Links Trial BBC Journalismlabs. URL http://www.bbc.co.uk/blogs/journalismlabs/2008/12/results_of_the_bbc_news_links.html
- BBC, 1998. BBC - WebGuide URL <http://web.archive.org/web/20040610155047/www.bbc.co.uk/webguide/>
- BBC, 2010. BBC - Online Services Guidelines - Integrity - Links to external sites URL <http://web.archive.org/web/20100724021347/http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/onguide/editorial/linkstoexternal.shtml>
- BBC Trust, 2008a. BBC Trust - BBC Trust concludes its review of bbc.co.uk URL http://web.archive.org/web/20081229031049/http://www.bbc.co.uk/bbctrust/news/press_releases/2008/bbc_co_uk_review.html
- Beato, G., 2009. Bizarre love triangle: Breitbart, Reuters, and the Drudge Report soundbitten.com. URL http://www.soundbitten.com/archives/week_2009_11_01.html#000674
- Belam, M., 2004. Newstracker presentation at Bush House currybetdotnet. URL http://www.currybet.net/cbet_blog/2004/11/newstracker-presentation-at-bu.php
- Belam, M., 2008a. The BBC News linking policy is simply clumsy, not "greedy" currybetdotnet. URL http://www.currybet.net/cbet_blog/2008/11/the-bbc-news-linking-policy-is.php
- Belam, M., 2008b. Begging more questions than answers - the BBC Trust bbc.co.uk review: External links currybetdotnet. URL http://www.currybet.net/cbet_blog/2008/06/begging-more-questions-than-an-l.php
- Belam, M., 2010a. 5 ways that The Guardian puts external links onto web pages currybetdotnet. URL http://www.currybet.net/cbet_blog/2010/08/5-ways-guardian-links-out.php
- Belam, M., 2010b. Inline article links to tag pages on guardian.co.uk currybetdotnet. URL http://www.currybet.net/cbet_blog/2010/08/inline-links-to-tags-guardian.php
- Belam, M., 2010c. External links from news sites - what should the user experience be? currybetdotnet. URL http://www.currybet.net/cbet_blog/2010/08/external-news-links-user-experience.php
- Benton, J., 2008a. One last Times Extra thought Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2008/12/one-last-times-extra-thought/>
- Benton, J., 2008b. Five minutes with Times Extra Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2008/12/five-minutes-with-times-extra/>
- Benton, J., 2008c. An academic look at linking out Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2008/12/an-academic-look-at-linking-out/>

- Benton, J., 2008d. NYT to linkers: Drop dead! Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2008/12/nyt-to-linkers-drop-dead/>
- Benton, J., 2009. Some confusing language in the GateHouse linking settlement Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2009/01/some-confusing-language-in-the-gatehouse-linking-settlement/>
- Benton, J., 2011. New York Times Election 2012 iPhone app launches » Nieman Journalism Lab Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2011/12/new-york-times-election-2012-iphone-app-launches/>
- Bercovici, J., 2008. Washingtonpostcom Tinkers With Links Portfolio.com Mixed Media. URL <http://www.portfolio.com/views/blogs/mixed-media/2008/04/14/washingtonpostcom-tinkers-with-links>
- Berkman, R.I., 2003. OJR article: Copyright Issues Present Ongoing Dilemma: To Link or Not To Link? Online Journalism Review. URL <http://www.ojr.org/ojr/ethics/1065049186.php>
- Berkun, S., 2010. The tradeoff of the hyperlink Scott Berkun Blog. URL <http://www.scottberkun.com/blog/2010/the-tradeoff-of-the-hyperlink/>
- Berners-Lee, T., 1997a. Links and Law: Axioms of Web architecture w3.org. URL <http://www.w3.org/DesignIssues/LinkMyths.html>
- Berners-Lee, T., 1997b. Links and Law: Myths w3.org. URL <http://www.w3.org/DesignIssues/LinkMyths.html>
- Berry, P., 2010. Les liens hypertextes affectent-ils notre concentration? 20minutes.fr. URL <http://www.20minutes.fr/article/574667/Sciences-Les-liens-hypertextes-affectent-ils-notre-concentration.php>
- Bialik, C., Fry, J., 2004. Four Teams Plus Two Games Equals a Night to Remember Wall Street Journal. URL <http://web.archive.org/web/20090505221249/http://online.wsj.com/article/0,,SB109811059988448029,00.html>
- Blodget, H., 2009. Our Excerpting Policy Business Insider. URL <http://www.businessinsider.com/our-excerpting-policy-2009-3>
- Bradshaw, P., 2008. BBC Pledges to Link Out More, but Holds Back the Google Juice Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/e-media-tidbits/92661/bbc-pledges-to-link-out-more-but-holds-back-the-google-juice/>
- Bradshaw, P., 2010a. The BBC and linking part 3 – the BBC respond Online Journalism Blog. URL <http://onlinejournalismblog.com/2010/03/19/the-bbc-and-linking-part-3-the-bbc-respond/>
