



HAL
open science

Modèles de publication : diversité et hybridations

Ghislaine Chartron

► **To cite this version:**

Ghislaine Chartron. Modèles de publication : diversité et hybridations. Médiadoc, 2020, 25. hal-04464488

HAL Id: hal-04464488

<https://cnam.hal.science/hal-04464488>

Submitted on 18 Feb 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Modèles de publication : diversité et hybridations

Ghislaine CHARTRON

Professeur du CNAM, Chaire d'ingénierie documentaire

ghislaine.chartron@lecnam.net

publié dans la revue Mediadoc, janvier 2021

L'Internet a installé une transformation profonde des modèles de publication des contenus textuels, audiovisuels, musicaux... Les médias hérités se sont transformés, d'autres se sont affirmés. Dans un premier temps, on s'intéresse dans ce texte à caractériser les différents modes de publication sur le web et la grille d'analyse proposée met en exergue le type d'acteur central qui organise le modèle, la valeur distinctive créée et le mode de financement qui est envisagé pour pérenniser le service.

La comparaison trans-sectorielle des services de publication sur le web nous avait conduit à proposer en 2004 une grille de lecture en émergence¹. Plusieurs idéaux types avaient été dégagés dont la *publication autoritative*, pratique selon laquelle l'auteur (individuel au collectif) s'auto-publie sans la validation d'un médiateur; le *modèle éditorial* au sein duquel un acteur tiers organise la production et la diffusion des contenus ; un *modèle méta-éditorial* caractérisé par un processus d'agrégation de contenus de différents éditeurs pour la constitution d'une offre élargie.

Puis, le développement des réseaux sociaux, l'exploitation croissante de données multiples à des fins de calculs et de recommandations automatiques nous ont conduit à proposer d'autres modèles en 2016 : le modèle *socio-éditorial*, *data-éditorial*².

Après avoir rappelé ces idéaux types, nous proposons aujourd'hui de mettre en évidence certaines hybridations significatives qui se sont désormais développées entre ces différents modèles. L'hypothèse formulée est celle du développement d'hybridations et non de seules concurrences ayant marqué les premières analyses.

Grille des idéaux-types de publication en contexte numérique

¹ Rebillard Franck, Chartron Ghislaine, 2004, *Quels modèles pour la publication sur le web ? Le cas des contenus informationnels et culturels*, dans *Actes du XIVe Congrès SFSIC*, Béziers, pp. 303-310, archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000986 et rapport CNRS, archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00001159

² Chartron G., « Edition et publication des contenus : regard transversal sur la transformation des modèles », in *Publier, éditer, éditorialiser, Nouveaux enjeux de la production numérique*, Directeur d'ouvrage : L. Calderan, P. Laurent, H. Lowinger, J. Millet, DeBoeck Editeur, 2016, pp. 9-36. —<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01522295/document>

Au début de la transformation médiatique et de l'émergence de projets numériques pionniers tant au niveau des livres, des revues ou des créations musicales et audiovisuelles, nous avons identifié les modèles suivants (cf. tableau 1) :

- Le modèle **éditorial**, hérité, au sein duquel un éditeur organise/sélectionne la production et en assure la diffusion ;

Le modèle éditorial est celui qui a dominé l'ère du papier avec une création de valeur centrée sur le travail de l'éditeur qui sélectionne, filtre une offre et organise ensuite sa mise en visibilité par des canaux de distribution. La figure de l'expert est au centre du modèle, elle a fortement été remise en cause dans l'ère numérique par le pouvoir d'agir des internautes et l'entrée de nouveaux acteurs maîtrisant les technologies de publication numérique. Le modèle économique est celui de la vente aux clients, sous forme de licence d'accès ou de ventes à l'unité.

Des éditeurs de littérature, de Sciences humaines et sociales ainsi que la presse ont ainsi développé leurs éditions numériques autour de plateformes dédiées, avec des ventes directes.

