

# SCIENCE BLOGS : “UN MODÈLE COMPLÈTEMENT NOUVEAU” POUR LE GUARDIAN

LE 9 SEPTEMBRE 2010 MEGAN GARBER (TRAD. MARTIN CLAVEY)

La semaine dernière, le Guardian a lancé son réseau de blogs scientifiques. On peut trouver le contenu de ces blogs directement sur le site du journal. L'équipe de journalistes a décidé de laisser toute liberté de publication aux blogueurs sélectionnés.

La semaine dernière, le Guardian a lancé un réseau de blogs scientifiques dont le but est de mélanger parfaitement la science et les blogs : “*nous voulons divertir, énerver et informer.*”

Depuis, sur le site web du journal, vous pouvez trouver des contenus de quatre blogs connus et respectés : “**Life and physics**” de Jon Butterworth, un professeur de physique à l'University College of London qui travaille avec le **grand collisionneur de hadrons** du CERN ; “**The lay scientist**”, le blog pop-science-pot-pourri du chercheur et éditeur scientifique **Martin Robbins** ; le blog de gouvernance scientifique “**Political science**” de l'ancien membre du parlement britannique **Evan Harris** ; et “**Punctuated equilibrium**”, du biologiste de l'évolution **Grrrl Scientist**.

L'idée est d'exploiter l'expertise scientifique et de la diffuser en même temps. “*Ce réseau de blogs n'est pas seulement créé pour que les autres blogueurs scientifiques les lisent ; il ne s'adresse pas qu'aux autres scientifiques*”, explique Alok Jha, le correspondant en science et en environnement qui a eu l'idée du réseau et qui (en plus de son travail de journaliste) **le supervise maintenant**. Le réseau a l'intention d'atteindre (et de divertir/faire enrager/informer) le plus possible de personnes. “*Nous sommes un journal généraliste, note-t-il, et tout ce que nous faisons rentre dans ce prisme.*”

## GUARDIANSCIENCE BLOGS



Le réseau marque aussi un nouveau petit décalage dans l'écosystème médiatique : le media de référence et les blogueurs indépendants collaborent pour élargir leur audience, plutôt que de se faire concurrence.

Si cela semble familier (NDT : au Royaume-Uni), c'est sans doute que ce nouveau réseau est une réponse directe au journaliste du Guardian **Alan Rusbridger**, qui vise la mutualisation journalistique. “*C'est bien d'avoir les critiques des scientifiques quand nous faisons une erreur*”, note Jha. *Les scientifiques vont nous apporter un peu de leurs rêves* ; en retour, ils seront lus par une audience plus large.

## Audience et paiement

Le réseau du Guardian arrive alors que les réseaux de blogs scientifiques (anglo-saxons NDT) composés de blogs très spécialisés prolifèrent. La semaine dernière, **PLOS** (Public Library of Science), un éditeur non-profit de revues scientifiques en accès libre surtout centré sur les sciences naturelles, a lancé son réseaux de onze blogs. Les **blogs Plos** rejoignent **Wired Science**, **Scientopia** et d'autres. Et bien sûr, on a beaucoup parlé des blogs scientifiques avec ScienceBlogs et le scandale du **PepsiGate**. L'incursion du Guardian dans les réseaux de blogs scientifiques ne s'est pas faite en réaction à ce scandale (PepsiCo a envoyé ses experts contribuer à des réseaux de blogs se revendiquant fièrement indépendants), le projet étant en route depuis le printemps.