- Bradshaw, P., 2010b. BBC new linking guidelines issued – science journals mentioned Online Journalism Blog. URL <http://onlinejournalismblog.com/2010/10/08/bbc-new-linking-guidelines-issued-science-journals-mentioned/>
- Bradshaw, P., 2010c. The BBC and linking part 1: users are not an audience Online Journalism Blog. URL <http://onlinejournalismblog.com/2010/03/09/the-bbc-and-linking-part-1-users-are-not-an-audience/>
- Bradshaw, P., 2010d. The BBC and linking part 2: a call to become curators of context Online Journalism Blog. URL <http://onlinejournalismblog.com/2010/03/11/curators-of-context/>
- Bradshaw, P., 2012. BBC regional sites to consider including links to hyperlocal blogs Online Journalism Blog. URL <http://onlinejournalismblog.com/2012/04/20/bbc-regional-sites-to-consider-including-links-to-hyperlocal-blogs/>
- Brisbane, A.S., 2010. Times Link to Its Own Course Is a Lesson New York Times. URL <http://www.nytimes.com/2010/10/17/opinion/17pubed.html?ref=newyorktimesthe>
- Byers, A., 2011. Why news websites don't link Journalism, Web, Etc. URL <http://www.byersalex.com/2011/05/on-news-websites-and-linking/>
- Carr, D., 2012a. Guidelines Proposed for Content Aggregation Online. The New York Times. URL <http://www.nytimes.com/2012/03/12/business/media/guidelines-proposed-for-content-aggregation-online.html>
- Carr, N., 2008. Is Google Making Us Stupid? - The Atlantic (July/August 2008) URL <http://www.theatlantic.com/doc/200807/google>
- Carr, N., 2010a. Does the Internet Make You Dumber? Wall Street Journal. URL <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704025304575284981644790098.html>

- Carr, N., 2010b. Experiments in delinkification Rough Type (Nicholas Carr's Blog). URL http://www.roughtype.com/archives/2010/05/experiments_in.php
- Carr, N., 2012b. The nepotistic linker Rough Type (Nicholas Carr's Blog). URL <http://www.roughtype.com/?p=1740>
- Carr, N., 2010c. The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains, 1st ed. W.W. Norton, New York.
- Catone, J., 2008. Link Journalism: Is Linking to News a form of Journalism? ReadWriteWeb. URL http://www.readwriteweb.com/archives/link_journalism.php
- Chittum, R., 2010a. Nick Carr and How Links Hurt Reading Columbia Journalim Review. URL http://www.cjr.org/the_audit/nick_carr_and_how_links_hurt_r.php
- Chittum, R., 2010b. Audit Notes: Links, Readability, Distractions, Wired Columbia Journalim Review. URL http://www.cjr.org/the_audit/audit_notes_links_readability.php
- Chittum, R., 2010c. WSJ.com Lacks Link Luster Columbia Journalim Review. URL http://www.cjr.org/the_audit/wsjcom_lacks_link_luster.php
- Coddington, M., 2010a. This Week in Review: The FTC's ideas for news, Apple's paid-news pitch, and the de-linking debate Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2010/06/this-week-in-review-the-ftcs-ideas-for-news-apples-paid-news-pitch-and-the-de-linking-debate/>
- Coddington, M., 2010b. This Week in Review: A mobile aggregation dustup, journalists and the link, and fan-based local sports Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2010/06/this-week-in-review-a-mobile-aggregation-dustup-journalists-and-the-link-and-fan-based-local-sports/>
- Coddington, M., 2010c. This Week in Review: Plagiarism and the link, location and context at SXSW, and advice for newspapers Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2010/03/this-week-in-review-plagiarism-and-the-link-location-and-context-at-sxsw-and-advice-for-newspapers/>
- Coddington, M., 2011a. Publish2 » Encyclo URL <http://www.niemanlab.org/encyclo/publish2/>
- Coddington, M., 2011b. This Week in Review: What Twitter does to us, Google News gets more local, and making links routine Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2011/05/this-week-in-review-what-twitter-does-to-us-google-news-gets-more-local-and-making-links-routine/>
- Coddington, M., 2011c. The New York Times. Encyclo (Nieman Journalism Lab). URL <http://www.niemanlab.org/encyclo/new-york-times/>
- Coddington, M., 2012a. The Drudge Report, Encyclo (Nieman Journalism Lab). URL <http://www.niemanlab.org/encyclo/drudge-report/>
- Coddington, M., 2012b. Slate Encyclo (Nieman Journalism Lab). URL <http://www.niemanlab.org/encyclo/slate/>
- Coddington, M., 2012c. BBC News Encyclo (Nieman Journalism Lab). URL <http://www.niemanlab.org/encyclo/bbc-news/>
- Delaney, E.J., 2008. Frank Rich: Why I link Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2008/12/frank-rich-why-i-link/>
- Destefano, D., Lefevre, J., 2007. Cognitive load in hypertext reading: A review. *Computers in Human Behavior* 23, 1616–1641.
