

Appel à publication

***Journalisme et plateformes :
de la symbiose à la dépendance***

Date de publication de l'appel: **15 octobre 2019**
Date finale de réception des articles: **16 février 2020**

Éditeurs du numéro thématique :

Brigitte Sebbah (Université Toulouse 3, France)
Eugenia Siapera (University College Dublin, Irlande)
Guillaume Sire (Université Toulouse 1, France)
Nikos Smyrniotis (Université Toulouse 3, France)
Gabriela Zago (Grupo de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais, Brazil)

Le web a moins été le théâtre de la désintermédiation que certains de ses fondateurs appelaient de leurs vœux au milieu des années 1990, que d'une réintermédiation. Les acteurs historiques du monde des médias y ont pris place aux côtés de sites de presses nés en ligne, et de nouveaux acteurs dans la chaîne de diffusion : les moteurs de recherches, les réseaux socionumériques (RSN), les agrégateurs, qualifiés parfois de *plateformes* (Smyrniotis, Rebillard, 2019). Ces dernières ont en commun de « traiter » le contenu sans le produire. Leurs algorithmes génèrent pour leurs utilisateurs des listes d'informations supposées pertinentes. Ils jouent donc un rôle que l'on peut qualifier d'éditorial, ou de méta-éditorial, vis-à-vis de l'accès à l'information d'actualité. C'est ce rôle-là, et plus particulièrement le rôle joué vis-à-vis de l'information produite par les journalistes, que nous proposons d'interroger dans ce numéro.

En effet, désormais l'accès aux sites d'information se fait principalement depuis les appareils mobiles (AT-Internet, 2015 ; Pew, 2016 ; ACPM, 2017). Or il se trouve que ce mode de consommation a tendance à profiter aux plateformes, en particulier aux RSN. Ces derniers créent de plus en plus des services dédiés aux nouvelles et plus précisément des formats dits natifs, par exemple Discover pour Snapchat, Lives et Instant Articles pour Facebook, Apple News ou Accelerated Mobile Pages pour Google, qui ont cela de particulier qu'en général ils ne redirigent pas vers le site des médias qui a pourtant produit les nouvelles grâce auxquelles ces services peuvent fonctionner. De plus ces formats natifs sur certains RSN tels que Facebook ou Instagram ou Twitter, voient leur visibilité augmentée par l'algorithme au détriment des formats classiques (insert

de vidéo externe ou lien vers le site média). Les plateformes qui se proposaient hier d'être des ponts entre les utilisateurs du web et les producteurs d'informations, peuvent au contraire être des culs-de-sac, en se chargeant elles-mêmes d'offrir aux utilisateurs ce qu'ils cherchent pour les garder dans leur périmètre.

Par ailleurs, il se trouve que les algorithmes qui président à la sélection et au classement de l'information sur ces plateformes sont pour la plupart opaques. Ceci pose un problème politique d'une part, dès lors qu'on ne peut pas être sûr que certaines plateformes n'avantagent pas un camp, un parti ou une idéologie. Mais ça pose aussi un problème économique, dès lors que ces plateformes peuvent parfois avoir intérêt à avantager le site d'un partenaire sans que l'utilisateur n'ait aucun moyen de vérifier que le conflit d'intérêts n'a pas donné lieu à une captation de valeur abusive.

Quand on considère que Google, Facebook et Twitter constituent à eux seuls la source de plus de 70% du trafic des sites de presse en ligne américains en 2017, on mesure à quel point la dépendance des médias vis-à-vis des acteurs est forte et leur marge de négociation est faible. Cette « Plateformisation des médias » (Poell et al., 2017) pourrait conduire, ainsi que le souligne un rapport de Tow Center for Digital Journalism, à une migration du journalisme loin des médias et à sa pleine intégration dans l'industrie de l'internet, qui transformerait la « Presse en ligne » en une « Presse de plateforme » (Bell et Owen, 2017).

Parmi les journalistes, l'enthousiasme initial quant à l'impact positif des réseaux sociaux sur les médias s'est rapidement transformé en crainte d'un « Armageddon »¹ à venir qui mettrait « fin au journalisme tel que nous le connaissons »². En effet, le dispositif sociotechnique des plateformes qui se place entre les médias et les publics joue un rôle majeur dans la construction de l'identité éditoriale des organisations médiatiques et de leurs modèles économiques ainsi que dans l'évolution des pratiques journalistiques. Il a également un impact significatif sur la manière dont les journalistes se représentent leurs lecteurs mais aussi les territoires couverts, notamment à l'échelle locale (Bousquet, Marty, Smyrniotis, 2015).

