

Appel à articles

Le commun au service du renouveau dans la production de l'information ?

Date limite pour les articles : 15 avril 2026

Éditeurs du numéro spécial :

Éric George, Université du Québec à Montréal, Canada

Fábio Henrique Pereira, Université Laval, Canada

Nathalie Pignard-Cheynel, Université de Neuchâtel, Suisse

Le processus de marchandisation de l'information, qui consiste à transformer la valeur d'usage en valeur d'échange (Mosco, 2017), est en perpétuelle évolution, en particulier dans le cadre de la recherche d'une mise en valeur du capital toujours plus grande. Il s'est fortement accéléré depuis une trentaine d'années dans les secteurs de l'information, de la culture et de la communication, en réponse à une crise structurelle du système capitaliste où les industries peinent à rester des sources viables de valorisation du capital (Schiller, 2007; Bouquillion, 2008). Or, cette marchandisation qui reposait notamment sur le financement publicitaire s'est heurtée dans les années 2010 à la captation de ces revenus par deux géants du numérique, Google et Meta (Papaevangelou, 2023; Sebbah et al., 2020; Smyrnaios & Rebillard, 2019). A suivi une crise généralisée des médias d'information qui a conduit à questionner la possible valorisation de l'information. Le secteur des industries de l'information ne serait-il plus rentable ?

Parallèlement, on peut s'interroger sur la capacité d'industries en quête de profits à continuer de produire une information dite de qualité, susceptible de contribuer à la formation citoyenne et à soutenir le développement de systèmes politiques qui tendent vers la démocratie (Mouffe, 1994). Ce contexte affecte particulièrement la légitimité du journalisme en tant que médiateur de l'espace public face à l'émergence de nouveaux acteurs et de nouvelles voix. D'où l'intérêt pour la notion de « commun » en lien avec la production de l'information.

La notion de « commun » ne s'oppose pas frontalement au processus de marchandisation guidé par la logique du capital (De Angelis & Harvie, 2014; Caffentzis & Federici, 2014), mais elle subordonne celui-ci à la logique d'une valeur d'usage collective (Borrits, 2018). Il s'agit donc de faire primer la valeur d'usage – les bénéfices sociaux de l'accès et de l'usage collectif à une ressource – sur la valeur marchande (Schlager & Ostrom, 1992).

Plus précisément, notre attention au « commun » peut se concevoir de trois façons :

(1) d'abord, en le considérant, à partir des travaux d'Ostrom (1990), comme un ensemble de ressources autogérées par des collectifs qui adoptent des règles de gouvernance collective de ces ressources naturelles (l'eau étant souvent considérée comme une telle ressource) ;

(2) ensuite, en mettant l'accent sur la dimension institutionnelle du commun et la nécessité de la lutte politique pour en faire le fondement d'une nouvelle organisation sociale (Dardot & Laval, 2014), visant ainsi à éloigner le commun de toute forme de naturalisation (Madison et al., 2008/2010) ;

(3) et enfin, en considérant le commun comme un nouveau mode de production alternatif au capitalisme (Brancaccio et al., 2021).

Dans le cadre de cet appel à articles, nous nous fixons pour double objectif de décliner le concept de *commun* du point de vue des développements concrets en termes de production d'informations, mais également de le saisir à partir des activités concrètes développées dans le secteur de l'information. En termes méthodologiques, nous reprenons à notre compte les propositions d'Ostrom (1990) et de Bollier (2014), selon lesquels, pour saisir le *commun* dans tout projet, il importe de tenir compte (1) des groupes et des individus qui sont à l'origine des expériences de *commun*, (2) de l'objet du *commun*, autrement dit la ressource dont il est question, en l'occurrence ici l'information et (3) des règles de gouvernance mises en place par la communauté. Ces trois dimensions étant plus ou moins présentes dans les projets, il importera de les considérer dans leurs apports respectifs et leurs interrelations (Pélissier, 2018).

Les contributions pourront porter sur une ou plusieurs de ces questions. Elles pourront s'inscrire dans au moins l'un des quatre axes présentés ci-après.