- Dunn, G., 2011. New York Times Uses 100 Interviews Without Linking Back. And Then We Work It Out. 100interviews. URL <http://100interviews.com/post/9047838080/rosenblum>
- Ellis, J., 2012. Watch a creepy guy smell someone: The New York Times builds contextual multimedia into the flow of a story Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2012/08/watch-a-creepy-guy-smell-someone-the-new-york-times-builds-contextual-multimedia-into-the-flow-of-a-story/>
- Ellis, J., Benton, J., 2012. The Verge is giving extra credit (and links) to primary sources Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2012/07/the-verge-is-giving-extra-credit-and-links-to-primary-sources/>
- Evslin, T., 2011. Fractals of Change: Hey NYTimes, Where's the Link? Fractals of change. URL <http://blog.tomevslin.com/2011/05/hey-nytimes-wheres-the-link.html>

- Fry, J., 2010a. Maximizing the values of the link: Credibility, readability, connectivity Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2010/06/maximizing-the-values-of-the-link-credibility-readability-connectivity/>
- Fry, J., 2010b. Sports, Linking and the New Competitive Advantage Reinventing the newsroom. URL <http://reinventingthenewsroom.wordpress.com/2010/03/09/sports-linking-and-the-new-competitive-advantage/>
- Fry, J., 2011. Where Papers' Linking Problems Begin Reinventing the Newsroom. URL <http://reinventingthenewsroom.wordpress.com/2011/05/20/where-papers-linking-problems-begin/>
- Gahrn, A., 2005. Source Links: Where Do They Belong? Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/e-media-tidbits/37817/source-links-where-do-they-belong/>
- Gahrn, A., 2006. External Links from Stories Are a Service, Not a Threat Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/e-media-tidbits/77985/external-links-from-stories-are-a-service-not-a-threat/>
- Gahrn, A., 2007. Election Coverage: Links Belong in Stories Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/e-media-tidbits/80281/election-coverage-links-belong-in-stories/>
- Gahrn, A., 2011a. How missing links hurt online news, part 1 Online Journalism Review. URL http://www.knightdigitalmediacenter.org/leadership_blog/comments/20110120_how_missing_links_hurt_online_news_part_1/
- Gahrn, A., 2011b. Link to coverage elsewhere: It's a strength, not a weakness Online Journalism Review. URL http://www.knightdigitalmediacenter.org/leadership_blog/comments/20110823_/
- Garber, M., 2009. Link Again Columbia Journalism Review. URL http://www.cjr.org/the_kicker/link_again.php
- Garber, M., 2011a. Felix Salmon's brain, Drugged: Meet Counterparties, a personal linkblog with Reuters branding Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2011/09/felix-salmons-brain-drugged-meet-counterparties-a-personal-linkblog-with-reuters-branding/>
- Garber, M., 2011b. Curiosity made collaborative: Aapture's "Hotspots" feature brings crowdsourcing to link generation Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2011/06/curiosity-made-collaborative-aaptures-hotspots-feature-brings-crowdsourcing-to-link-generation/>
- Garber, M., 2012. How to Save Yourself From a Defamation Suit: Hedge, Snark, Link The Atlantic. URL <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/08/how-to-save-yourself-from-a-defamation-suit-hedge-snark-link/261129/>
- Gavin, 2012. Link smarter, not harder Gavin- JOURNALISM 4202. URL <http://lukegavin7.wordpress.com/2012/02/29/link-smarter-not-harder/>
- Gillmor, D., 2011. The web's weakest links Comment is free (guardian.co.uk). URL <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/cifamerica/2011/may/18/digital-media-social-media>
- Gillmor, S., 2005. Links are dead, Doc ZDnet. URL <http://www.zdnet.com/blog/gillmor/links-are-dead-doc/168>
- Glaser, M., 2003a. OJR article: Paid Links More Messy Visually Than Ethically; L.A. Times' Sneaky E-mail Ads Online Journalism Review. URL <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1045155899.php>
- Glaser, M., 2003b. News Sites Loosen Linking Policies Online Journalism Review. URL <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1063750500.php>
- Glaser, M., 2004. Open Season: News Sites Add Outside Links, Free Content Online Journalism Review. URL <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1098225187.php>
- Goldacre, B., 2010. Trying to get the BBC to link to journal articles bengoldacre - secondary blog. URL <http://bengoldacre.posterous.com/trying-to-get-the-bbc-to-link-to-journal-articles>
