HAL
open science

Écrire pour le (grand) public sans renoncer aux pairs : trois expériences de revues en ligne

Axelle Brodiez, Émilien Ruiz, Nicolas Delalande, Emmanuel Bellanger, Charlotte Vorms, Sébastien Poublanc

To cite this version:

Axelle Brodiez, Émilien Ruiz, Nicolas Delalande, Emmanuel Bellanger, Charlotte Vorms, et al.. Écrire pour le (grand) public sans renoncer aux pairs : trois expériences de revues en ligne. Le Mouvement social, 2020, Écrire autrement ? L'histoire sociale en quête de publics, 4 (269-270), pp.149-164. 10.3917/lms.269.0149 . hal-02878925

HAL Id: hal-02878925

https://sciencespo.hal.science/hal-02878925

Submitted on 23 Jun 2023

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.

Écrire pour le (grand) public sans renoncer aux pairs : trois expériences de revues en ligne

Propos recueillis par Axelle Brodiez-Dolino et Émilien Ruiz

Entretien avec Nicolas Delalande (*La Vie des idées*), Emmanuel Bellanger et Charlotte Vorms (*Métropolitiques*) et Sébastien Poublanc (*Mondes sociaux*)

Les revues en ligne et en libre accès connaissent depuis dix ans un réel dynamisme, qui se manifeste tant par la hausse du nombre de revues et d'articles consultés que par leur inventivité et leur attractivité – et ce, auprès des chercheurs comme du grand public.

Pour mieux comprendre ce phénomène, qui implique une adaptation des écritures académiques, démultiplie l'audience potentielle des chercheurs et interroge les modèles économiques classiques de l'édition des revues scientifiques, trois publications en libre accès ont répondu à notre invitation. Toutes trois sont gratuites et pluridisciplinaires. *La Vie des idées* est la plus ancienne, créée en 2007 ; suivent chronologiquement *Métropolitiques* (2010) puis *Mondes sociaux* (2013). Proposant des articles de 10 000 à 20 000 signes en moyenne, elles atteignent un lectorat sans commune mesure avec les tirages papier (par ailleurs en baisse) des revues classiques : plus de 450 000 visiteurs uniques par mois pour *La Vie des idées* et 20 000 à 30 000 pour *Mondes sociaux* ; 4 500 par jour en moyenne pour *Métropolitiques*.

Quels sont leurs objectifs et leur modèle économique ? Quelle place y tient l'histoire, en particulier l'histoire sociale contemporaine ? Quel est leur lectorat – et celui-ci est-il en accord avec les visées initiales ? Quelles sont les clés d'un article à succès ? Est-ce valorisant pour un chercheur d'y publier ? Ont-elles recours à une écriture si différente des revues académiques classiques ? Comment élargir le public des sciences humaines et sociales tout en conservant ce qui fait leur spécificité en termes de démonstration, de rigueur et d'investigation empirique ? Autant de questions auxquelles cet entretien croisé vise à répondre [1]. Par commodité de lecture, l'ordre chronologique d'apparition de ces trois revues a été conservé ci-dessous.

La genèse : objectifs, identité et modèle économique

Comment est née votre revue ? Quels en étaient les objectifs initiaux ?

La Vie des idées est une revue en ligne entièrement gratuite, qui existe depuis octobre 2007. Elle a pris la suite d'une revue papier du même nom que publiait, entre 2004 et 2007, l'association La République des idées, fondée par Pierre Rosanvallon au début des années 2000. L'objectif de cette première revue, qu'animaient Thierry Pech et Wojtek Kalinowski, était de rendre compte de l'actualité des idées à l'étranger, dans un style se réclamant du « journalisme intellectuel ». Il s'agissait de contribuer à « déshexagonaliser » le débat public français en recensant des controverses,

1. Ce texte est le fruit d'une rencontre organisée au Centre d'histoire de Sciences Po le 11 mars 2019.

Le Mouvement social, octobre 2019-mars 2020 © La Découverte

Axelle Brodiez-Dolino et Émilien Ruiz, Écrire pour le (grand) public sans renoncer aux pairs…, *Le Mouvement social*, octobre 2019-mars 2020.

des ouvrages, des films ou des romans au cœur de la vie intellectuelle de pays aussi différents que les États-Unis, l'Allemagne, l'Espagne, la Turquie, l'Inde ou la Chine.

En 2007, la décision de basculer la revue entièrement en ligne, en élargissant ses objectifs, a été prise. Son comité de rédaction, placé sous la direction de Florent Guénard, regroupe une quinzaine de membres issus d'horizons disciplinaires variés, et s'appuie sur l'expertise d'un conseil de rédaction élargi qui l'aide à identifier des thématiques émergentes et de nouveaux auteurs. Depuis, *La Vie des idées* rend compte du débat intellectuel en France et à l'étranger à travers la publication de recensions d'ouvrages et d'essais originaux qui font appel à une large palette des sciences humaines et sociales (anthropologie, arts et littérature, économie, histoire, philosophie, sciences politiques, sociologie, etc.) ; mais aussi, plus ponctuellement, aux sciences exactes, à l'architecture ou aux études musicales. La pluridisciplinarité, l'ouverture internationale et l'accessibilité ont donc toujours été au cœur du projet. De nombreuses références étrangères (*London Review of Books*, *New York Review of Books*, *Perlentaucher*, *Nueva Sociedad*, etc.) nous ont servi de sources d'inspiration.

La revue *Métropolitiques* est née d'un collectif et d'une association du même nom fondée au printemps 2010, sous l'impulsion de l'économiste Frédéric Gilli et du philosophe Philippe Simay. Pour ses membres fondateurs, venus en majorité des sciences humaines et sociales, le débat politique ignorait trop largement l'apport de la recherche sur les questions urbaines et territoriales, au profit de quelques analyses caricaturales très médiatisées. *Métropolitiques* devait constituer cette plateforme de diffusion et de croisement des savoirs et des expériences expertes sur la ville, et contribuer ainsi à enrichir la définition des termes du débat public.

Du point de vue du modèle éditorial et économique, elle s'est inspirée de *La Vie des idées*. Tout en conservant les exigences de rigueur scientifique et éditoriale d'une revue académique, il s'agissait d'élargir le lectorat à un public à la fois généraliste et spécialisé (étudiants, élus locaux, professionnels de la ville et des collectivités territoriales, militants associatifs sur les questions urbaines).

La revue a été fondée par des personnes de même génération, nées pour la plupart dans les années 1970. Son fonctionnement a toujours été collégial. Longtemps, il n'y a pas eu de directeur de la rédaction. Depuis plusieurs années, cette fonction a été créée mais elle est tournante, actuellement exercée en binôme, sur des mandats courts ; tout le monde a vocation à l'exercer. Et cette direction de rédaction n'a pas de pouvoir décisionnaire spécifique. Les débats et discussions, généralement très animés, contribuent au plaisir de se retrouver ; ils font de cette rédaction plurielle disciplinairement, intellectuellement et politiquement, un véritable collectif. Depuis plusieurs années, la rédaction parisienne a une sœur new-yorkaise, qui permet d'ouvrir encore les échanges.

