

## Journalistes et autres professions au prisme des productions web : des relations de coproduction

**Chloë Salles**, MCF Sciences de l'information et de la Communication, Ecole de Journalisme de Grenoble, Université Grenoble Alpes.

**Laurie Schmitt**, MCF Sciences de l'information et de la Communication, Université Grenoble Alpes.

Notre intervention porte sur les relations entre les journalistes et autres professionnels qui participent à l'écriture, la réalisation, la production de l'information en ligne. Nous postulons que dans un contexte de crises plurielles (de la rentabilité, de la visibilité, de la confiance, etc.), les médias d'information diversifient leur offre, donc leurs équipes professionnelles, et ce en quête tactique de valorisation symbolique et économique.

Ce travail émane de plusieurs terrains de recherche :

- Les journalistes au regard des autres professionnels participant à la production de l'information (une trentaine d'entretiens) ;
- Le webdocumentaire, un dispositif dont les pratiques médiatiques sont exploratoires (entretiens et cartographie des 75 webdocumentaires de Arte.fr et des 50 diffusés par Le Monde.fr) ;
- Etude de cas de trois projets du Monde.fr qui sont articulés avec des blogs, soit Les Décodeurs, Une Année en France et Le Monde Académie (elles montrent l'émergence ou le réajustement de compétences dans la rédaction par le biais de ces blogs).

Dans un premier temps nous observons l'amplification des relations entre les journalistes et d'autres professionnels. Ceci est-il un phénomène nouveau ? Voyons-nous l'émergence de nouvelles compétences dans le cadre de la production de l'information ? Et pouvons-nous réellement parler « d'activités collectives » ?

Les relations entre les journalistes et les autres professionnels ne sont pas un phénomène nouveau, il s'agit plutôt d'une réalité ancienne et profondément ancrée. D'abord, la relation aux autres est une caractéristique de la profession journalistique, puisque c'est auprès de l'autre qu'il trouve l'information. En termes de pratiques professionnelles, les emprunts à d'autres secteurs ne sont pas nouveaux. Un exemple, la photographie, qui a connu un ancrage progressif dans la presse au cours du XX<sup>e</sup> siècle, illustre un processus long et complexe de négociations entre les journalistes dédiés à l'écriture, les journalistes dédiés à la photographie et la rédaction en chef. Mais nous pourrions donner d'autres exemples liés notamment à l'analyse de ce qu'est une « maquette » journalistique, avec ses emprunts au cinéma (Mezzasalma, 2012), ou plus récemment, l'entrée dans la profession journalistique du cadreur, devenu journaliste reporter d'images.

Peut-on parler de nouvelles compétences journalistiques ? Ces dernières sont portées de manière très hétérogène par des individus aux motivations personnelles, aux profils de « touche-à-tout », cumulant éventuellement les rôles professionnels, et surtout qui sont caractérisés par une forte mobilité professionnelle (Leteinturier, 2014 ; Charon, 2015). Nous assistons ainsi à un renouvellement des compétences des journalistes « au contact » d'autres professionnels. Cela prend la forme de réajustements et de co-adaptations de ces différents métiers, avec la réaffirmation d'une hiérarchisation de ces compétences par les journalistes dans leur propre domaine.

Dans un second temps, nous évoquons l'exploration de nouvelles formes de l'information dans le cadre d'une quête d'attractivité de la part des entreprises médiatiques. Ainsi, les webdocumentaires par exemple, participent-ils à attirer de nouveaux publics comme il pourrait l'être souhaité ? Ou permettent-ils par ailleurs de penser de nouveaux modes de production pour ces dispositifs dits « innovants », et ce dans un contexte de recherche « effrénée » d'un nouveau modèle socio-économique pour les médias ? De nouvelles frontières peuvent-elles vraiment être identifiées ?

Les tentatives liées à des nouvelles formes d'information peuvent être identifiées en termes d'activités participant à une diversification de confortement, que Laurent Creton définit comme suit : « La diversification de confortement vise à renforcer le potentiel de compétitivité de l'entreprise par l'adjonction d'une activité complémentaire. Celle-ci permet généralement de constituer un avantage de différenciation » (Creton, 2005 : 142). Malgré la dimension « stratégique » mise en avant par Laurent Creton, il nous semble plus aisé de parler de « tactique » dans le cadre des médias. Les médias, et souvent à l'initiative de certains individus en leur sein, explorent de nouvelles formes et de nouvelles pratiques en ligne, auxquelles sont attribuées des promesses de visibilité, de rentabilité, de nouveauté. Mais ceci se fait « au coup par coup [en profitant des occasions et en dépendant], sans base où stocker des bénéfices, augmmédiasenter un propre [...] » (De Certeau, 1990 :60-61). Ainsi, cette diversification se fait surtout dans le cadre d'un réajustement de la visibilité et de l'image des entreprises.

## En conclusion

Que pouvons-nous dire des relations entre les journalistes et les autres professionnels dans le cadre de l'information en ligne ? Est-il réellement question de « coproduction » comme l'indique le titre de la table ronde ? Nos terrains de recherche nous amènent à préférer le terme « coopération », au sens donné par Howard Becker (1988), « qui ne s'apparente plus alors à son seul sens habituel de « faire ensemble ». Renouant avec l'étymologie du terme (co- avec, operati – travailler), elle confine plutôt à un « faire avec » renvoyant à l'éventail de situations allant du « faire ensemble » (les acteurs qui choisissent la couleur des costumes que la costumière a dessinés) jusqu'à « faire contre » (l'habilleuse qui voit que l'actrice a un problème avec la manipulation d'un accessoire sur scène et la laisse s'empêtrer dans ses gestes en répétition), en passant par un « faire malgré » (le régisseur lumière qui fait le test du « oui-oui » avec les comédiens en répétition afin de ne pas changer l'endroit où il a placé le repère lumière, mais laisser les acteurs penser qu'ils ont obtenu gain de cause à une demande de modification) ». (Bense Ferreira Alves et Hammou, in Jeanpierre, Roueff, 2014, P. 7)

Dans le cadre des médias d'information, nous observons de multiples situations de « faire avec » entre les journalistes et les autres professionnels, un élément qui a d'ailleurs fait l'objet d'un point important dans le dossier fuité portant sur l'innovation au sein du New York Times, en 2013.

## Bibliographie

- ✓ Becker H. S. (1988) Les mondes de l'art, Flammarion, 382 pages.
- ✓ Certeau de M. (1990) L'invention du quotidien, Les Arts de faire, Gallimard, Paris, 347 pages.
- ✓ Charon J.-M. (2015) Presse et numérique - L'invention d'un nouvel écosystème, rapport remis à Madame la Ministre de la culture et de la communication, 104 pages.
- ✓ Creton, L. (2005) Economie du cinéma. Perspectives stratégiques. Paris : Armand Colin, 296 pages.
- ✓ Jeanpierre L., Roueff O. (dir.) (2014) La culture et ses intermédiaires. Dans les arts, le numérique et les industries créatives Paris : Éditions des Archives contemporaines – 305 p.
- ✓ Leteinturier C. (2014) Les journalistes français et leur environnement : 1990-2012 (avec Françoise Laugé, Camille Laville, Nadine Toussaint-Desmoulin), EPA - Editions Panthéon Assas, 192 pages.

- ✓ Mezzasalma P. (dir.) (2012) La presse à la une. De la gazette à internet, BNF, Paris, 208 pages.