- Graf, P., 2004. BBC - Report of the independent review of BBC Online. URL <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/3866355.stm>
- Greenslade, R., 2008. Washington Post's political browser to recommend rival websites | Media | guardian.co.uk guardian.co.uk Greenslade Blog. URL <http://www.guardian.co.uk/media/greenslade/2008/sep/22/2>
- Gruber, J., 2012. Rewrite Bingo Storify. URL <http://storify.com/gruber/rewrite-bingo>

- Grueskin, B., 2009. Gawker's Link Etiquette (or Lack Thereof) Columbia Journalism Review. URL http://www.cjr.org/behind_the_news/gawkers_link_etiquette_or_lack.php
- Grunin, L., 2010. News.com Extra - CNET News CNet news. URL <http://web.archive.org/web/20090806092114/http://news.cnet.com/news.com-extra/>
- Halliday, J., 2010. BBC alters link guidelines for online articles Guardian - PDA, the digital content blog. URL <http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/oct/08/bbc-link-guidelines>
- Hemery, C., 2011. Reuters adopts link journalism with Counterparties INA Global. URL <http://www.inaglobal.fr/en/press/article/reuters-adopts-link-journalism-counterparties>
- Herrmann, S., 2008. New ways of linking BBC - The Editors blog. URL http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2008/08/new_ways_of_linking.html
- Herrmann, S., 2010a. BBC News linking policy (2) The Editors (BBC blog). URL http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2010/04/bbc_news_linking_policy_ii.html
- Herrmann, S., 2010b. BBC News linking policy BBC - The Editors blog. URL http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2010/03/bbc_news_linking_policy.html
- Herrmann, S., 2010c. BBC News linking policy (3) The Editors (BBC blog). URL http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2010/06/bbc_news_linking_policy_3.html
- Herrmann, S., 2010d. BBC News linking policy (4) The Editors (BBC blog). URL http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2010/10/bbc_news_linking_policy_4.html
- Howard, A., 2012. Marco Arment names and shames tech media rewriting his post without attribution Storify. URL <http://storify.com/digiphile/marco-ament-names-and-shames-tech-media-rewriting>
- Ingram, M., 2010a. Links: Not Just the Currency of the Web, but the Soul GigaOM. URL <http://gigaom.com/2010/09/06/links-not-just-the-currency-of-the-web-but-the-soul/>
- Ingram, M., 2010b. The NYT Needs to Learn the Value of the Link GigaOM. URL <http://gigaom.com/2010/03/08/the-nyt-needs-to-learn-the-value-of-the-link/>
- Ingram, M., 2010c. Nick Carr's Retreat From the Internet Continues mathewingram.com/work. URL <http://www.mathewingram.com/work/2010/05/31/nick-carrs-retreat-from-the-internet-continues/>
- Ingram, M., 2011. Why Is It Still So Hard to Get Some Media Outlets to Link? GigaOM. URL <http://gigaom.com/2011/05/18/why-is-it-still-so-hard-to-get-some-media-outlets-to-link/>
- Ingram, M., 2012a. Is linking just polite, or is it a core value of journalism? — Tech News and Analysis GigaOM. URL <http://gigaom.com/2012/02/25/is-linking-just-polite-or-is-it-a-core-value-of-journalism>
- Ingram, M., 2012b. Criminalizing links: Why the Richard O'Dwyer case matters GigaOM. URL <http://gigaom.com/2012/07/03/criminalizing-links-why-the-richard-odwyer-case-matters/>
- Ingram, M., 2012c. Why we need to blow the article up in order to save it GigaOM. URL <http://gigaom.com/2012/05/30/why-we-need-to-blow-the-article-up-in-order-to-save-it>
- Ingram, M., 2012e. Why links matter: Linking is the lifeblood of the web GigaOM. URL <http://gigaom.com/2012/07/06/why-links-matter-linking-is-the-life-blood-of-the-web/>
- Jarvis, J., 2006. Networked journalism Buzzmachine. URL <http://www.buzzmachine.com/2006/07/05/networked-journalism/>
- Jarvis, J., 2007. New rule: Cover what you do best. Link to the rest. Buzzmachine. URL <http://www.buzzmachine.com/2007/02/22/new-rule-cover-what-you-do-best-link-to-the-rest/>
- Jarvis, J., 2008a. The ethic of the link layer on news Buzzmachine. URL <http://www.buzzmachine.com/2008/06/02/the-ethic-of-the-link-layer-on-news/>
- Jarvis, J., 2008b. A proposal to the Associated Press: A link ethic Buzzmachine. URL <http://www.buzzmachine.com/2008/06/14/a-proposal-to-the-associated-press-a-link-ethic/>
- Jarvis, J., 2010a. The right to link Buzzmachine. URL <http://www.buzzmachine.com/2010/01/17/the-right-to-link/>

- Jarvis, J., 2010b. The importance of provenance Buzzmachine. URL <http://www.buzzmachine.com/2010/06/27/the-importance-of-provenance/>
- Jay Rosen of NYU on the Ethic of the Link, 2008. .