Porté par le Labex Structuration des mondes sociaux (SMS), le magazine *Mondes sociaux* devait initialement montrer le foisonnement de travaux sur les mondes sociaux en histoire, mathématiques, information-communication, géographie, sociologie et anthropologie sur le site de Toulouse. Sans expérience éditoriale aucune, nous avons pris pour exemples *La Vie des idées* et *Sciences humaines* pour leur approche de la diffusion des savoirs.

Le cahier des charges entendait composer avec les contraintes suivantes : ne pas être une énième revue de recherche (difficulté d'accès à Revues.org, difficulté à se faire connaître face aux « anciennes » revues bien installées), être rapidement en

ligne, ne pas coûter trop cher (pas de frais d'infrastructures, pas d'articles payés, un seul contractuel à quart de temps et des bénévoles), être numérique et en libre accès, éviter la contrainte du sentier (reproduire un modèle sans réfléchir plus avant sur l'objet éditorial) ; enfin, les articles devaient être compréhensibles par un collégien de 3e et lus par les personnes intéressées (chercheurs, mais aussi décideurs et simples curieux).

Du fait de l'éloignement de Toulouse et de la structuration très parisienne de la recherche en France, l'initiative ne pouvait être que *bottom-up*, sans le soutien initial des grandes institutions académiques. Ce qui a été un désavantage, mais aussi un atout : dans la mesure où personne ne l'attendait, le magazine a pris son temps pour faire évoluer son projet éditorial. Nous avons ainsi bénéficié d'une sorte de droit au tâtonnement, à l'erreur, et nous avons pu tester des manières de faire parfois incongrues, inscrire le projet dans des pratiques collaboratives ou les susciter.

Magazine scientifique, nous n'avons pas de comité scientifique et ne soumettons pas nos articles à l'examen des pairs. Pour conserver un critère de scientificité, nous avons donc choisi de ne publier que des articles se fondant sur des recherches déjà publiées et validées académiquement (articles soumis au *peer review*, thèses, livres…).

Comment parvenez-vous à maintenir un positionnement entre rigueur académique et ouverture au public ?

La Vie des idées vise à nourrir le débat public par les sciences humaines et sociales : en montrant quelles sont les recherches originales qui permettent d'éclairer autrement les enjeux d'actualité ; en proposant une discussion critique des conceptualisations émergentes ; en faisant connaître de jeunes auteurs dont les travaux renouvellent les champs du savoir. Il s'agit d'aider à combler le fossé grandissant entre un espace médiatique peuplé d'experts et de faiseurs d'opinions, souvent peu en prise avec la recherche telle qu'elle se fait, et un espace académique sujet à d'intenses spécialisations disciplinaires et à des pressions budgétaires qui fragilisent son autonomie.

Cela suppose de traduire et de diffuser les acquis de la recherche auprès d'un large public, et de savoir déplier certaines des grandes controverses sans pour autant verser dans la polémique, la caricature ou le débat pointu entre spécialistes. Ce qui pourrait paraître simple et aller de soi ne l'est pas du tout : un site comme le nôtre est né à peu près en même temps que les chaînes d'information en continu et les réseaux sociaux, qui permettent à la fois une plus grande circulation des contenus mais aussi une accélération et une hystérisation des vaines polémiques. Prendre le temps d'exposer un problème, de le définir et de le documenter empiriquement, d'en confronter les diverses interprétations pour permettre aux lecteurs de se faire un avis éclairé : la revue cherche à concilier l'interactivité numérique avec l'exigence de rigueur des sciences humaines et sociales.

Métropolitiques ne vise pas à agir sur le monde académique mais sur le débat public, dans un contexte où la ville est devenue le lieu de polarisation des questions sociales et politiques contemporaines, des enjeux qu'elles recouvrent et des mobilisations qu'elles suscitent.

Pour autant, notre revue s'est imposée dans certains milieux académiques (notamment les études urbaines) au point qu'il est devenu important pour certains universitaires d'y publier. Maintenir la ligne éditoriale originelle et ne pas se rapprocher du modèle d'une revue académique classique requiert donc une vigilance

Le Mouvement social, octobre 2019-mars 2020 © La Découverte

accrue. Les réflexes universitaires et disciplinaires reviennent parfois au sein de la rédaction. De même, le projet repose sur l'ouverture de la revue à des professionnels de la ville et l'ouverture disciplinaire tous azimuts. Or aujourd'hui comme hier, la rédaction est en pratique composée d'universitaires.

L'autre risque inhérent au projet serait de devenir une revue sectorielle. Au départ, il s'agit bien de construire une revue généraliste. L'urbain et la dimension spatiale des questions sociales sont un prisme, plus qu'un objet. Notamment parce qu'elle s'est imposée dans les milieux spécialistes, la revue doit résister à une évolution donnant une part trop grande aux articles adoptant une approche technique.

Il nous a fallu, à *Mondes sociaux*, prendre acte d'une réalité : un magazine ne peut exister sans se préoccuper de son écriture et de sa diffusion, les deux étant étroitement liées. En conséquence, la place que nous accordons à l'éditorialisation des articles, à l'animation de nos listes mails et des réseaux sociaux, est primordiale dans notre ligne éditoriale.

D'ailleurs, cette ligne éditoriale a changé. Depuis 2015, le Labex n'est plus le porteur du projet, seulement le financeur. Nous publions désormais toute recherche sur les mondes sociaux et non seulement celles des chercheurs toulousains ; et ce, en français, anglais et espagnol. Le rythme de publication a lui aussi évolué, passant de six à dix articles par mois. Enfin, le type même d'article a changé, prenant acte de la plasticité du numérique dans l'écriture des récits : sur dix articles publiés chaque mois, seuls six sont au format texte ; deux présentent un film recherche et une vidéo de la chaîne Avides de recherche et, depuis avril 2019, nous publions deux podcasts, audio ou vidéo.

Quelle est, dans vos articles, la part que représente l'histoire ? Et de quel type d'histoire s'agit-il ?

Sans être dominante, l'histoire a toujours contribué pour une grande part à la programmation de *La Vie des idées*. Depuis 2007, la revue a largement couvert les renouvellements au sein de la discipline, qu'il s'agisse de l'histoire globale et impériale, de l'histoire environnementale ou de l'histoire des violences de masse au XXe siècle. Au-delà, l'intérêt d'une revue pluridisciplinaire de ce type est de montrer les liens fructueux que l'histoire entretient avec les autres disciplines. Nous avons accordé beaucoup d'attention au regain d'intérêt pour l'histoire économique après la crise de 2008, à l'essor de l'histoire de la consommation et du marché en lien avec la sociologie économique, aux rapports entre histoire et anthropologie, ou bien encore aux nouvelles frontières de l'histoire numérique. Notre but n'est pas de défendre l'histoire en tant que discipline spécifique, mais de la relier aux grands débats du temps présent et d'exposer son pouvoir d'analyse et d'interprétation. Lorsque nous concevons des dossiers thématiques (sur la police, les inégalités, le genre, la démocratie, l'alimentation, la race, etc.), nous cherchons toujours à croiser les regards et les perspectives, en donnant de la profondeur historique aux problèmes étudiés. Cette discussion permanente entre l'histoire, la sociologie et l'économie, par exemple, explique pourquoi l'histoire sociale y trouve naturellement sa place : peu de sujets du débat public récent échappent à la nécessité d'un travail fin de contextualisation et de mise à distance du « présentisme » ambiant – que l'on songe aux grandes controverses des dix dernières années sur l'identité nationale, la crise économique et écologique, la protection sociale et le droit du travail, la montée des inégalités et des discriminations, etc.

