



Vinzenz Wyss & Guido Keel (ZHAW)

## Production journalistique: tendances, innovations et organisation

### Nouvelles tendances découlant de la numérisation: nouveaux filtres (gatekeepers)

Comme jamais auparavant, la numérisation de la communication publique, les nouvelles habitudes d'utilisation et les possibilités de participation du public posent des défis inédits au journalisme. Ces tendances entraînent une transformation inéluctable de l'ordre social de l'information, des médias et de la communication. L'information n'est plus exclusivement liée aux médias, mais peut aussi être fournie en dehors des organisations de médias classiques. Le journalisme traditionnel perd son monopole en tant que filtre (gatekeeper) de la diffusion publique de l'information. De nombreux autres acteurs interviennent sur ce marché. Sous forme de médias associatifs, acteurs stratégiques, curateurs ou plateformes de médias sociaux, ils proposent aussi une sélection de l'information. En outre, le journalisme traditionnel est confronté à une perte de confiance croissante.

### Scénarios: Comment le journalisme peut-il atteindre le public?

Dans ces conditions, comment le journalisme peut-il encore atteindre son public? Les spécialistes des médias à la Haute Ecole zurichoise en sciences appliquées, Vinzenz Wyss et Guido Keel, ont esquissé trois scénarios:

Le 1<sup>er</sup> scénario repose sur un administrateur individuel. Inventif et doté d'une grande compétence dans le domaine des médias, celui-ci est capable de concevoir lui-même sa propre sélection d'informations.

Le 2<sup>e</sup> scénario suppose l'émergence d'un certain nombre de plateformes de réseaux sociaux puissantes. En tant qu'espaces d'échanges (hub), elles seront les premiers points de contact pour d'innombrables fournisseurs d'information et d'interprétation, y compris des fournisseurs pseudo-journalistiques, par exemple des acteurs économiques ou politiques qui poursuivent des buts non journalistiques.

Dans le 3<sup>e</sup> scénario, les chercheurs soulignent que le journalisme, en tant qu'élément indispensable à la société, a encore besoin de structures organisationnelles pour maintenir son statut institutionnel. Ils estiment que seules des organisations journalistiques novatrices sont en mesure de fournir ces prestations. Selon les auteurs, des entreprises de médias commerciales continueront à moyen terme à mettre ce cadre organisationnel à disposition des journalistes. Il est toutefois possible aussi que le journalisme trouve d'autres formes d'organisation pour remplir sa fonction sociale primordiale.

### Conditions rédactionnelles générales pour les innovations journalistiques

Comment la production journalistique "traditionnelle" peut-elle répondre aux exigences en matière d'organisations journalistiques novatrices? Pour répondre à cette question, les deux chercheurs ont examiné dans quelle mesure les rédactions existantes disposent de structures d'assurance qualité et comment les conditions de travail dans les rédactions favorisent ou entravent le traitement journalistique. Ils ont en outre analysé comment les journalistes utilisent les médias sociaux pour la recherche et la participation du public et dans quelle mesure l'identité journalistique correspond aux nouveaux défis.

### Bilan mitigé en matière de capacité d'innovation

S'agissant de la capacité d'innover sur le plan technique, organisationnel et du contenu, les chercheurs tirent un bilan plutôt décevant. Les futurs modèles de financement du journalisme font défaut. Les innovations journalistiques ne peuvent devenir réalité que si les ressources financières nécessaires sont mises à disposition. Les auteurs arrivent à la conclusion que la promotion institutionnelle des médias remplit un rôle essentiel pour aider les organisations journalistiques ou les projets éligibles à mener ce processus de transformation.