- Karp, S., 2008a. Newsrooms Can Grow Twitter Followers By Using Twitter For Link Journalism Publishing 2.0. URL <http://publishing2.com/2008/10/29/newsrooms-can-grow-twitter-followers-by-using-twitter-for-link-journalism/>
- Karp, S., 2008b. Reinventing Journalism On The Web: Links As News, Links As Reporting Publishing 2.0. URL <http://publishing2.com/2008/02/20/reinventing-journalism-on-the-web-links-as-news-links-as-reporting/>
- Karp, S., 2008c. How Link Journalism Could Have Transformed The New York Times Reporting On McCain Ethics Publishing 2.0. URL <http://publishing2.com/2008/02/25/how-link-journalism-could-have-transformed-the-new-york-times-reporting-on-mccain-ethics/>
- Karp, S., 2008d. How Networked Link Journalism Can Give Journalists Collectively The Power Of Google And Digg Publish2 blog. URL <http://blog.publish2.com/2008/02/29/how-networked-link-journalism-can-give-journalists-collectively-the-power-of-google-and-digg/>
- Karp, S., 2008e. How Newsrooms Throw Away Value By Not Linking To Sources On The Web Publishing 2.0. URL <http://publishing2.com/2008/08/07/how-newsrooms-throw-away-value-by-not-linking-to-sources-on-the-web/>
- Karp, S., 2008f. Drudge Report: News Site That Sends Readers Away With Links Has Highest Engagement Publishing 2.0. URL <http://publishing2.com/2008/09/15/drudge-report-news-site-that-sends-readers-away-with-links-has-highest-engagement/>
- Karp, S., 2008g. washingtonpost.com's Political Browser Uses the News Judgment of Journalists to Filter the Political Web Publishing 2.0. URL <http://publishing2.com/2008/09/28/washingtonpostcoms-political-browser-uses-the-news-judgment-of-journalists-to-filter-the-political-web/>
- Karp, S., 2010. Scott Karp: Clay Shirky's right that syndication's getting disrupted — but not in the ways he thinks it is Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2010/12/scott-karp-clay-shirkys-right-that-syndications-getting-disrupted-%e2%80%94-but-not-in-the-ways-he-thinks-it-is/>
- Karp, S., 2011. How to Make It Easy for Newspapers to Link on the Web publish2. URL <http://blog.publish2.com/2011/05/19/how-to-make-it-easy-for-newspapers-to-link-on-the-web/>
- Kirchner, L., 2011. Q&A: David Plotz, Editor of Slate, on Aggregation Columbia Journalim Review. URL http://www.cjr.org/the_news_frontier/qa_david_plotz_editor_of_slate.php?page=all
- Kirkpatrick, M., 2010. The Case Against Links ReadWriteWeb. URL http://www.readwriteweb.com/archives/links_in_text.php
- Kramer, S.D., 2002. Link Like It's 1999 Online Journalism Review. URL <http://www.ojr.org/ojr/kramer/1026265197.php>
- l3ahb3tan, 2009. Fark, USA Today Deal Demonstrates Aggregation's Value in Link Economy Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/e-media-tidbits/99698/fark-usa-today-deal-demonstrates-aggregations-value-in-link-economy/>
- Luzer, D., 2008. Linked Out : One day, one story, one million hyperlinks Columbia Journalim Review. URL http://www.cjr.org/overload/linked_out.php?page=all
- Lyon, M., 2012. Aggregation and curation makes us more informed Lyon's 4202 Blog. URL <http://marissaklyons.wordpress.com/2012/02/29/aggregation-and-curation-aid-in-making-us-more-informed/>
- Madrigal, A., 2010. The Hyperlink Grows Up: The Times Releases New Linking Features The Atlantic. URL <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2010/12/the-hyperlink-grows-up-the-times-releases-new-linking-features/67219/>
- Manjoo, F., 2002a. Public Protests NPR Link Policy Wired. URL <http://www.wired.com/techbiz/media/news/2002/06/53355>
- Manjoo, F., 2002b. NPR Retreats, Link Stink Lingers Wired. URL <http://www.wired.com/politics/law/news/2002/06/53543>

- McLellan, M., 2009. Publish2: Capturing the power of the link Knight Digital Media Center. URL http://www.knightdigitalmediacenter.org/leadership_blog/comments/publish_2_the_power_of_the_link/
- McLellan, M., 2011a. Journalism and curation: A small-town news organization leads the way Knight Digital Media Center. URL http://www.knightdigitalmediacenter.org/leadership_blog/comments/20110420_journalism_and_curation_a_small-town_news_organization_leads_the_w/
- McLellan, M., 2011b. Weak links: In the emerging network of local news start ups, flow matters Online Journalism Review. URL http://www.knightdigitalmediacenter.org/leadership_blog/comments/20110630_weak_links_in_the_emerging_network_of_local_news_start_ups_flow_ma/
- Meslin, R., 2002. Cyber Times Navigator The New York Times. URL <http://web.archive.org/web/20030409073852/http://www.nytimes.com/ref/technology/cybertimes-navigator.html>
- Meslin, R., 2012, communication personnelle par e-mail (13/08/2012)
- Miall, D.S., Dobson, T., 2001. Reading Hypertext and the Experience of Literature. Journal of digital information 2.