Métropolitiques n'est pas une revue disciplinaire. Mais dès l'origine, l'histoire a été représentée à la rédaction comme dans les publications. La connaissance de la genèse des faits sociaux et urbains et leur appréhension dans la durée sont essentielles à leur compréhension.

À *Mondes sociaux*, les articles d'histoire sont majoritaires (104 sur 400), principalement du fait de l'ancrage disciplinaire d'un des deux rédacteurs en chef. Mais le magazine n'oriente pas spécifiquement sa ligne éditoriale sur l'histoire. Et tous les types d'histoires y cohabitent.

Quel modèle économique avez-vous construit ?

Depuis son origine, le site *La Vie des idées* est dirigé par Pierre Rosanvallon et la revue s'appuie sur le soutien institutionnel et financier du Collège de France, qui nous héberge depuis 2008 au sein de l'Institut du monde contemporain. Outre les locaux, l'établissement prend en charge, selon les années, deux postes à mi-temps (pour le secrétariat de rédaction en français et en anglais) ; c'est une aide décisive pour garantir aux lecteurs la gratuité complète des contenus en l'absence de tout revenu publicitaire (une option écartée dès la fondation du site). Des partenariats avec des établissements publics (comme l'Institut français), un éditeur (les Presses universitaires de France) ou des mécènes (comme la Florence Gould Foundation) nous ont apporté des ressources complémentaires, notamment pour financer des traductions. Sans visée lucrative, la revue repose enfin sur l'engagement de tous ses auteurs, qui participent de manière bénévole à ce projet d'*open access* : sans eux, la gratuité serait tout simplement impossible. La pérennité du modèle dépend donc pour une large part des fonds publics investis dans la recherche et l'enseignement, une condition essentielle au partage des savoirs.

De même, *Métropolitiques* a d'emblée décidé de ne pas recourir à la publicité. Son modèle économique a jusqu'en 2017 reposé entièrement sur le mécénat. Mais les frais de fonctionnement étaient importants, puisque la revue rémunérait un secrétaire de rédaction et un traducteur. Les difficultés de financement ont donc accompagné, voire à une époque parasité, la vie de la revue. L'enjeu était de préserver l'indépendance de la rédaction tout en sollicitant des partenaires dont les activités ne seraient pas jugées incompatibles avec la ligne éditoriale. À un moment particulièrement critique, où la survie de la revue était sérieusement menacée, ce sont nos lecteurs qui l'ont sauvée en répondant à notre appel à dons.

La sortie durable de cette fragilité chronique a été permise par la reconnaissance institutionnelle, qui a suivi celle des lecteurs : depuis 2017, le CNRS soutient la revue en lui apportant un demi-poste de secrétaire de rédaction (partagé avec *Le Mouvement social* !). Ce changement de modèle économique a permis la consolidation de l'existence de la revue. Nos principaux partenaires sont aujourd'hui, outre le CNRS, la MSH Paris-Nord qui accueille le secrétariat de rédaction, la Fondation Abbé Pierre, le Forum Vies Mobiles lié à la SNCF et le Centre national de la fonction publique territoriale (CNFPT), avec lequel a été organisée une école d'été en 2018.

À *Mondes sociaux*, l'équipe s'est progressivement professionnalisée depuis ses débuts : elle comporte à présent cinq salariés à temps partiel pour l'animation du magazine (chercher des articles, des partenariats, mettre en ligne…), dont l'un des rédacteurs en chef (le second étant bénévole), un secrétaire de rédaction, une *community manager* pour l'animation des réseaux sociaux et une Youtubeuse pour la

Le Mouvement social, octobre 2019-mars 2020 © La Découverte

création des vidéos de vulgarisation Youtube Avides de recherche. Le financement est assuré par le Labex SMS et, depuis avril dernier, l'Université fédérale de Toulouse Midi-Pyrénées nous épaule en déployant une personne à hauteur d'un cinquième de temps.

Côté logistique, la plateforme Hypothèses assure l'hébergement des articles et prend en charge l'intégralité des moyens techniques. Pour la diffusion de l'émission Avides de recherche, nous publions sur Facebook, tandis que les podcasts sont hébergés sur Anchor, application de podcasting permettant de créer, héberger des épisodes et diffuser des émissions sur plusieurs plateformes de podcasts.

Lectorat et stratégies de diffusion

Quel est le volume de votre lectorat et quels sont les articles les plus consultés ?

La Vie des idées compte aujourd'hui 450 000 visiteurs uniques par mois, un chiffre en constante progression depuis dix ans (il était de 50 000 en 2008). 26 000 personnes sont abonnées à notre newsletter, et nos pages Twitter et Facebook regroupent respectivement 29 600 et 25 000 abonnés.

Nos contenus les plus consultés sont les essais et les vidéos. Certains textes, très en prise avec l'actualité et largement relayés via les réseaux sociaux, ont marqué l'histoire du site, à l'image des essais d'Olivier Fillieule et Fabien Jobard sur les techniques du maintien de l'ordre (300 000 vues depuis 2016), de l'essai de Nonna Mayer sur le mythe de la « dédiabolisation du FN » (155 000 vues depuis 2015), de l'article de Fanny Bugeja-Bloch et Marie-Paule Couto sur le « Parcoursup des filles » (70 000 vues), ou plus récemment de l'essai d'Aurélien Delpirou sur la « couleur des gilets jaunes » (100 000 vues en à peine six mois, un record). Des articles à visée critique, qui ouvrent un débat et suscitent des réactions, rencontrent aussi un large public ; ce fut le cas par exemple, dès les premiers temps du site, d'un article rédigé par Matthieu Hély sur l'économie sociale et solidaire (100 000 vues), qui soulignait la précarité du travail en milieu associatif et les conséquences d'un désengagement de la fonction publique. Mais des essais ou entretiens sur des sujets moins directement liés à un débat chaud de l'actualité sociale trouvent aussi leur public : le dossier qu'Ivan Jablonka avait consacré en 2008 au livre, au passé et à son avenir, autour d'un entretien avec l'historien Roger Chartier, a lui aussi été très consulté (100 000 vues).

Les recensions, qui constituent environ la moitié de nos contenus, sont comparativement moins lues, mais le restent bien plus que sur des revues papier : en moyenne, une recension est consultée 4 000 fois par an (avec, bien sûr, de fortes disparités), ce qui donne aux auteurs une visibilité appréciable et permet aux livres d'être discutés en profondeur, voire d'être recensés pour la première fois, en attendant les comptes rendus de revues académiques.