- Le modèle **méta-éditorial** caractérisé par un processus d'agrégation de contenus de différents éditeurs pour la constitution d'une offre élargie;

Le modèle méta-éditorial rassemble l'offre de plusieurs éditeurs et sa valeur se situe donc au niveau de la taille et de la qualité de son catalogue qui retenant l'attention de l'utilisateur. L'agrégation et la mise en relation est au centre du processus de valeur, il est construit sur l'objet « plateforme » mettant en relation différents types d'acteurs, jouant sur des effets de réseaux croisés³. Le modèle économique de la plateforme s'appuie sur différents types de recettes du côté des utilisateurs et du côté des éditeurs de contenus. On peut souligner le succès majeur de ce modèle dans tous les secteurs : Deezer, Spotify pour la musique, Cairn.info, Persée, OpenEdition pour les sciences humaines et sociales, Europresse et Factiva pour la presse, par exemple.

- La publication **autoritative** : pratique selon laquelle l'auteur (individuel au collectif) s'auto-publie sans la validation d'un médiateur externe ;

Ce modèle est celui de l'auto-publication, la valeur se situe au niveau de la notoriété de l'auteur. Cet auteur peut être une personne, une institution ou un collectif. Ainsi les blogs d'experts, les rapports d'institutions publiques, les cours de professeurs illustrent ce modèle. Des services-plateformes comme Kindle Direct Publishing, Youtube ou encore HAL du Centre de communication scientifique directe facilitent cette auto-publication. Les GAFAM appuient ce modèle en mettant à disposition une palette d'outils, majoritairement gratuits. Le financement de ce modèle est donc généralement celui d'un tiers qui paie l'infrastructure en amont, dans une stratégie spécifique. La vente directe de biens aux usagers peut aussi être source de recettes (cas des sites d'artistes).

³ Plateformes et dynamiques concurrentielles, Rapport du think tank « Renaissance numérique », 2015, <http://www.renaissancenumerique.org/publications/plateformes-et-dynamiques-concurrentielles>

	Acteurs centraux organisant le modèle	Sources essentielles de valeur	Modes de financement	Exemples
Modèle éditorial	Éditeur (intermédiaire)	Contenu-marque Sélection opérée Expertise Mise en visibilité de l'offre	Ventes aux clients	Littérature: Actes Sud, Albin Michel, Gallimard Editions SHS: PUF, La Découverte Presse : Le Monde, les Echos.
Modèle méta-éditorial	Agrégateur Travaille avec plusieurs éditeurs (intermédiaire)	Contenu-marque Taille du catalogue d'une offre sélectionnée Services-usagers	Ventes aux clients Vente de prestations aux éditeurs →Économie multi-face	Musique : Deezer Edition SHS : Cain.info, Persée, OpenEdition Presse: Europresse
Publication autoritative	Auteur-diffuseur Individuel ou collectif. (Sans intermédiaire)	Contenu original Notoriété de l'auteur, du réseau	Bénévolat Subventions amont Ventes de prestations aux auteurs	Kindle Direct Publishing Les blogs d'experts Edition scientifique : HAL

Tableau 1 : Trois modèles de publications numériques dominants au début des années 2000.

En 2016, nous avons complété cette proposition⁴ pour intégrer la place que prenaient les réseaux sociaux et les systèmes de recommandations basés sur l'exploitation des données d'usages et des métadonnées des contenus.

- Le modèle **socio-éditorial**: la valeur des contenus est construite par le jugement des membres du réseau, par ses interactions.

Ce modèle est celui d'une mise en circulation des contenus par un réseau élargi d'internautes. Selon un mode décentralisé, la consécration s'opère a posteriori. La sélection de ces contenus, réunis dans un même réseau d'échanges, est définie en aval par les utilisateurs finaux. En somme, le filtre s'opère progressivement en fonction d'une base élargie de lecteurs, qui par leurs jugements réduisent l'incertitude liée à ces biens d'expérience. Le risque d'une manipulation et d'une stratégie de désinformation existe aussi comme le prouve l'explosion du phénomène « fake news ».

- Le modèle **data-éditorial**: les contenus sont mis en avant différemment selon le profil des usagers, les algorithmes de prescription individualisent la valeur.