- Miller, L., 2010. The hyperlink war Salon.com. URL http://www.salon.com/books/laura_miller/2010/06/09/links
- Moos, J., 2011. Huffington Post, Business Insider deny being paid for links Poynter. URL <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/151079/huffington-post-business-insider-deny-being-paid-for-links/>
- Newsroom Navigator, 2007. About this page. URL <http://topics.nytimes.com/top/news/technology/cybertimesnavigator/>
- Niles, R., 2007. Don't forget the value of hyperlinking Online Journalism Review. URL <http://www.ojr.org/ojr/stories/070920niles/>
- Niles, R., 2008. How, and where, to hyperlink within a news story Online Journalism Review. URL <http://www.ojr.org/ojr/stories/080215niles/>
- Niles, R., 2011. When to hyperlink within an online news story? Online Journalism Review. URL <http://www.ojr.org/ojr/people/robert/201104/1962/>
- Nolan, H., 2011a. The Shady Marketing Scheme That's Buying Off Your Favorite Bloggers Gawker. URL <http://gawker.com/5853502/the-shady-marketing-scheme-thats-buying-off-your-favorite-bloggers>
- Nolan, H., 2011b. The Preposterous Plagiarism Assault on Romenesko [WWW Document]. Gawker. URL <http://gawker.com/5858375/the-preposterous-plagiarism-assault-on-romenesko>
- Norris, C., 2008. The Guardian: The Scrooge Of SEO? | Publishing: Just Another Social Profile Really Just Another Social Profile Really. URL <http://ciarannorris.co.uk/2008/12/17/the-guardian-the-scrooge-of-seo/>
- O'Donovan, J., 2008. Knowing When To "Go" BBC Internet Blog. URL http://www.bbc.co.uk/blogs/bbcinternet/2008/11/knowing_when_to_go_1.html
- Oliver, L., 2008a. BBC trials embedded links in news articles journalism.co.uk. URL <http://www.journalism.co.uk/news/bbc-trials-embedded-links-in-news-articles/s2/a532163/>
- Oliver, L., 2008b. BBC.co.uk must link out, says multimedia head journalism.co.uk. URL <http://www.journalism.co.uk/news/bbc-co-uk-must-link-out-says-multimedia-head/s2/a532694/>
- Osnos, P., 2009. What's a Fair Share In the Age of Google? Columbia Journalim Review. URL http://www.cjr.org/feature/whats_a_fair_share_in_the_age.php
- Outing, S., 2003. When Drudge Links Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/e-media-tidbits/17628/when-drudge-links/>
- Outing, S., 2005. Deep Linking to Classified Ads: Is It OK? Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/e-media-tidbits/37682/deep-linking-to-classified-ads-is-it-ok/>

- Overing, M., 2003. OJR article: Impermissible Links Online Journalism Review. URL <http://www.ojr.org/ojr/law/1017958882.php>
- Panzarino, M., 2012. Stop Not Linking by Matthew Panzarino [robbottuxedo.net](http://robbottuxedo.net/stop-not-linking). URL <http://robbottuxedo.net/stop-not-linking>
- Paul, N., Hansen, K.A., Suzuki, Y., 2011. Curation questions and the start of some answers Online Journalism Review. URL <http://www.ojr.org/ojr/people/paulhansensuzuki/201102/1939/>
- Pershing, B., 2008. The Rundown - September 19, 2008 Political Browser (Washingtonpost.com). URL http://voices.washingtonpost.com/political-browser/2008/09/takeaway_draft_-_91908.html
- Phelps, A., 2011. AP will link back to newspapers who get scoops Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2011/07/ap-will-link-back-to-newspapers-who-get-scoops>
- Phelps, A., 2012. 3 new ideas on the future of news from MIT Media Lab students Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2012/05/3-new-ideas-on-the-future-of-news-from-mit-media-lab-students/>
- Poulsen, E., 2005. Deep Links: Do the Courts Agree Around the World? Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/e-media-tidbits/37951/deep-links-do-the-courts-agree-around-the-world/>
- Rabaino, L., 2011. Problems with AP's new "linking" policy - 10,000 Words 10,000 words. URL http://www.mediabistro.com/10000words/problems-with-aps-new-linking-policy_b5573
- Riefler, K., 2003. New Swiss Court Ruling: Freedom for Links Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/e-media-tidbits/17156/new-swiss-court-ruling-freedom-for-links/>
- Roderick, K., 2010a. LAT to add paid links to stories, blogs LAObserved. URL http://www.laobserved.com/archive/2010/04/lat_to_add_paid_links_to_stories_blogs.php