À *Métropolitiques*, également, le nombre des lecteurs n'a cessé de progresser. Le premier mois de sa mise en ligne, en novembre 2010, la revue comptait moins de 4 000 lecteurs uniques ; en 2020, elle réunit plus de 13 500 abonnés à la newsletter et plus de 4 500 lecteurs uniques par jour.

Les articles les plus consultés sont généralement ceux qui éclairent les enjeux liés à l'actualité ou à des questions de fond de notre société. Ainsi, parmi les articles

publiés en 2019 et 2020, les plus lus concernent la crise des villes moyennes, la catastrophe de Lubrizol, le Hirak algérien, les débats sur la ville dense, la rénovation urbaine et le maintien de l'ordre préventif, et « comment parler pour sauver les arbres » (plus de 40 000 visites en moins d'un an). L'audience de ces articles, qui peut atteindre en quelques jours plusieurs milliers de lecteurs, est souvent liée à leur reprise par la presse, leur circulation sur les réseaux sociaux et leur diffusion par d'autres sites d'information.

À *Mondes sociaux*, sur l'ensemble de l'année 2019, on peut estimer que chaque mois notre lectorat est constitué d'un peu plus de 25 000 personnes, qui visitent le site près de 50 000 fois et consultent près de 140 000 pages.

Les articles qui « marchent bien » sont très variés. Ce sont soit ceux qui traitent de sujets « grand public » et d'actualité : la guerre de 1914-1918, notamment en raison des commémorations ; Bernard Maris, en raison des attentats de 2015 ; les articles liés d'une manière ou d'une autre à la sexualité et l'intime ; ceux sur l'histoire, l'identité et la mémoire. Ce sont d'autre part les articles touchant à des professions : l'ESR et le fonctionnariat ; le monde des bibliothèques.

Les contenus qui attirent le plus notre lectorat sont ceux qui sont relayés par des « leaders d'opinions » (groupes Facebook, individus pivots, tel Emmanuel Laurentin, etc.). Faute de relais, la lecture des articles peut être divisée par deux, ce qui induit une véritable dépendance de notre modèle éditorial à la diffusion.

Et connaissez-vous le profil de vos lecteurs ?

La Vie des idées a trois cercles de lecteurs, qui ne consultent pas nécessairement les mêmes contenus. Les enseignants-chercheurs, les chercheurs et les étudiants suivent l'actualité des livres et des idées et utilisent notamment les contenus du site dans le cadre de leurs cours et enseignements. Un deuxième cercle, auquel nous avons toujours été très attachés, est composé d'un lectorat éclairé, engagé et militant, issu du monde des associations, des syndicats et des ONG ; ce public lit surtout les essais en lien avec l'actualité, notamment lorsqu'ils apportent une lumière originale sur des mobilisations sociales de grande ampleur (autour des réformes successives des retraites, du droit du travail ou des minima sociaux, des réformes de l'Université, des réactions à la vague des attentats de 2015-2016, des débats sur le mariage homosexuel et l'égalité hommes-femmes, etc.). Enfin, la revue est lue par des journalistes, qui y trouvent des idées d'auteurs nouveaux à inviter, repèrent des recherches inédites et des essais novateurs. La revue joue, en somme, un rôle de caisse de résonance, en rendant visibles des travaux et des manières de penser le monde social qui peuvent ensuite trouver un écho plus large dans les médias généralistes (radios, presse quotidienne, autres sites internet, etc.).

Nous savons que 75 % de notre lectorat est basé en France. La revue est également lue dans le monde francophone : en Suisse, en Belgique, au Canada, en Algérie ou au Maroc. Notre portail anglophone, « Books and Ideas », est lui consulté depuis les États-Unis, mais aussi en Angleterre ou en Inde – ce qui reflète une part de nos choix éditoriaux : nous couvrons par exemple depuis dix ans les évolutions politiques, sociales et culturelles de l'Inde et de la Chine, par l'entremise d'Émilie Frenkiel et de Jules Naudet.

Clément Rivière, membre de la rédaction de *Métropolitiques*, a essayé d'enquêter précisément sur notre lectorat à partir des adresses électroniques des abonnés à la

Le Mouvement social, octobre 2019-mars 2020 © La Découverte

newsletter, dont un peu moins d'un tiers correspondait à des adresses professionnelles. Parmi celles-ci, si l'on considère les adresses abonnées entre octobre 2017 et mars 2019, 36,6 % appartiennent à des collectivités territoriales. Les adresses d'universitaires et d'étudiants constituent le deuxième groupe (18,6 %). Elles sont suivies par des membres d'associations, de syndicats, de collectifs de la société civile (13,6 %) et des représentants d'entreprises (11,5 %), de multinationales à des agences d'architectes et des bureaux d'études. Viennent ensuite les fonctionnaires des services de l'État, très nombreux notamment dans les services préfectoraux (11,3 %) et les organismes de logements sociaux (6,6 %). Enfin, les journalistes de la presse nationale et régionale – une centaine de nos abonnés – et les membres d'organisations internationales (Parlement européen, Unicef, etc.) constituent le dernier segment identifié (1 %).

À *Mondes sociaux*, le profil du public dépend du média utilisé. Le média texte (la majorité de nos articles), les podcasts et les films entendent toucher un public de pairs et un public intéressé par nos thèmes de recherche. Par facilité de langage, nous employons le terme « grand public », bien que nous ne soyons pas en mesure de le définir… On peut néanmoins essayer de le catégoriser en fonction de notre diffusion éditoriale : par exemple, les articles d'histoire qui sont repris en page de une de la plateforme Hypothèses sont vraisemblablement lus par son lectorat, qui semble être un public académique (étudiants en master, doctorants et chercheurs) ; en revanche, la diffusion par Facebook touche essentiellement des férus d'histoire (passionnés, enseignants du secondaire, etc.). On peut l'observer en regardant les profils des utilisateurs inscrits à ces groupes. Les mêmes particularités sont observées sur les autres réseaux sociaux. Cette catégorisation s'applique à tous nos thèmes, avec une spécificité : lorsque les articles traitent d'un thème concret (aménagement urbain d'Albi, gestion de l'eau dans les Pays de l'Adour, université, etc.), nous contactons directement les institutions concernées.

Les articles en anglais sont plus difficiles à promouvoir, mais touchent quand même un public ; nous sommes toutefois incapables pour le moment de l'identifier formellement. Enfin, les articles en espagnol sont trop récents pour que nous ayons un retour ; il est néanmoins certain que nous manquons encore de réseau pour les valoriser convenablement.

Le cas des vidéos Youtube et de la chaîne Avides de recherche (15 000 abonnés) est un peu différent et témoigne de la difficulté à trouver le ton juste pour vulgariser dans ces nouveaux formats. Alors que les vidéos de vulgarisation se multiplient sur Internet et que nous avons la chance de compter à Toulouse une docteure en histoire contemporaine qui tient une chaîne Youtube de première importance (C'est une autre histoire, 322 000 abonnés), il nous semblait important de tester ce format, notamment à destination des jeunes publics (18-35 ans). La ligne éditoriale est identique à celle du texte : Manon Bril ne présente que des articles de recherche déjà publiés, en les vulgarisant et en insérant des incrustations dans la vidéo pour illustrer le propos. Elle a été remplacée depuis novembre 2019 par Léa Bellot, docteure en sciences de la terre et des planètes.