Dans ce modèle, l'algorithme est au centre de la construction de la valeur. Il prend en considération les intérêts déjà exprimés par l'utilisateur et cherche à prescrire des recommandations en adéquation comme s'il s'agissait d'une publication sur mesure. Le risque est celui d'une reproduction des goûts, sans nouvelle découverte.

⁴ Cf. note 2

	Acteurs centraux organisant le modèle	Sources essentielles de valeur	Modes de financement	Exemples
Modèle socio-éditorial*	Le réseau social numérique	Valeur donnée par la communauté Les interactions Prescription du réseau Calculs d'audience	Adossé au modèle économique du réseau social Bénévolat des contributeurs	Littérature: Wattpad Publication scientifique: ResearchGate
Modèle data-éditorial*	Algorithme	Personnalisation Recommandation, prescription fondée sur les données	Adossé au modèle économique de la plateforme recueillant les données	Les fonctions de recommandations sur les plateformes de contenus (Netflix, Springer, Deezer, Amazon, Fnac...)

Tableau 2 : L'affirmation de nouveaux modèles transversaux

Il est peut-être utile de situer brièvement à la fin de cette proposition de typologie le concept d'éditorialisation. Il nous semble distinct des modèles de publication que nous étudions dans ce texte, à savoir des états stabilisés de diffusion d'un contenu auprès de lecteurs. Au contraire, l'éditorialisation est un processus ouvert, les lecteurs peuvent y participer, une fin n'est généralement pas déterminée puisque la vision est celle d'un enrichissement permanent associé.

L'hybridation entre le modèle éditorial et l'auto-publication

Nous allons nous attacher, au travers de quelques exemples, à montrer que les différents modes de publication énoncés précédemment tendent désormais à se lier, sans forcément s'opposer. Nous prendrons deux exemples pour illustrer l'hybridation qui s'est installée entre le modèle éditorial et l'auto-publication : le cas de la littérature et celui de la science ouverte dans le contexte de la Covid19.

Le cas de la littérature

La littérature est marquée ces dernières années par une croissance importante de l'auto-édition littéraire qui a séduit de nombreux auteurs dans un contexte où en moyenne, seuls 3 à 5% d'entre eux arrivent à signer un contrat avec une maison d'édition.

En 2019, le rapport du dépôt légal de la BNF indiquait que les livres d'auteurs auto-édités représentaient 19,8% de l'ensemble des livres déposés. Cette tendance s'explique en partie par l'émergence d'acteurs significatifs dans ce secteur : Amazon KDP (dominant), Kobo Writing Life avec la FNAC, Librinova, Lulu.com, Wattpad... couvrant différents périmètres. Les services proposés aux auteurs sont variables : saisie, relecture, formalités administratives,

juridiques, publicité, impression papier, diffusion numérique et libraires, mise en lien avec des maisons d'édition⁵...

Pour autant la recherche d'un contrat avec une maison d'édition reste souvent un graal pour la majorité des auteurs, les raisons en sont la notoriété associée à une marque éditoriale, la taille du réseau professionnel, l'assurance d'un revenu de base minimisant la prise de risques pour les auteurs.

L'auto-édition est très souvent perçue comme un réservoir de repérage de titres pour les maisons d'édition. Citons quelques auteurs auto-édités qui ont été repérés par des maisons d'édition ces dernières années

- Agnès Martin-Lugand (Michel Lafon, 2013), Les gens heureux lisent et boivent du café
- Alice Quinn (Michel Lafon, 2014), Un palace en enfer.
- Aurélie Valognes (Michel Lafon puis Mazarine), Mémé dans les orties
- Jean-Michel Apathie (J'ai lu, 2018), La liberté de ma mère
- Amélie Astier (20 ans, 40 livres, Bragelonne, J'ai lu)

Inversement, l'auto-édition ne se positionne pas uniquement comme un concurrent de l'édition traditionnelle, un acteur comme Librinova⁶ s'affiche à la fois comme une plateforme d'auto-édition et un agent littéraire qui va faciliter la mise en relation des auteurs avec les maisons d'édition. L'objectif est de permettre à tous les auteurs qui choisissent l'auto-édition de trouver non seulement leurs lecteurs mais aussi leur éditeur. Certains auteurs commençant à s'auto-éditer sur Librinova finissent par signer un contrat d'édition avec l'une des principales maisons d'édition en lien avec cette plateforme (Albin Michel, Cherche-Midi, Delcourt, Denoël...)