- Roderick, K., 2010b. Couple of clarifications on Times items LAObserved. URL http://www.laobserved.com/archive/2010/04/couple_of_clarifications.php
- Romenesko, J., 2008. What happens when you spend a day following hyperlinks in news stories Poynter. URL <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/92993/what-happens-when-you-spend-a-day-following-hyperlinks-in-news-stories/>
- Romenesko, J., 2010. LAT to put e-commerce links in selected stories Poynter. URL <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/102297/lat-to-put-e-commerce-links-in-selected-stories/>
- Romenesko, J., 2011. NYT does the right thing (after it's asked) and links to blogger's feature Poynter. URL <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/143289/nyt-does-the-right-thing-after-its-asked-and-links-to-bloggers-feature/>
- Rosenberg, S., 2010. In Defense of Links, Part One: Nick Carr, hypertext and delinkification Wordyard. URL <http://www.wordyard.com/2010/08/30/in-defense-of-links-part-one-nick-carr-hypertext-and-delinkification/>
- Rosenberg, S., 2011a. In Defense of Links, part three: In links we trust Wordyard. URL <http://www.wordyard.com/2010/09/02/in-defense-of-links-part-three-in-links-we-trust/>
- Rosenberg, S., 2011b. In Defense of Links, Part Two: Money changes everything Wordyard. URL <http://www.wordyard.com/2010/08/31/in-defense-of-links-part-two-money-changes-everything/>
- Rothstein, B., 2011a. WaPo Takes Reporters to School of Hard Links FishbowIDC. URL http://www.mediabistro.com/fishbowldc/wapo-takes-reporters-to-school-of-hard-links_b51182
- Rothstein, B., 2011b. WaPo Takes Reporters to School of Hard Links FishbowIDC. URL http://www.mediabistro.com/fishbowldc/wapo-takes-reporters-to-school-of-hard-links_b51182
- Sablan, K., 2011. The Google-newsroom conspiracy theory Almighty Link. URL <http://almightylink.ksablan.com/rebirth/the-google-newsroom-conspiracy-theory/>
- Salmon, F., 2010. Link-phobic bloggers at the NYT and WSJ Reuters. URL <http://blogs.reuters.com/felix-salmon/2010/03/08/link-phobic-bloggers-at-the-nyt-and-wsj/>

- Salmon, F., 2011a. Business Insider and Over-Aggregation Columbia Journalim Review. URL http://www.cjr.org/the_audit/business_insider_and_over-aggr.php
- Salmon, F., 2011b. Holding Aggregators to Journalistic Standards : CJR Columbia Journalim Review. URL http://www.cjr.org/the_audit/holding_aggregators_to_journal.php
- Salmon, F., McCarthy, R., 2011. What is Counterparties Counterparties. URL <http://counterparties.com/about/>
- Scanlan, C., 2004. Getting to the Source: Preventing Plagiarism Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/newsgathering-storytelling/chip-on-your-shoulder/25083/getting-to-the-source-preventing-plagiarism/>
- Scanlan, C., 2007. H is for Hypertext: What Makes a Good Link Poynter. URL <http://www.poynter.org/how-tos/newsgathering-storytelling/chip-on-your-shoulder/83855/h-is-for-hypertext-what-makes-a-good-link/>
- Searls, D., 2011. Why not link to sources? Doc Searls Weblog. URL <http://blogs.law.harvard.edu/doc/2011/05/16/why-not-link-to-sources/>
- Seward, Z.M., 2008. Times Extra: The NYT votes for automated aggregation Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2008/12/times-extra-a-vote-for-automated-aggregation/>
- Seward, Z.M., 2009a. Link from Yahoo breaks traffic records at New York Times » Nieman Journalism Lab Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2009/06/link-from-yahoo-breaks-traffic-records-at-new-york-times/>
- Seward, Z.M., 2009b. Google News experimenting with links to Wikipedia on its homepage Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2009/06/google-news-experimenting-with-links-to-wikipedia-on-its-homepage/>
- Shea D. 2008. Washington Post's Political Browser to link out to competitors' scoops. Huffington Post. URL http://www.huffingtonpost.com/2008/09/22/washington-posts-politica_n_128162.html
- Sicha, C., 2011. The Intolerable Evolution of Poynter's "Romenesko+" [WWW Document]. The Awl. URL <http://www.theawl.com/2011/11/the-intolerable-evolution-of-poynters-romenesko>
- Singer, J., 2009. Studying Newspapers in a Time of Change Poynter. URL <http://www.poynter.org/uncategorized/99225/studying-newspapers-in-a-time-of-change/>