(1) Le commun dans les pratiques de gestion ou de gouvernance des médias. Cet axe porte sur la construction de modalités alternatives de financement et de gestion des médias au sein desquels l'information est produite, que Kikuti Dancosky et al. (2021) et Camargo et al. (2023) désignent par des « arrangements économiques alternatifs » aux corporations médiatiques. Les travaux de recherche s'intéressant à cette thématique peuvent montrer comment la notion de commun est mobilisée dans des espaces de gouvernance collective des médias (des coopératives journalistiques, des médias alternatifs ou indépendants), dans des projets tournant autour des journalistes et de leur lectorat, au-delà des espoirs déçus du journalisme participatif (rédactions citoyennes, journalisme réciproque, de communauté, ...). Ils peuvent également explorer dans quelle mesure la notion de commun traverse la recherche de nouvelles formes de financement de la production d'information, alternatives au modèle capitaliste basé sur la publicité, comme les modèles du *membership*, du financement participatif ou de la philanthropie.

(2) L'expression du commun par les (meta)discours médiatiques. Cet axe s'intéresse au rôle engagé d'un journalisme au service de la construction d'une nouvelle organisation sociale (voire d'une nouvelle utopie) (Andrade & Pereira, 2021). Les travaux portant sur cette thématique peuvent s'intéresser à une production d'actualité marquée par la notion de « commun » matérialisé par une idéologie alternative au journalisme dominant, ainsi que par l'intégration au discours médiatique d'autres acteurs et d'autres voix marginalisées. Il s'intéresse également à la façon dont le journalisme lui-même contribue à élargir ses frontières par la mise en circulation d'un ensemble de métadiscours qui ont pour objectif de changer (ou de remettre en question) les définitions sociales de cette pratique.

(3) Un troisième qui interroge les rapports entre les médias publics d'information et les communs. Historiquement, les médias publics se sont notamment développés autour des trois missions suivantes : informer, éduquer et distraire, selon la formule de Lord Reith, premier

président directeur général de la BBC. Comment situer respectivement les notions de *commun* et de service public appliquées au secteur de l'information (Tremblay et al., 2019) ? Que penser de leurs relations alors que l'existence même de services publics est remise en cause dans de nombreux pays ? Comment repenser, voire relégitimer la notion de service public en lien avec celle de communauté à propos de la production d'information ?

(4) Finalement, un quatrième axe porte sur les façons de travailler, de produire l'actualité journalistique. Les salles de rédaction sont généralement des espaces très hiérarchisés (Meltzer, 2009; Francoeur, 2021), voire des lieux d'exercice de violence (Le Cam & Libert, 2016). De la même façon, les rapports entre les journalistes et leurs sources dépendent de complexes enjeux de négociation dans lesquels les relations de pouvoir sont fréquentes. Or, des nouvelles formes d'organisation au sein des médias peuvent potentiellement transformer les pratiques journalistiques et les formes conventionnelles de production de l'actualité. Dit autrement, parler de communs à propos de production d'information conduit-il à revoir l'organisation du travail journalistique autour de la pratique de l'autogestion ? Voir à repenser le rôle même du métier de journaliste dans la production de l'information ? La réflexion pourra être élargie à l'étude des dispositifs sociotechniques et de nouvelles normes (juridiques notamment) dans la manière dont ils pèsent sur le travail journalistique et en redéfinissent les modalités (infrastructures décentralisées, logiciels open source, information produite en *Creative commons*, etc.).

Sont privilégiées les propositions qui accordent une place centrale aux contextes structurants tout en étant attentives aux innovations d'ordres individuel et collectif, qui conjuguent le temps présent et le temps long, les recherches macro et micro. Considérer pertinent de parler aujourd'hui de commun implique de rappeler que, par le passé, ont existé des processus relevant du commun (Federici, 2014). Par conséquent, nous aborderons la notion de commun du point de vue des possibles transformations du monde (Guéguen, 2014) par / à travers le journalisme et l'information, à partir des travaux empiriques à l'ambition tant locale que globale.

La date limite pour soumettre les manuscrits complets (compris entre 30 000 et 50 000 signes, incluant notes de bas de page et références bibliographiques) est **le 15 avril 2026** directement sur le site : <https://revue.surlejournalisme.com/slj/about/submissions>. Vous y trouverez également des précisions concernant les normes éditoriales pour la rédaction des textes.

Les manuscrits peuvent être écrits en anglais, français, portugais ou espagnol. Les articles sont évalués en double-aveugle.