Le cas des pré-publications dans l'épreuve du Covid19

Dans le cadre de la science ouverte, le modèle de l'auto-publication s'est installé par le développement des archives ouvertes ; les chercheurs (voire plutôt leur institution dans bien des cas) y déposent leurs publications. Selon les disciplines, les pratiques se focalisent plus ou moins sur les pré-publications. Dans tous les cas, les dépôts se discutent autour de trois versions possibles d'un même article : le manuscrit de l'auteur (pré-publication), le manuscrit de l'auteur évalué par ses pairs (pré-publication expertisée), le Pdf-éditeur qui est la version finale telle qu'elle apparaît dans les revues.

On ne peut oublier les multiples tensions qui ont opposé ces dernières années les partisans des archives ouvertes et les éditeurs de revues scientifiques, oppositions concernant les équilibres à trouver pour répondre à la fois à une circulation rapide des savoirs et à la pérennité des modèles économiques des revues, a fortiori des éditeurs qui produisent ces revues.

Si les deux modèles de publication (éditorial et auto-publication) ont été en concurrence, des hybridations semblent avoir été trouvées. La valeur ajoutée de l'éditeur (organisation de l'évaluation par les pairs) continue à être reconnue et majoritairement défendue.

Ainsi, aujourd'hui en France, depuis la loi « Pour une république numérique » (2016)⁷, tout auteur scientifique peut, quel que soit son contrat avec l'éditeur de la revue, déposer dans HAL la version manuscrit acceptée, dès la publication et sans embargo si l'article est en accès gratuit

⁵ Dossier LivresHedo, 2018, n° 1167, pp. 22-25 Autoédition, naissance d'une industrie

⁶ <https://www.librinova.com/>

⁷ <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000033202746/>

sur le site de la revue, ou en appliquant un embargo maximum de 6 mois pour les sciences, techniques et médecine et 12 mois pour les sciences humaines (article 30).
Le lien est généralement fait avec la version Pdf du site de l'éditeur.

Au sein de communautés où la culture de la pré-publication est forte (mathématiques, physique), les revues acceptent des articles déjà postés en pré-publication. L'hybridation était jusqu'à présent plus timide en sciences biomédicales, les revues très réticentes à accepter des soumissions d'articles ayant déjà circulé sur les réseaux. La communauté des biologistes était aussi divisée, craignant de perdre l'antériorité de leurs découvertes dans une concurrence mondiale entre équipes.

Or, la période de crise liée au Covid19 a aussi montré l'enjeu de ces archives (bioRxiv et medRxiv⁸) pour diffuser rapidement des informations sur cette pandémie au niveau mondial, accélérer l'évolution des savoirs dans un contexte d'urgence sanitaire, tout en sachant que la fiabilité des informations postées devaient être consolidées par les scientifiques. Mesurant ces enjeux de circulation rapide, de nombreuses revues en biologie et médecine ont changé leur politique éditoriale en acceptant désormais des articles ayant fait l'objet d'une version en pré-publication⁹. Inversement les serveurs de pré-publications bioRxiv et medRxiv spécifient bien que leurs publications n'ont pas encore fait l'objet d'expertise scientifique.

L'hybridation entre les deux modèles est donc réelle car chaque modèle continue d'apporter une valeur particulière : rapidité et facilité d'accès pour les serveurs de prépublications, fiabilité renforcée pour le modèle éditorial même si certains articles publiés ont aussi fait l'objet de retrait (comme l'étude sur l'hydroxychloroquine publiée le 22 mai 2020 dans les colonnes du « The Lancet »...).

L'hybridation entre les réseaux sociaux et les autres modèles de publication

Concernant l'hybridation des réseaux sociaux (RS) avec les autres modèles de publication, on peut distinguer deux tendances qui situent le réseau social à un niveau différent.