Malgré l'importance croissante du phénomène depuis le milieu des années 2000, appelé aussi infomédiation (Rebillard, Smyrniotis, 2010), peu de recherches empiriques et d'études longitudinales ont été réalisées sur cette tendance jusqu'en 2015, hormis quelques études de cas et analyses (Aguila-Obra et al., 2007; Paterson et Domingo, 2008 ; Rebillard, 2009, Siapera, 2013). Récemment, répondant aux appels à recentrer le programme de recherche en études journalistiques et médias vers une approche sociotechnique (Lewis et Westlund, 2015) et surtout vers la prise en compte des systèmes algorithmiques (Napolí, 2014), une vague d'études empiriques sur ce sujet a suivi (Tambini et Labo, 2016, Nechuchstai, 2017, Nielsen et Ganter, 2017, Tandoc Jr et Maitra, 2017 ; Marty, Pignard-Cheynel, Sebbah, 2016). Des chercheurs se sont également interrogés sur la responsabilité sociale et juridique des ingénieurs qui conçoivent les plateformes d'infomédiation vis-à-vis de l'information d'actualité qui y est mise en avant (Grimmelmann, 2014), et les éventuels conflits d'intérêts qui pouvaient générer des « incitations au biais » (Rieder et Sire, 2014).

Cette insistance soudaine sur « l'importance d'étudier non seulement les journalistes, mais aussi d'autres acteurs tels que les managers, les technologues, le public et les entités extérieures comme les plateformes lorsqu'elles provoquent des changements dans la production de nouvelles » (Kalogeropoulos, Nielsen, 2017, p. 16) est bienvenue. Dans cette lignée, ce numéro de *Sur le*

¹ https://www.cjr.org/special_report/facebook-media-buzzfeed.php

² <https://medium.com/tow-center/the-end-of-the-news-as-we-know-it-how-facebook-swallowed-journalism-60344fa50962>

journalisme – About Journalism – Sobre Jornalismo entend contribuer à la compréhension de l'impact que peuvent avoir de tels changements structurels sur les pratiques journalistiques, sur la stratégie éditoriale des producteurs d'informations, sur l'information d'actualité elle-même, sur les usages du public et sur les dimensions économiques, juridiques et politiques des rapports entre médias et plateformes. Plus précisément sont attendues des contributions portant sur :

- L'évolution des pratiques de production de l'information par les journalistes des médias sous la contrainte de la « plateformisation ».
- La transformation des stratégies éditoriales des éditeurs de médias, et des stratégies des plateformes.
- La mutation des modalités de l'énonciation éditoriale (formats, langages, hiérarchies, mise en récit) dans ce contexte.
- Les changements des modes d'accès à l'information et de consommation par les publics des médias.
- Les enjeux économiques, juridiques et politiques des rapports entre médias et plateformes.
- Changements et permanence de la sociologie des acteurs de l'information médiatique (journalistes, éditeurs, sources, diffuseurs).

Soumission des articles définitifs (de 30.000 à 50.000 caractères, incluant les références et notes de bas de page) **avant le 16 février 2020** aux adresses suivantes :

brigitte.sebbah@iut-tlse3.fr, guillaume.sire@ut-capitole.fr, nicolaos.smyrnaio@iut-tlse3.fr
gabrielaz@gmail.com, eugenia.siapera@ucd.ie

Les articles peuvent être rédigés en **anglais, français, portugais** ou **espagnol**.

Les articles feront l'objet d'une révision en **double aveugle**.

La revue *Sur le journalisme – About journalism – Sobre jornalismo* est indexée sur les bases de données académiques suivantes: EBSCO Communication Source collection, [Archive ouverte en Sciences de l'Homme et de la Société \(HAL-SHS\)](#), [DOAJ](#), [EZB \(Elektronische Zeitschriftenbibliothek\)](#), Google Scholar, [Mir@bel](#), [Sudoc](#), [Sumários.Org](#), WorldCat (OCLC), European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences (ERIH PLUS). Inscrite sur la liste des revues qualifiantes en France (HCERES). Classement Qualis-CAPES 2013-2016 (Brésil) : B5.