About journalism – Sur le journalisme – Sobre jornalismo est une revue indexée sur les bases de données universitaires suivantes : EBSCO Communication Source collection, Archive ouverte en Sciences de l'Homme et de la Société (HAL-SHS), DOAJ, EZB (Elektronische Zeitschriftenbibliothek), Mir@bel, Sudoc, Sumários.Org, WorldCat (OCLC), European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences (ERIH PLUS). Sur le journalisme est classée comme une revue qualifiante en France (selon l'index de l'HCERES). Brazilian Qualis-CAPES evaluation for 2017-2020: A3

Références

- Andrade, S., & Pereira, F. H. (2021). Uma nova utopia jornalística: Engajamento e gosto na Mídia NINJA (Brasil). *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies / Revue canadienne des études latino-américaines et caraïbes*, 47(1), 67–98. <https://doi.org/10.1080/08263663.2022.1996701>
- Bollier, D. (2014). *Think like a commoner: A short introduction to the life of the commons*. New Society Publishers.
- Borrits, B. (2018). *Au-delà de la propriété: Pour une économie des communs*. La Découverte.
- Bouquillion, P. (2008). *Les industries de la culture et de la communication: Les stratégies du capitalisme*. Presses universitaires de Grenoble.
- Brancaccio, F., Alfonso, G., & Vercellone, C. (2021). *Le commun comme mode de production*. Lyber. <http://www.lyber-eclat.net/livres/le-commun-comme-mode-de-production>
- Caffentzis, G., & Federici, S. (2014). Commons against and beyond capitalism. *Community Development Journal*, 49(1), 92–105.
- Camargo, C. A., Nonato, C., Pachi Filho, F. F., & Lelo, T. V. (2023). Jornalismo financiado por plataformas: Análise dos apoios concedidos aos arranjos alternativos às corporações de mídia. *E-Compós*, 26. <https://doi.org/10.30962/ec.2821>
- Dardot, P., & Laval, C. (2014). *Commun: Essai sur la révolution du XXIe siècle*. La Découverte.
- De Angelis, M., & Harvie, D. (2014). The commons. In M. Parker, G. Cheney, V. Fournier, & C. Land (Eds.), *The Routledge companion to alternative organization* (pp. xx–xx). Routledge.
- Federici, S. (2014). *Femmes, corps et accumulation primitive*. Éditions Senonevero; Éditions Entremonde.
- Francoeur, C. (2021). Journalisme post-intégration: Miser sur les formats pour maîtriser des conditions de production fragmentées. *Les Cahiers du journalisme – Recherches*, 2(7), R125–R143.
- Guéguen, H. (2014). La critique et le possible: Le rôle de la catégorie de possible dans la critique des TNIC. In É. George & F. Granjon (Eds.), *Critique, sciences sociales & communication* (pp. 265–289). Mare & Martin.
- Kikuti Dancosky, A., Mick, J., Paul, D. M., Luz, S. C. C. da, Costa Ramos, A. N., & Sousa, J. (2021). At the service of the community, cause or capital: Alternative journalistic arrangements to the major media corporations in Santa Catarina. *Brazilian Journalism Research*, 17(2), 336–375. <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n2.2021.1382>
- Le Cam, F., & Libert, M. (2020). Journaliste, femme et senior: Une double peine ? *Recherches en communication*, 43, 105–126. <https://doi.org/10.14428/rec.v43i43.58053>

Madison, M. J., Frischmann, B. M., & Strandburg, K. J. (2010). Constructing commons in the cultural environment. *Cornell Law Review*, 95, 657–709.

Meltzer, K. (2009). The hierarchy of journalistic cultural authority: Journalists' perspectives according to news medium. *Journalism Practice*, 3(1), 59–74. <https://doi.org/10.1080/17512780802560757>

Mosco, V. (2017). *Becoming digital: Toward a post-internet society*. Emerald.

Mouffe, C. (1994). *Le politique et ses enjeux: Pour une démocratie plurielle*. La Découverte; M.A.U.S.S.

Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge University Press.

Papaevangelou, C. (2023). Funding intermediaries: Google and Facebook's strategy to capture journalism. *Digital Journalism*, 12(2), 234–255. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155206>

Pélissier, M. (2018). Communs culturels et environnement numérique: Origines, fondements et identification. *tic&societe*, 12(1), 95–129. <https://journals.openedition.org/ticetsociete/2395>

Sebbah, B., Sire, G., & Smyrnaios, N. (2020). Journalisme et plateformes: De la symbiose à la dépendance. *Sur le journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo*, 9(1), 6–11. <https://doi.org/10.25200/SLJ.v9.n1.2020.413>

Smyrnaios, N., & Rebillard, F. (2019). How infomediation platforms took over the news: A longitudinal perspective. *The Political Economy of Communication*, 7(1). <http://polecom.org/index.php/polecom/article/view/103>

Schlager, E., & Ostrom, E. (1992). Property-rights regimes and natural resources: A conceptual analysis. *Land Economics*, 68(3), 249–262.

Schiller, D. (2007). *How to think about information*. University of Illinois Press.