Au début, nous étions très enthousiastes : les premières vidéos ont rapidement dépassé les 10 000 vues et les retours de la communauté étaient très positifs. Malheureusement, Youtube a changé en 2017 l'algorithme de valorisation des vidéos auprès de son public, ce qui a conduit à une érosion de la fréquentation.

Depuis, force est de constater que ce format peine à toucher une large audience : les six derniers mois, nos vidéos ont été vues entre 3 500 et 5 500 fois. Le gros de nos lecteurs, habitué aux textes, semble bouder ce format ; quant à la communauté de Manon, elle ne plébiscite guère ce type de vidéo, jugé plus complexe que son format « classique », et moins drôle. Nous ne sommes d'ailleurs pas les seuls à être confrontés à ce positionnement bancal : CNRS Images, produisant la chaîne Youtube Zestes de sciences avec des moyens bien plus importants (fond vert, illustrateurs, plusieurs vidéastes) plafonne lui aussi en nombre d'abonnés et de visionnages, avec durant les six derniers mois 27 000 abonnés et entre 2 000 et 7 000 vues par vidéo hors partenariats. En revanche, les retours des chercheurs sont très positifs : ils apprécient la mise en valeur de leurs recherches et la possibilité de les présenter en renvoyant à la vidéo.

Avez-vous une politique pour conserver et fidéliser, voire accroître, votre lectorat ?

Le premier outil, classique, de fidélisation de *La Vie des idées* est notre newsletter et ses 26 000 abonnés. Depuis plusieurs années, comme partout ailleurs, les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram, Linkedin) jouent un rôle fondamental. De ce fait, les tâches de « communication » assurées par le secrétariat de rédaction ont évolué à mesure que se transformait l'espace numérique. Il y a dix ans, tout l'enjeu consistait à échanger des liens hypertextes avec d'autres sites, à se faire connaître via des reprises et citations dans les médias « grand public ». L'impact des réseaux sociaux est aujourd'hui beaucoup plus fort, et produit des effets d'agrégation accélérée sur certains textes que seules des mentions sur des sites comme celui du jornal *Le Monde* ou des blogs très populaires permettaient naguère d'obtenir. Les textes appropriés par des communautés militantes connaissent aujourd'hui une vitesse de diffusion inédite.

Mais l'extension du lectorat passe aussi par une réflexion constante sur les formats et les contenus éditoriaux. Nous avons par exemple créé en 2013, en partenariat avec les Presses universitaires de France, une collection de livres, coordonnée par Nicolas Duvoux et Ariel Suhamy, qui prolonge et enrichit les publications du site. L'exhaustivité n'est bien sûr ni souhaitable ni réaliste. En revanche, il est possible d'attirer de nouveaux lecteurs en variant les thèmes et les approches. Les articles que nous avons consacrés à la musique (hard-rock, classique, musiques noires, etc.), à l'architecture (essai sur Peter Zumthor, entretien avec Jacques Ferrier, entretien avec Michel Virlogeux sur « l'esprit des ponts ») ou à l'art contemporain ont reçu un très bon écho, au-delà des cercles habituels. Les sciences sociales se sont fortement emparées de la culture populaire, qu'il s'agisse des séries, du cinéma ou de la bande dessinée. C'est un type de textes que nous avons faits par le passé (par exemple lors du décès de Michael Jackson en 2009) et que nous aimerions amplifier à l'avenir, notamment en encourageant d'autres types d'écritures, un peu moins académiques et plus ouvertes à l'expérimentation. Nous nous tournons également, le plus possible, vers les sciences exactes, dont nous essayons de rendre compte de manière non technique et dans l'interaction qu'elles nouent avec les sciences humaines et sociales.

Pour tenter de fidéliser et développer son lectorat, le comité de rédaction de *Métropolitiques* s'attache notamment à mettre en place des collaborations avec ses partenaires, en suscitant des dossiers qui puissent les éclairer sur leurs pratiques et leurs activités. L'année dernière, la revue a expérimenté une nouvelle activité :

Le Mouvement social, octobre 2019-mars 2020 © La Découverte

l'organisation d'une école d'été sur la thématique des « fractures territoriales », ouverte aux fonctionnaires, en collaboration avec le CNFPT. Le croisement des points de vue des chercheurs et des administrateurs territoriaux, au cœur du projet de la revue, était ainsi mis en œuvre de manière très concrète. Ces trois journées ont contribué à faire connaître la revue dans ce milieu professionnel.

Mondes sociaux a fait le choix de développer une politique d'animation éditoriale « agressive », collant à l'actualité quand c'était possible, et d'investir massivement les réseaux sociaux. En effet, le numérique rétrécit l'espace et accélère le temps : ce qui est mis en ligne peut atteindre plusieurs types de public en un temps record et à différentes échelles, y compris mondiale. Mais l'erreur serait de penser qu'il suffit de mettre en ligne pour que ça circule. Les publics ne sont jamais donnés, ils sont toujours construits ; ce qui suppose une stratégie, des dispositifs, des interactions, des médiations qui s'inscrivent dans le temps long.

Notre *community manager* publie tous les jours un article ancien sur les comptes propres du magazine, mis en ligne sur les réseaux sociaux (Facebook et Twitter), mais aussi sur d'autres pages et des groupes Facebook intéressés. Par exemple, l'article « Quand des femmes étaient internées dans des camps réservés… » a d'abord été présenté sur la page Facebook du magazine, puis partagé 121 fois dans les groupes comme « Droits des femmes et bonnes nouvelles ! », « L'histoire par les femmes » ou encore « Genre, politique et sexualité ». La même activité est reproduite sur Twitter, Linkedin, Tumblr, Seenthis, Diaspora et Reddit. Depuis peu, nous expérimentons aussi une présence sur Instagram, en utilisant les *stories* proposées par la plateforme. Pour parvenir à cette très large diffusion, nous avons pris le temps d'identifier et de répertorier tous les groupes sociaux susceptibles d'être intéressés par chacun de nos articles. Extrêmement chronophage, cette étape est pourtant essentielle : la majorité de nos lecteurs n'arrive pas sur un article à partir de nos propres comptes sur les réseaux sociaux, mais bien à partir des partages et retweets effectués dans les groupes thématiques.

Cette politique de diffusion souffre toutefois d'une faiblesse majeure : nous sommes dépendants de Facebook, plus que de tout autre réseau social. À l'acmé de notre diffusion, en mai-juin 2018, près de 60 % de nos visiteurs nous parvenaient par les réseaux sociaux, dont 90-95 % par Facebook. Or en mai 2018, Facebook a changé son algorithme pour promouvoir les interactions d'humains à humains, et non plus d'humains à pages ou groupes. La conséquence n'a pas été immédiate, mais pour *Mondes sociaux* comme pour les groupes de presse et le reste de la plateforme Hypothèses, la fréquentation du site s'est effondrée : en mai-juin 2018, la revue comptait près de 61 000 visiteurs différents, qui visitaient 96 000 fois le site et lisaient près de 150 000 pages ; à l'heure actuelle, nous oscillons entre 20 000 et 30 000 visiteurs différents par mois, pour 40 000 à 50 000 visites et environ 140 000 pages vues. Force est de constater que cet étiage est parti pour durer et que ce nombre de visiteurs représente le lectorat fidèle de *Mondes sociaux*, selon le principe de la conversation silencieuse théorisé par Marin Dacos.

