

Une plateforme pour les éduquer tous: comment la Google News Initiative contribue à la plateformisation du journalisme

Samuel Lamoureux, Professeur en communication, Université TÉLUQ

Laurence Thibault, Candidate à la maîtrise en communication, UQAM

Résumé :

Au cours des dernières années, le champ journalistique, pour faire face à la crise des médias, a été traversé par un vaste mouvement de plateformisation et de réorganisation des salles de presse (Ornebring et Karlsson, 2022). La création de formations et de corpus par les grandes plateformes numériques s'inscrit dans ce mouvement général « d'entrepreneurialisation » de la pratique journalistique (Besbris et Petre, 2020).

Dans les dernières années, plusieurs grandes plateformes numériques pilotées par les GAFAM ont en effet créé leurs propres formations ou corpus scolaires destinés aux gestionnaires de médias et aux journalistes (Papaevangelou, 2024). La logique est simple : si les écoles de journalisme doivent enseigner l'adaptation aux dernières innovations technologiques, alors les incubateurs de ces innovations sont assurément les mieux placés pour enseigner celles-ci. En 2017, Facebook (devenu Meta en 2021) annonçait la création du Facebook Journalism Project pour éduquer les journalistes à l'utilisation de certains outils internes. Google faisait de même un an plus tard avec la Google News Initiative, suivi notamment de Microsoft avec son Democracy Forward Program (Whittaker, 2019).

Selon Papa (2024, traduction de l'auteur), ces écoles de journalisme pilotées par les plateformes numériques sont importantes, car elles « instaurent une forme d'école de la plateforme [*platform schooling*] où chaque plateforme a son propre écosystème présenté aux journalistes comme un guichet unique, conçu indirectement pour servir les intérêts économiques des plateformes ». Si les formations de Meta/Facebook ont déjà attiré l'attention de quelques chercheurs intéressés par la plateformisation de l'éducation (Papa et Kouros, 2023 ; Meese et Hurcombe, 2021), les formations de Google sont restées jusqu'ici largement ignorées. Le corpus est pourtant remarquable : depuis 2021, Google a créé plus de soixante courtes formations, traduites en plusieurs langues, et destinées aux journalistes du monde entier. En plus de créer ces formations, Google a signé des partenariats avec plus de 7000 partenaires (entreprises de presse, organisations journalistiques, écoles de journalisme) à travers le monde (GNI, 2024). L'influence de Google est telle que des chercheurs n'ont pas hésité dans les dernières années à parler de dissolution éditoriale ou de capture infrastructurelle pour démontrer comment l'infrastructure technique du métier était capturée par une entreprise privée étrangère (Nechushtai, 2018).

Pour cette recherche, nous nous sommes donc posé les questions suivantes : quelle est la vision du journalisme contenue dans les formations du GNI, et surtout comment les formations du GNI parlent-elles (ou réinterprètent-elles) les pratiques journalistiques ?

Pour arriver à cette fin, nous avons effectué une analyse de contenu thématique de la grande majorité des formations présentes (63 formations) sur le site web du GNI. Nous avons d'abord lu les formations ligne par ligne pour nous familiariser avec les données et pour effectuer une première catégorisation émergente. Ensuite, nous avons utilisé la plateforme NVivo pour coder de manière plus approfondie le matériel. Au cours de notre analyse, nous avons repéré plusieurs thèmes généraux que nous explorerons lors de notre présentation, soit l'omniprésence de la publicité, des algorithmes, du design (segmentation) du public ou encore du journalisme considéré comme une « pile technologique » (tech stack). Google est ainsi un acteur clé de la plateforme du journalisme dans son ensemble.

Mots clés : journalisme, salles de presse, plateforme, Google news initiative, capture infrastructurelle.

Références

- Besbris, M., & Petre, C. (2020). Professionalizing contingency: How journalism schools adapt to deprofessionalization. *Social Forces*, 98(4), 1524-1547.
- Meese, J., & Hurcombe, E. (2021). Facebook, news media and platform dependency: The institutional impacts of news distribution on social platforms. *New Media & Society*, 23(8), 2367-2384.
- Papaevangelou, C. (2024). Funding intermediaries: Google and Facebook's strategy to capture journalism. *Digital Journalism*, 12(2), 234-255.
- Papa, V. (2024). "Platform Schooling" Through "Platform Tutoring"? Unpacking the Relationship Between FJP Trainings and Journalistic Skills. *Journalism Practice*, 1-19.
- Papa, V., & Kouros, T. (2023). Do Facebook and Google care about journalism? Mapping the relationship between affordances of GNI and FJP tools and journalistic norms. *Digital Journalism*, 11(8), 1475-1498.
- Nechushtai, E. (2018). Could digital platforms capture the media through infrastructure?. *Journalism*, 19(8), 1043-1058.
- Örnebring, H., & Karlsson, M. (2022). *Journalistic autonomy: The genealogy of a concept*. Columbia: University of Missouri Press.
- Whittaker, J. P. (2019). *Tech Giants, Artificial Intelligence and the Future of Journalism*. New York: Routledge.