



Modèle pour un journalisme
culturel dans la Suisse plurilingue

Auteur: Beat Mazenauer

Mandaté par l'association « ch-intercultur »

Déclaration d'intention

Les médias traditionnels sont soumis à une pression massive, de sorte que la couverture des événements culturels dans les journaux ne cesse de décroître. Le projet plurilingue « Culture en ligne » entend répondre à cette situation en proposant sur Internet des articles de fond bien documentés et circonstanciés sur les arts et la culture.

La culture est un élément constitutif de notre société, et la promotion culturelle en tient compte. Mais si l'on veut prendre au sérieux la production culturelle, il faut la soumettre au questionnement et à la réflexion. C'est pourquoi la couverture médiatique des événements culturels est si importante.

« Culture en ligne » est conçu comme un projet basé sur la coopération avec des partenaires existants, visant à augmenter la portée des contributions culturelles. Dans son service de base, « Culture en ligne » est librement accessible à tous les utilisateurs.



Situation de départ

La presse écrite est en crise, son modèle économique s'effondre. D'une part, ses recettes publicitaires diminuent, d'autre part, elle perd des abonnés. En conséquence, des fusions éditoriales ont lieu pour former des titres avec des rédactions régionales réduites qui n'accordent guère d'attention à la culture. Cela ne reste pas sans conséquences pour les rubriques culturelles qui sont de plus en plus souvent dissoutes et intégrées dans des catégories telles que « société » ou « vie ». Le journalisme culturel critique, dans la mesure où il n'obéit pas au stimulus des clics de l'émotion et de l'excitation, prend du recul. À l'inverse, de nouveaux formats dynamiques émergent : ils restent cependant, coincés dans des « niches » et donc invisibles.

Avec le projet « Culture en ligne », ch-intercultur (issue du Schweizer Feuilletondienst SFD) tente d'une part, de créer une alternative complémentaire au journalisme culturel des médias suisses, devenu de plus en plus sommaire et superficiel, d'autre part, d'apporter une meilleure visibilité aux niches culturelles.

La vieille idée d'une agence

Avec le projet « Culture en ligne » sur Internet, un nouveau service est à l'étude, qui offre un large éventail de reportages et de critiques approfondis sur l'actualité culturelle sous forme de comptes rendus et d'articles de fond. « Culture en ligne » s'adresse à un public intéressé par la culture, mais qui a du mal à trouver du temps pour la culture, notamment parce qu'il n'est pas facile de s'orienter dans l'abondance des offres culturelles.

L'accent est mis sur le texte, mais l'élargissement créatif de la palette médiatique en direction des podcasts et de la vidéo est l'un de nos objectifs importants.

« Culture en ligne » est une agence de journalisme culturel de haute qualité, un média concomitant essentiel pour la vie culturelle diversifiée en Suisse.

« Culture en ligne » est conçu comme un média en ligne librement accessible dans lequel les événements et la création culturels sont soumis à une réflexion informative et critique, mettant en lumière leurs contextes. La structure de « Culture en ligne » adopte un modèle coopératif avec une rédaction centrale qui travaille avec des partenaires dans des « niches » locales, régionales et catégorielles. L'équipe de la rédaction plurilingue produit ses propres contributions, complétées dans le canal culture par les contributions des partenaires, qui peuvent à leur tour intégrer librement les contributions du service central dans leurs offres.

« Culture en ligne » prend en compte tous les secteurs culturels sans réserve et sans parti pris et éclaire également les questions de politique culturelle. L'accent est mis sur la Suisse, sans exclure complètement les pays voisins. Une attention particulière est accordée à la qualité et à la profondeur d'analyse, d'une part, et à l'échange intensif entre les régions linguistiques, d'autre part.

« Culture en ligne » réanime l'idée éprouvée d'une agence culturelle en misant sur de nouveaux moyens pour permettre aux personnes intéressées à la vie culturelle d'en acquérir une vue d'ensemble.