Bibliographie indicative

ÁGUILA-OBRA Ana Rosa Del, PADILLA-MELÉNDEZ Antonio, SERAROLS-TARRÉS Christian, 2007. « Value creation and new intermediaries on Internet : An exploratory analysis of the online news industry and the web content aggregators », *International Journal of Information Management*, n° 27, p. 187-199.

BELL Emily, TAYLOR Owen, BROWN Pete, HAUKA Codi, RASHIDIAN Nushin, 2017. *The Platform Press. How Silicon Valley Reengineered Journalism*, Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School.

BOUSQUET Franck, MARTY Emmanuel, SMYRNAIOS Nikos, 2015. « Les nouveaux acteurs en ligne de l'information locale : vers une relation aux publics renouvelée ? », *Sur le journalisme* Vol 4 n°2, p.30-43.

GRIMMELMANN James, 2014, *Speech Engines*, *Minnesota Law Review*, vol. 98, n°3, p. 868-952.

KALOGEROPOULOS Antonis, NIELSEN Rasmus Kleis, 2017, Investing in Online Video News, *Journalism Studies*, DOI: 10.1080/1461670X.2017.1331709.

LEWIS Seth C., WESTLUND Oscar, 2015, "Actors, Actants, Audiences, and Activities in Cross-Media News Work: A Matrix and a Research Agenda." *Digital Journalism* 3 (1): 19–37, doi:10.1080/21670811.2014.927986.

MARTY Emmanuel, PIGNARD-CHEYNEL Nathalie, SEBBAH Brigitte, 2016, Internet users' participation and news framing: The Strauss-Kahn case–related Live Blog at *Le Monde.fr*. *New Media and Society*, 2016, <https://doi.org/10.1177/1461444816650641>.

MERCIER, Arnaud, PIGNARD-CHEYNEL, Nathalie et al., 2018, *#info : Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*, Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme, DOI : 10.4000/books.editionsmsmsh.11081.

NAPOLI Philip M., 2014, "Automated Media : an Institutional Theory Perspective on Algorithmic Media Production and Consumption", *Communication Theory*, n° 24, pp. 340-360, doi:10.1111/comt.12039.

NECHUSHTAI Efrat, 2017, "Could digital platforms capture the media through infrastructure ?", *Journalism*, <https://doi.org/10.1177/1464884917725163>.

NIELSEN Rasmus Kleis, GANTER Sarah Anne, 2017, "Dealing with Digital Intermediaries: A Case Study of the Relations Between Publishers and Platforms." *New Media & Society*: 1–18, <https://doi.org/10.1177/1461444817701318>.

PATERSON Chris, DOMINGO David, 2008, *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*, Volume 1, Digital formations. <https://doi.org/10.1080/19331680902782696>

POELL Thomas, NIEBORG David, BROOKE Erin Duffy, PREY Robert, CUNNINGHAM Stuart, 2017, "The Platformization of Cultural Production", *Selected Papers of #AoIR2017 - The 18th Annual Conference of Internet Researchers*.

REBILLARD F., SMYRNAIOS N., 2010, « Les infomédiaires au cœur de la filière de l'information en ligne. Les cas de Google, Wikio et Paperblog », *Réseaux* n° 160-161/2010, p. 163-194.

SMYRNAIOS N., REBILLARD F., 2019, « How infomediation platforms took over the news: a longitudinal perspective », *The Political Economy of Communication*, Vol. 7, n° 1, p. 30-50.

RIEDER Bernhard. et SIRE Guillaume., 2014, « Conflicts of Interest and Incentives to Bias: A Microeconomic Critique of Google's Tangled Position on the Web », *New Media & Society*, vol. 16, n°2, p. 195-211.

SIAPERA Eugenia, 2013, Platform infomediation and journalism. *Culture Machine* 14: 1–28.

SMYRNAIOS Nikos, REBILLARD Franck, 2009, « L'actualité selon Google. L'emprise du principal moteur de recherche sur l'information en ligne », *Communication et langages* no 160, p. 95-109.

TAMBINI Damian, LABO Sharif, 2016, "Digital intermediaries in the UK: implications for news plurality", *Info*, vol. 18, n°4, pp. 33-58.

TANDOC Jr Elson C., MAITRA Julian, 2017, "News organizations' use of Native Videos on Facebook: Tweaking the journalistic field one algorithm change at a time", *New Media and Society*.