Pour lutter contre cette érosion, nous avons lancé une refonte graphique correspondant en partie à une modification de la ligne éditoriale initiale. Alors que nous souhaitions auparavant que les lecteurs viennent lire un article avant d'éventuellement en lire un autre sur le magazine, nous souhaitons à présent qu'ils viennent sur la page d'accueil consulter les articles mis en une. Nous proposons donc une

page de une différente chaque semaine, alternant entre nouvelles publications et dossiers thématiques. Enfin, nous avons aussi catégorisé différemment nos articles, regroupant sous des thèmes communs l'ensemble de nos publications.

Pour récupérer des textes ou diffuser plus largement les travaux des publiants, nous continuons à passer des partenariats avec des revues (*Entre-Temps*, *L'Histoire*, *Les Clionautes*, *Territorios*…), des maisons d'éditions (Presses universitaires du Midi, MKF Éditions, Prohistoria), une librairie (Ombres blanches), un festival (L'Histoire à venir), des institutions (CNRS Images, le CEREQ, le Centre d'histoire sociale des mondes contemporains, la Forge numérique de la MSH de Caen)… Certains partenariats servent à légitimer le magazine auprès des tutelles, donc des chercheurs : l'Université fédérale de Toulouse Midi-Pyrénées, la MSHS de Toulouse ou le CNRS ; ils servent essentiellement de relais de diffusion dans leurs réseaux, via leurs listes de diffusion ou leurs réseaux sociaux.

Ces revues sont-elles un lieu de dialogue avec le public ?

Nous avons expérimenté il y a quelques années, à *La Vie des idées*, une fonction « commentaire ». Mais le résultat a été plutôt limité (peu de commentaires postés), si bien que nous l'avons abandonnée. Les réactions des lecteurs passent par d'autres canaux : nous recevons des messages sur la boîte du secrétariat de rédaction, et les réseaux sociaux sont devenus un lieu essentiel de réaction et de discussion. Lorsque des lecteurs expriment des désaccords, nous les invitons parfois à développer leur argumentation sous la forme d'un texte à part entière, que le comité évalue et édite selon les mêmes critères que tous les textes publiés. Dans *La Vie des idées*, on répond donc à un article… par un autre article. Cela correspond à notre exigence éditoriale, même si – revers de la médaille – cela ne permet pas d'ouvrir la discussion à tous les types de public. Construire les termes d'une véritable discussion intellectuelle, rigoureuse et courtoise, entre des lecteurs et des auteurs qui se respectent est en soi une gageure.

À *Métropolitiques*, à l'origine, le parti pris était de permettre sans restriction l'ouverture aux commentaires des lecteurs, sans les modérer (sinon a posteriori), afin de susciter un dialogue avec les auteurs et enrichir les débats. Les commentaires restent cependant rares. Le projet de la revue repose plutôt sur la volonté de faire dialoguer les articles entre eux. Cela consiste principalement à inviter des auteurs à répondre à un article publié. L'objectif n'est pas d'éditer des articles antagonistes et de créer de vaines polémiques, mais plutôt de publier des points de vue complémentaires ou décalés sur un même sujet.

À *Mondes sociaux* également, les réactions sous forme de commentaires sont assez rares. Sur les 1 739 commentaires, l'immense majorité sont des pings [outils d'administration, ndlr]. Il y a quelques exceptions, comme l'article « Les racines historiques du système français d'enseignement supérieur et de recherche » (https://sms.hypotheses.org/1170), qui a donné lieu à des commentaires de plus de 10 000 signes et un article quelque temps plus tard, « Ce que nos universités doivent au Moyen Âge » (https://sms.hypotheses.org/5546). Les lecteurs intéressés utilisent cette fonctionnalité pour demander des précisions, donner un témoignage ou entrer en contact avec l'auteur.

Mais, dans l'ensemble, le dialogue est plutôt déporté du côté des réseaux sociaux ; et il est souvent sans grand intérêt. Les usagers commentent brièvement les articles

Le Mouvement social, octobre 2019-mars 2020 © La Découverte

en s'adonnant au commérage, à la dénonciation et à l'échange d'informations. En somme, l'aspect dialogue avec le public reste assez limité.

La traduction en anglais (voire en espagnol) est-elle un outil de diffusion qui fonctionne ?

La Vie des idées dispose depuis plusieurs années d'un portail anglophone (https://booksandideas.net), sur lequel nous publions, à raison de deux à trois textes par semaine, des articles inédits et des traductions de contenus parus sur *La Vie des idées*. L'objectif est double : permettre au lectorat français à l'aise avec l'anglais de prendre connaissance de travaux et de chercheurs étrangers, dont on ne parle pas encore, ou peu, dans l'espace public francophone, et faire connaître au public anglophone une partie de la production intellectuelle française. Ce portail représente aujourd'hui près de 15 % de l'ensemble des connexions à notre site. Permettre aux auteurs étrangers d'écrire directement en anglais (ou de répondre à nos questions en anglais, pour un entretien) est crucial pour les convaincre d'écrire, d'autant que nous publions ensuite souvent des versions traduites en français de leurs textes sur *La Vie des idées*. C'est ainsi que nous avons pu faire connaître à notre lectorat, dans le domaine de l'histoire et de la sociologie par exemple, des figures telles que Isaac Martin (sur le *Welfare State* aux États-Unis), Linsey McGoey (sur la philanthropie), Shamus Khan (sur la reproduction des élites américaines) ou Maud Mandel (sur les relations entre juifs et musulmans dans l'histoire française) ; ou mener des entretiens avec des intellectuels reconnus (Howard Becker, Judith Butler, Carlo Ginzburg…). Pour nos auteurs français, l'existence du site anglophone ouvre aussi la perspective d'une traduction vers l'anglais de leur article : nous ne pouvons bien sûr pas le faire pour tous les textes, pour des raisons budgétaires, mais le volume de textes que nous traduisons du français vers l'anglais est important.

Métropolitiques avait le projet de traduire les articles du français vers l'anglais pour sortir du débat hexagonal et faire connaître celui-ci hors du monde francophone. Par ailleurs, nous avons toujours publié les articles dans la langue dans laquelle ils étaient écrits (parfois espagnol ou portugais, par exemple) et traduits en français ou en anglais. Ce plurilinguisme est toutefois limité car, de fait, les commandes d'articles dans des langues autres que l'anglais et le français sont peu nombreuses, et posent des problèmes d'édition spécifiques.