Cependant, “*cela a tout accéléré*”, explique Jha. *Je pense qu'il y a eu une réflexion chez les blogueurs : 'Que faisons nous maintenant ? Comment le faisons nous ?' et ça nous a amené à nous dire, ok, c'est le moment de le faire.*”

Le projet général est des plus classiques : plus de contenus pour les medias, plus

**d'audience pour les fournisseurs de contenus.** *“Beaucoup de scientifiques veulent écrire, raconte Jha ; mais il y en a beaucoup moins qui comprennent l'alchimie mystérieuse requise pour présenter les choses aux entreprises de presse. L'arrivée des blogs a bousculé la relation entre les experts et le grand public (Le Guardian lui-même, dans ce cas, passe du rôle du gardien à celui d'hôte)”.*

Le résultat, pour les scientifiques, ce n'est pas l'audience au sens du *Huffington Post* (signer un article = argent). *Le Guardian* paye les blogueurs pour leur travail. Ce qui est plus une question de principe qu'une question économique :

*“Même si certains scientifiques écrivaient déjà sur leurs propres blogs sans être payés, explique Jha, nous avons pensé que ce n'était pas possible de ne pas payer car ce serait de l'exploitation.”*

La solution : les revenus sont partagés à 50/50. **Le Guardian vend des pubs contre les pages des blogueurs ; les blogueurs, en retour, touchent la moitié.** Mais c'est encore en expérimentation (et les publicités sur le web sont notoirement volatiles, même sur un site dont le trafic est très élevé comme celui du *Guardian*) l'arrangement inclue aussi une sorte d'assurance financière pour les blogueurs : si les revenus publicitaires s'effondrent en dessous d'un seuil, l'accord sera revu.

## “Indépendant de toute interférence”

Bien que les bannières de blogs varient, ils gardent, dans leur présentation du *Guardian*, un slogan unique : “HOSTED BY THE GUARDIAN.” (hébergé par *Le Guardian*) C'est une manière de clarifier (et de réitérer) le fait que, bien que les contenus des blogs soit sur le site du *Guardian*, ils ne viennent pas complètement du *Guardian*. *“L'idée, c'est que ce ne sont pas des blogs de journalistes internes, précise Jha. Ce sont eux (ce qu'ils pensent indépendamment de toute interférence).”*

Et “indépendant” veut vraiment dire “indépendant.” Les blogs ne sont pas modifiés (ni leur contenu, ni leur copie). Contrairement à d'autres arrangements d'hébergement blogs/journaux (voir, par exemple Nate Silver, dont le **FiveThirtyEight** est **lié officiellement au New York Times** - et dont le contenu est relu et édité par l'équipe du *Times*) les blogs scientifiques du *Guardian* sont relus par les blogueurs eux-mêmes. Pour ces deux premières semaines, oui, un directeur de la production relira les billets avant de cliquer sur “publier.” Mais c'est temporaire (cette période est prévue pour régler les problèmes techniques et pour installer la confiance des deux côtés). Le but, après cette période d'essai initiale, est de donner aux blogueurs l'accès libre aux outils de publication en ligne du *Guardian* (quelque chose, précise Jha, *“que personne à part l'équipe interne ne pouvait faire avant”*. **Le projet (simple mais symbolique, aussi) est que les blogueurs pourront bientôt publier directement sur le site du Guardian sans intermédiaire. “C'est un modèle complètement nouveau pour nous”, explique Jha (car, pour l'instant, “tout est édité.”)**

Jha est au courant des maux de têtes potentiels qui accompagnent la liberté (une notion qui est particulièrement menacée au Royaume-Uni, dont le système légal se moque beaucoup. *“Comme entreprise de presse, nous sommes très attentif à rester du bon côté de la loi”* commente Jha ; Cependant encore une fois, *“nous essayerons de ne jamais censurer”*. Jha et ses collègues ont pris beaucoup de temps pour discuter de l'équilibre entre la liberté d'expression et l'obligation de préserver leur responsabilité légale au lancement du réseau. Finalement, le projet a gagné contre les précautions. *“Nous sommes plutôt prompt à dire ‘publions’ plutôt que non”* dit-il. Et depuis que les blogs d'information existent, le but est d'être dans une relation moins hiérarchique, pas plus. *“À la fin, nous aimerions qu'ils aient un contrôle complet, commente Jha. C'est l'ambition”*.

—

Article initialement publié sur **NiemanJournalismLab**

Illustration Flickr CC : **practicalowl**