- Smith, P., 2010. Link to the past: why do some news sites STILL not link out in 2010? psmithjournalist.com. URL <http://psmithjournalist.com/2010/08/link-to-the-past-why-do-journalists-still-not-link-to-each-other/>
- Solano, S., 2012. Hyperlinking for non-linear storytelling See Sara Edit. URL <http://seesaraedit.wordpress.com/2012/02/29/hyperlinking-for-non-linear-storytelling/>
- Sonderman, J., 2011a. Ingram: Adding links is as essential as spellcheck when writing online URL <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/132866/ingram-adding-links-is-as-essential-as-spellcheck-when-writing-online/>
- Sonderman, J., 2011b. Better late than never, Washington Post instructs staff linking is "vital" Poynter. URL <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/146912/better-late-than-never-washington-post-instructs-staff-linking-is-vital/>
- Sonderman, J., 2011c. Better late than never, Washington Post instructs staff linking is "vital" Poynter. URL <http://www.poynter.org/latest-news/romenesko/146912/better-late-than-never-washington-post-instructs-staff-linking-is-vital/>
- Sonderman, J., 2011d. Study: Links from other news sites matter more than social networks Poynter. URL <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/142356/study-links-from-other-news-sites-matter-more-than-social-networks/>
- Souppouris, A., 2012. Readability tweaks sharing feature in response to copyright theft accusations. The Verge.
- Stelter, B., 2008. Mainstream News Outlets Start Linking to Other Sites New York Times. URL http://www.nytimes.com/2008/10/13/business/media/13reach.html?_r=1&ref=media&oref=slogin
- Stelter, B., 2009. Copyright Holders Challenge Sites That Scrape Content - NYTimes.com nytimes.com. URL http://www.nytimes.com/2009/03/02/business/media/02scrape.html?_r=1

- Stray, J., 2010a. Why does the BBC want to send its readers away? The value of linking Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2010/05/why-does-the-bbc-want-to-send-its-readers-away-the-value-of-linking/>
- Stray, J., 2010b. Why link out? Four journalistic purposes of the noble hyperlink » Nieman Journalism Lab Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2010/06/why-link-out-four-journalistic-purposes-of-the-noble-hyperlink>
- Stray, J., 2010c. Making connections: How major news organizations talk about links Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2010/06/making-connections-how-major-news-organizations-talk-about-links/>
- Stray, J., 2010d. Linking by the numbers: How news organizations are using links (or not) Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2010/06/linking-by-the-numbers-how-news-organizations-are-using-links-or-not/>
- Tabuchi, H., 2010. Japan's Nikkei Newspaper Restricts Links to Its Web Site. The New York Times.
- The Editors, 2009. The Link Economy : What are the ethical issues involved in paying for traffic? Columbia Journalism Review. URL http://www.cjr.org/news_meeting/the_link_economy.php
- Tompkins, A., 2002. Balancing Business Pressure and Journalism Values Poynter. URL <http://www.poynter.org/uncategorized/1596/balancing-business-pressure-and-journalism-values/>
- Tsui, L., 2008. The hyperlink in newspapers and blogs, in: The Hyperlinked Society. Ann Arbor, pp. 70–83.
- Weinberger, D., 2009. Transparency is the new objectivity JoHo the Blog. URL <http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/>
- Weinberger, D., 2012. Joho the Blog » [2b2k] Linking is a public good JoHo the Blog. URL <http://www.hyperorg.com/blogger/2012/02/26/2b2k-linking-is-a-public-good/>
- Windsor, T., 2009a. Why won't news sites link? Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2009/03/why-wont-news-sites-link/>
- Windsor, T., 2009b. Do you have “links to nowhere”? Nieman Journalism Lab. URL <http://www.niemanlab.org/2009/03/does-your-web-site-have-links-to-nowhere/>
- Wu, L., Ackland, R., 2012. How Web 1.0 Fails: The Mismatch Between Hyperlinks and Clickstreams. arXiv:1201.6095.
- Yaros, R.A., 2011. Effects of Text and Hypertext Structures on User Interest and Understanding of Science and Technology. Science Communication 33, 275–308.
- Ziade, R., 2010. Readability Updated: An End To The Yank Of The Hyperlink Arc90 blog. URL <http://blog.arc90.com/2010/06/03/readability-updated-an-end-to-the-yank-of-the-hyperlink/>