En décembre 2014, *Métropolitiques* s'est adjoint une rédaction new-yorkaise, à l'initiative de Stéphane Tonnelat, qui était alors en poste dans un laboratoire new-yorkais. Il s'agissait d'ouvrir la revue, d'éviter qu'elle ne se perde dans des débats académiques ou techniques franco-français, de nourrir la réflexion par le croisement des approches, de contribuer au développement des échanges intellectuels transatlantiques. Aujourd'hui, *Métropolitiques* publie des articles en français et *Metropolitics* publie en anglais des articles originellement écrits en anglais et d'autres traduits du français. Certains articles (une minorité) sont donc publiés par les deux rédactions. Nous traduisons les articles dont nous pensons qu'ils sont susceptibles d'intéresser des personnes extérieures à la réalité politique et universitaire française. Aujourd'hui, sur ses 4 500 lecteurs quotidiens, un quart est anglophone.

À *Mondes sociaux*, la traduction des articles en anglais répond à un constat : les altmétrics [mesures alternatives d'impact, ndlr] mentionnent un lectorat étranger

important. Nous avons donc fait le choix de traduire des articles « universels », dont l'objet n'est pas exclusivement franco-français, pour les diffuser auprès de ce lectorat. L'outil fonctionne et les auteurs sont ravis quand ils découvrent leur publication traduite.

Quels auteurs ?

À l'origine de *La Vie des idées*, en 2007-2008, trouver des auteurs était une tâche difficile, qui demandait beaucoup de temps et de persuasion. Écrire pour une revue entièrement en ligne n'était pas chose courante pour les chercheurs et universitaires français. La publication électronique suscitait crainte et scepticisme, à une époque où le sérieux et la rigueur étaient encore vus comme un privilège du papier. Dix ans plus tard, le paysage et les habitudes d'écriture ont considérablement évolué et la réputation des revues numériques s'est installée. *La Vie des idées* a publié à ce jour 4 200 articles (essais, recensions, entretiens, etc.), rédigés par plus de 2 100 auteurs issus d'horizons et de disciplines très variés. Un des enjeux, que nous avions bien identifié dès le départ, était de prouver que l'on peut appliquer à la publication en ligne les critères de rigueur et de qualité qui font depuis toujours la réputation des revues papier. C'est pourquoi les textes que nous publions sont fortement édités : il s'agit bien de « faire revue », et non simplement de poster en ligne des contenus écrits au fil de la plume. Le mélange intergénérationnel est un objectif essentiel : depuis le début, nous nous efforçons de faire coexister de jeunes auteurs et des plumes confirmées, des doctorants et des chercheurs internationalement reconnus. L'égalité d'accès, dès lors que les critères d'édition sont bien respectés, est une valeur que nous avons à cœur de promouvoir. C'est tout le sens d'une revue de ce type, rétive aux arguments d'autorité ou aux jeux d'influence. Mais cela suppose un travail et une vigilance de tous les instants.

Le projet à l'origine de *Métropolitiques* impliquait de mobiliser des auteurs d'horizons professionnels et disciplinaires multiples. Les universitaires de toutes les disciplines des sciences sociales et au-delà avaient vocation à écrire dans la revue, ainsi que les professionnels de l'urbain, de l'architecture et des politiques territoriales, les élus, les militants associatifs, etc. Aujourd'hui, nos auteurs sont en premier lieu des universitaires. Nous constatons – et déplorons – la difficulté à convaincre les autres professions, dont ce n'est pas le métier, d'écrire. Les raisons en sont multiples. D'abord, dans la tradition des revues académiques, nous ne rémunérons pas nos auteurs. Par ailleurs, certains professionnels, relevant de la fonction publique, ont un devoir de réserve. En outre et surtout, la rédaction de la revue étant (à une exception) composée de chercheurs et enseignants-chercheurs, sa culture rédactionnelle est une culture universitaire ; s'ouvrir à d'autres formes d'écriture ou d'argumentation ne répondant pas aux critères académiques n'est pas chose aisée. Cette question revient périodiquement dans nos discussions et nous poursuivons notre effort pour diversifier nos auteurs.

Les auteurs de *Mondes sociaux* sont majoritairement des enseignants-chercheurs français. Nous n'avons plus de difficultés à trouver des contributeurs et contributrices, mais nous devons tout de même aller les chercher. Rares sont les propositions qui nous parviennent sans avoir été sollicitées. Mais, à la différence des débuts, nous n'avons plus à présenter le magazine ni à justifier de l'intérêt à publier chez nous.

Le Mouvement social, octobre 2019-mars 2020 © La Découverte

Écritures

Quelle importance accordez-vous au style d'écriture ? Intervenez-vous sur les textes pour vous assurer de leur lisibilité par un public plus large que les universitaires ?

Le secrétariat de rédaction de *La Vie des idées*, que coordonnent Ariel Suhamy et Catherine Guesde, accorde une attention particulière aux termes employés dans les articles. Nous essayons d'éviter le recours à des concepts trop pointus ou jargonnants dès lors que des alternatives existent dans le langage commun. Pour les recensions, nous demandons à nos auteurs de prendre le temps d'exposer le contenu et la méthode des ouvrages discutés, en les resituant aussi clairement que possible dans leur champ d'origine avant d'ouvrir la discussion critique. La différence avec une revue scientifique tient au niveau d'information qu'on estime connu par les lecteurs : entre pairs, on part du principe que l'histoire d'une discipline, les tenants et aboutissants d'une controverse fondatrice, tel nom canonique font partie du « bagage commun », qu'il est donc inutile d'expliciter. Pour les revues de diffusion, il faut présenter en même temps une thèse et les clés pour la comprendre. C'est un exercice d'écriture qui n'est pas simple. C'est aussi pour cela que nous parlons davantage de « recensions » que de « comptes rendus », même si les deux termes peuvent paraître équivalents. Les recensions parlent des livres et ouvrent le débat ; elles sont un maillon essentiel de la vie intellectuelle, pas seulement du point de vue de la réception, mais aussi de la clarification des débats et des divergences d'interprétation. Il n'y a, en définitive, rien de plus difficile que d'exposer calmement et clairement un argument critique : c'est ce à quoi nous aimons travailler avec nos auteurs.

La rédaction de *Métropolitiques* est également très interventionniste. Pour éclairer les enjeux contemporains et être lu par le plus grand nombre, il y a un style propre que les auteurs doivent accepter. Ainsi, l'état de l'art de la question, étape obligée de l'introduction d'une publication universitaire, n'a a priori pas sa place dans le cadre de notre revue. La problématique doit être construite sur une question sociale, et non sur un débat académique ou une controverse disciplinaire. Pour que le lecteur d'un article de *Métropolitiques* ait envie de poursuivre sa lecture au-delà des premières lignes, celles-ci doivent donner immédiatement les grandes idées de la contribution avant de les développer de façon synthétique et accessible.

L'écriture est également très différente d'une écriture académique à *Mondes sociaux*. Cela s'explique par deux raisons : le public n'est pas exclusivement un public de pairs, et le support numérique comporte ses propres contraintes. Réaliser un magazine en ligne implique en effet une réflexion sur le format des articles et les spécificités de la lecture sur écran (contraintes techniques et usages des publics), donc le type d'écriture à déployer.

