

L'interactivité des sites de presse :

Entre relégation et exploitation
de la parole profane

Doc forum : S@voirs, réseaux, partage 2006

Annelise Touboul, université Lyon 2, équipe Médias et identités

L'interactivité, le journalisme participatif ou citoyen...

Effet d'annonce, stratégie d'affichage
ou réel partage du territoire éditorial ?

La presse en ligne peut-elle accueillir la
parole profane (non initiée) sans affaiblir le
statut des journalistes ?

- Corpus : *lemonde.fr* et *liberation.fr*

- Études du dispositif de mise en scène de la parole profane
- Entretiens auprès des responsables éditoriaux des sites

■ Hypothèses

- La parole profane est encadrée, différenciée et exploitée car son développement au sein des sites de presse répond à des intérêts économiques, éditoriaux et symboliques

■ Plan

- 1. L'offre, entre filiation et spécificités
- 2. Les relations entre les espaces participatifs et le territoire éditorial professionnel

Des points communs :

- utilisation de pseudonymes (jeu sur les identités)
- inscription obligatoire (éventuellement un abonnement)
- l'engagement pour l'utilisateur de respecter des règles et un code de bonne conduite

Les chats

- Forte dimension éditoriale :
 - choix de l'invité et du thème
 - tri des questions
 - lissage des échanges
 - organisation en vue de publication
 - publication d'un « article » puis archive

Les chats, discussions instantanées ?

- ⇒ Proche des ouvertures d'antenne en radio (sans l'animateur)
- ⇒ Logique de communication événementielle : organisée, contrôlée. Une temporalité éloignée du « temps réel ».
- ⇒ Une communication à sens unique

Les forums

- Malgré un effacement apparent, l'implication éditoriale demeure :
 - choix des thèmes par la rédaction
 - clôture des discussions
 - définition des règles et surveillance
 - offre espace et outils (mise en forme perçue comme contraignante mais service qui facilite la participation)

Les *forums*, discussions libres entre internautes ?

- ⇒ Filtre éditorial semble absent mais encadrement des échanges pour des raisons juridiques (responsabilité éditoriale) et organisationnelles (gestion du flux)
- ⇒ Relatif désintérêt de la rédaction, trop éloigné du cœur du métier, périphérie du territoire éditorial

Les *blogs*

Autopublication sans filtre éditorial
+ multimodalité

= « Concurrence » pour les journalistes ?

Les *blogs* du *monde.fr*

- 5000 créations de *blogs* depuis 2005
- Des invités, des « *insiders* », des abonnés
- participation concentrée sur quelques *blogs* d'invités et d'initiés, mis en valeur par la rédaction

Les *blogs* de *liberation.fr*

- Des *libéblogs* en petit nombre
- Créés par des journalistes de la rédaction sur des thèmes précis (jeux vidéo, foot, ...)
- Échanges avec un journaliste qui conserve un rôle central

Les *blogs*, des publications hétérogènes et disséminées

- ⇒ Justification invoquée par les rédactions : se rapprocher du public avec une forme de communication moins contrainte, plus spontanée.
- ⇒ Fonction éditoriale toujours présente : valorisation, animation
- ⇒ Agréger des îlots d'expression et fédérer des communautés

Discours journalistique et parole profane : entre distanciation....

- la forme comme élément de différenciation des discours (liste, empilement et standardisation). Des outils qui facilitent mais formatent l'expression
- une gestion externalisée ou confiée à des personnels précaires et non-journalistes
- la récurrence de la notion de complémentarité : le journalisme produit de l'information, raisonnée / le public réagit, donne son opinion.

Discours journalistique et parole profane : et rapprochement

- une valorisation par des liens placés sur la page d'accueil, présentation de blogs en lien avec l'actualité, appel à contribuer aux forums (formulation polémique des thèmes)
- publication des internautes quantitativement importante
- des promesses de développement à venir

Les avantages de l'ouverture contrôlée du territoire éditorial

- intérêt économique (abonnements + augmentation du trafic)
- intérêt marketing (fidélisation de communautés, logique de club / une base de données à destination des annonceurs)
- intérêt symbolique, bénéfices d'image

Nouveaux pouvoir du public, média en danger ?

- les journalistes restent à l'origine de l'information
- la rédaction organise et surveille les réactions et les débats
- médias d'information agrègent et diffusent au-delà de leur public premier
- différencier pour se distinguer, se protéger et se définir