- L'intégration des RS dans les autres modèles (hybridation mineure)
- Et le RS comme vecteur de diffusion des contenus d'éditeurs ou de plateformes d'auto-édition (hybridation majeure)

Dans le cas de l'hybridation mineure, le réseau social sert à valoriser certains contenus d'une même plateforme, au sein de communautés partageant les mêmes intérêts. Toutes les plateformes éditoriales et méta-éditoriales proposent ainsi désormais de partager des contenus en les projetant dans les grands réseaux publics : Facebook, LinkedIn, Tweeter... Les fonctionnalités installées par les éditeurs référencient les contenus par des URL de l'éditeur. Ce qui conduit à une nouvelle forme de marketing indirect.

Dans le cas de l'hybridation majeure, c'est le RS qui domine le modèle. Il distribue des contenus produits par d'autres acteurs et selon une logique de communautés qu'il pilote. Ce cas de figure est l'exemple de la diffusion de la presse via Facebook, du partage d'articles d'éditeurs scientifiques dans les réseaux de type ResearchGate ou Academia.edu. Ce type d'hybridation met en conflit le réseau social et les producteurs de ces contenus dans le cadre du partage de la

⁸ <https://www.biorxiv.org/>; <https://www.medrxiv.org/>

⁹ https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_academic_journals_by_preprint_policy

valeur produite. Les producteurs n'ont plus le contrôle, ni de recettes directes ou indirectes sur ces contenus, au profit par contre du réseau social. La nouvelle directive européenne du droit d'auteur (avril 2019) a contribué à réguler ce conflit par ses articles 15 et 17 : : *création d'un droit voisin du droit d'auteur pour les éditeurs de presse ; de cette manière, les médias peuvent être rémunérés lors de la réutilisation de leur production éditoriale par les agrégateurs d'informations tels que Google Actualités ou Facebook (article 15) ; Les plateformes sont désormais responsables des contenus publiés par leurs utilisateurs (article 17).*¹⁰ . S'appuyant sur ce nouveau cadre réglementaire, des négociations en cours visent à retrouver des équilibres de partage de la valeur.

Dans cette hybridation majeure, il faut aussi souligner que le réseau social tend aussi parfois à développer un mode d'auto-publication. Des auteurs diffusent ainsi leur écrit directement à leur groupe LinkedIn sans chercher une intermédiation par un tiers et misent sur la circulation dans le réseau pour développer la notoriété de leur production.

L'hybridation entre les « data » et les autres modèles de publication

Le modèle « data éditorial » que nous avons énoncé au début de cet article identifie l'algorithme comme l'acteur tiers central qui organise la sélection et la diffusion des contenus. Mais pour le moment, il se limite à une greffe » sur les autres modèles de publication en apportant de nouvelles fonctionnalités comme :

- Les systèmes de recommandations algorithmiques
- La personnalisation de services
- Des mesures des usages servant à la stratégie
- Des processus d'apprentissage automatique...

Nous ne sommes qu'au début de l'exploitation des données massives laissées par les usagers et les métadonnées des contenus.

Si aujourd'hui, la valorisation se situe essentiellement sur l'enjeu du filtrage personnalisé dans un contexte d'hyper offre, les progrès de l'apprentissage profond pourraient demain apporter des contributions à différentes étapes de la publication : repérage des auteurs, repérage des sujets tendances, évaluation des productions, mise en relation des lecteurs. Assistera-t-on à l'émergence d'IA éditrices ?

Conclusion

La diversité des modes de publication a installé un paysage foisonnant. Les modèles d'hier se sont renouvelés, de nouveaux modèles ont creusé leur place et le progrès de l'intelligence artificielle pourrait encore nous surprendre rapidement.

On connaît par ailleurs le rôle étroit qu'entretient la sphère médiatique avec le pouvoir et le façonnage de l'opinion publique. La fragmentation des lieux de publication et, a fortiori, des audiences peut donc nous interroger sur la construction actuelle de nos identités, celle de notre jugement critique et enfin celle de notre vivre en société. L'éducation aux médias et à l'information est donc bien un enjeu prioritaire.

¹⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0790&from=EN>