Le premier élément à avoir été pris en compte concerne la rapidité de la lecture en ligne : puisque l'article est proposé à partir d'une requête Google ou par les réseaux sociaux, les lecteurs effectuent une première lecture rapide et en diagonale avant d'éventuellement repartir. L'éditorialisation des articles propose donc un titre attractif (bref, interrogateur ou volontairement provocateur), un chapeau introductif résumant le propos, un texte bref (10 000 signes) et des intertitres scandant le texte. Le choix du nombre n'est pas une valeur absolue, mais si le texte est trop long

(au-delà de 12 000 signes ; et de 8 minutes pour la vidéo), nous avons observé que les lecteurs décrochent ; inversement, si le texte est trop court, il devient difficile d'écrire un contenu qualitatif. Dans ces conditions, les articles doivent être succincts et délivrer une information aboutie et inédite sur le sujet, avec des clés pour approfondir les notions abordées. Ce qui permet de présenter un résultat de recherche et de renvoyer le lecteur voulant en savoir plus à la publication originelle.

Par ailleurs, le texte n'est volontairement pas justifié, pour fournir au lecteur des repères dans l'espace. La lecture sur écran induit en effet une désorientation cognitive : l'œil n'a pas de marques pour se repérer comme sur une revue papier dotée de marges, de numéros de pages et d'en-têtes. Le décrochage des lignes favorise donc la spatialisation de la lecture et améliore le confort du lecteur. De même, la dernière refonte de notre charte graphique intègre les retours de la communauté et propose une lecture épurée de tout ce qui pourrait distraire le lecteur (colonnes chargées, gifs [formats d'échange d'images, ndlr] omniprésents, colonnage trop serré, typographie avec empattement, couleur trop grise de la police, etc.).

Un autre élément concerne la vulgarisation du propos scientifique : afin d'être compréhensible par des non-spécialistes, le vocabulaire spécialisé est banni, de même que les titres « académiques », les concepts ou les méthodes. Ces derniers sont indiqués dans le texte et adossés à des liens hypertextes : le lecteur curieux ira se référer aux descriptions fournies par les liens. Et quand une vidéo/un podcast est disponible, nous l'embarquons directement dans l'article pour l'enrichir de contenus multimédias – ayant constaté que les chercheurs parviennent plus facilement à vulgariser leur propos à l'oral qu'à l'écrit. De même, l'apparat critique (notes de bas de pages et bibliographie) est à peu près inexistant ; il est remplacé par des liens hypertextes, ou limité à un faible nombre de références.

Enfin, quelle part représentent, dans vos contenus, les écritures « non textuelles » ? Pensez-vous qu'elles méritent d'être investies plus largement par les chercheurs ?

Les entretiens vidéo sont présents sur le site de *La Vie des idées* depuis ses origines, et ont toujours plutôt bien fonctionné en termes de consultation. Nous avons régulièrement travaillé tant sur le versant technique des enregistrements (qualité du matériel, prises de vues, montage) que sur le versant éditorial (brièveté des questions, durée des entretiens, alternance entre des formats longs d'entretien et des formats plus courts sur le modèle « Trois questions à… »). Le plus souvent, nous accompagnons la mise en ligne de la vidéo d'une retranscription écrite, pour que chaque lecteur puisse y trouver son compte.

Pour les essais et entretiens, nous essayons dans la mesure du possible d'enrichir le texte par l'insertion de vidéos, de graphiques ou d'images, avec la contrainte habituelle portant sur les droits et l'accessibilité des données. Pour des essais consacrés à la musique, par exemple, la possibilité d'insérer des liens vers des clips ou des podcasts est essentielle. Mais on peut aussi trouver des images d'archives pour illustrer un essai plus classique.

Plus récemment, nous avons créé, à l'initiative de Catherine Guesde et de Pauline Peretz, une chaîne de podcasts intitulée La Voix des idées. Il s'agit d'aller à la rencontre d'intellectuels, d'artistes ou d'archivistes sur les lieux mêmes de leur création, pour les faire réagir de manière vivante et interactive aux enjeux concrets,

Le Mouvement social, octobre 2019-mars 2020 © La Découverte

matériels et humains de leur travail. Cette recherche de nouveaux formats, en lien avec l'évolution plus large des contenus sur Internet, est un objectif crucial pour les prochaines années.

Le format électronique offre des possibilités immenses en termes d'image, de son, etc. *Métropolitiques* a toujours eu l'ambition de les exploiter et d'expérimenter des formats hybrides. Nous avons par exemple publié une série d'articles, constitués chacun de photographies, au service desquelles un second auteur (pas celui des photographies) écrivait un texte. Il s'agissait d'inverser la hiérarchie habituelle entre image et texte dans le propos de l'article. De la même manière, quelques articles renvoient à des documentaires. Nous avons essayé des vidéos de promenades commentées. Toutefois, à l'heure actuelle, force est de constater que notre usage des images et des autres médias non textuels reste très limité. Outre l'image-vignette, qui accompagne et identifie chaque article, l'usage des images est largement cantonné à la fonction d'illustration de textes écrits, sauf quand des images – généralement des photographies – sont l'objet de l'article. Quant à la vidéo, elle est presque exclusivement utilisée pour des entretiens filmés en plan fixe.

Cet usage limité des médias autres que l'écrit revient souvent dans nos débats. L'évolution viendra sans doute de l'impulsion d'individus capables et désireux de la promouvoir au sein de la rédaction. La réflexion est en cours !

À *Mondes sociaux*, en revanche, les écritures « non textuelles » représentent une part importante du contenu : podcasts audio/vidéo, films recherche, vidéos Youtube. Sur les dix publications mensuelles, on compte deux podcasts, un film et une vidéo Youtube.

Qu'il s'agisse de films recherche ou de vidéos Youtube, la philosophie reste identique : expérimenter de nouvelles formes de narration. Les films recherche sont un bon exemple de ces nouvelles formes d'écriture et de narration : ils constituent la matière de la recherche dont le chercheur rend compte, à l'image d'un rapport ou d'un article. Mais à la différence du texte, ils donnent à voir et à entendre les résultats de l'analyse ou les témoignages utilisés. Leur nature même constitue un excellent média dans une société avide de consommation visuelle. Ils n'ont donc guère tardé à trouver leur place sur le site et à être consultés autant que nos articles textuels.

Il faut ajouter que, dès l'origine, un soin particulier a été apporté au choix des images illustrant l'écriture des articles : on rentre dans un article autant par son titre que par l'illustration qui l'accompagne. C'est d'autant plus vrai dans le cas d'un magazine de vulgarisation. Nous avons progressivement évolué vers une ligne éditoriale décalée, renforcée par le partenariat avec un dessinateur de presse. L'ajout de gifs animés, d'images rebondissant sur un mot plutôt qu'illustrant un propos, de jeux de mots, etc., permettent d'atténuer le sérieux de l'article, d'intriguer le lecteur ou de le divertir, bref, de lui donner envie de lire le contenu. En fait, *Mondes sociaux* est sérieux sur le fond et moins sur la forme !