L'application est optimisée pour les smartphones ou les tablettes. Elle fonctionne sur la base d'une plateforme communautaire sur laquelle les partenaires peuvent aussi échanger du contenu entre eux et ainsi obtenir des effets de synergie. Ainsi, le canal culturel combine un journalisme imprimé, axé sur les textes, avec un journalisme web vivant et moderne qui ne se limite pas à faire augmenter les clics. Les médias sociaux, les

formes expérimentales, vidéo, podcast et les événements en direct complètent le format plus classique. Dans ce contexte, le projet prévoit également de mener des recherches pour développer les différentes formes de critique culturelle.

La culture comme bien public

La culture a une importance primordiale. Au sens large, elle représente notre société et assure sa cohésion. Dans un sens plus étroit, elle assume la fonction d'une instance critique. Cependant, si la culture doit fonctionner comme un vecteur critique, elle doit aussi se soumettre elle-même à la réflexion critique. C'est la tâche de la critique culturelle.

« Culture en ligne » préserve les ressources que la critique culturelle a accumulées dans le passé. « Culture en ligne » élabore dans un « laboratoire » ce dont la critique culturelle aura besoin à l'avenir.

La critique culturelle est la réponse à la production artistique, elle lui donne un écho et l'inscrit dans un cadre plus large. Prendre la culture et les arts au sérieux signifie les aborder de manière à la fois constructive et critique. Cela exige une critique culturelle vivante, ouverte et argumentée qui non seulement observe à distance mais fait (à son tour) partie des discours culturels et sociaux. De cette manière, la culture, l'art et la critique culturelle s'acquittent ensemble de leur responsabilité sociale. « Culture en ligne » poursuit un concept ouvert sur la culture au sens large. Outre les domaines artistiques classiques, le projet inclut également des manifestations culturelles populaires, comme par exemple la musique rock, la culture des bandes dessinées ou encore des médias interactifs. « Culture en ligne » a pour principe de rendre également compte de productions et d'événements qui sont rarement mentionnés dans le courant dominant du journalisme culturel. L'essentiel est la perspective,

qui est orientée d'un point de vue culturel vers les événements et les circonstances sociales et politiques.

Accès libre

Le rôle important de la culture dans la vie publique de notre démocratie et sa situation économique difficile nécessitent que le journalisme culturel doit être en principe librement accessible. Cela signifie que, dans son service de base, « Culture en ligne » renonce aux abonnements et aux inscriptions. En revanche, l'accès premium donnant un droit d'utilisation des archives sera payant. Des offres spéciales et une association de bienfaiteurs contribueront au financement.

« Culture en ligne » est une prestation destinée à toute personne qui s'intéresse à la culture et cherche à s'y orienter. Il s'adresse en particulier aux producteurs et aux institutions du domaine culturel qui ont de moins en moins de retour sur leur travail par des commentaires et des analyses de fond. L'accès libre comprend également une fonction permettant aux usagers de publier leurs commentaires, soumis au contrôle d'une rédaction.

« Culture en ligne » veut rester indépendant et critique, c'est pourquoi il s'abstiendra en principe de faire de la publicité. La publicité peut cependant être autorisée si elle est purement culturelle — un règlement statutaire devra clarifier cet aspect aussi précisément que possible et en garantir la transparence.

Une attention particulière est accordé aux questions de droits d'auteur, dont le respect est une priorité absolue.

Multilinguisme

La Suisse est un pays plurilingue, l'allemand, le français, l'italien et le romanche sont les quatre langues nationales parlées sur le territoire. Une culture suisse reposant sur des valeurs et des tâches communes ne peut

être que multilingue. Par conséquent, « Culture en ligne » s’attachera à promouvoir tout spécialement la compréhension réciproque et les échanges entre les quatre langues et leurs cultures. Des journalistes culturels chevronnés rendront compte des productions et événements culturels dans toutes les régions linguistiques, des traductrices et traducteurs traduiront les articles, jetant ainsi des passerelles entre les diverses langues. Les sensibilités et caractéristiques respectives seront prises en compte.

« Culture en ligne » entretiendra le multilinguisme avec un soin particulier et encouragera la participation culturelle par-delà les frontières linguistiques.

Il est d’une importance capitale que « Culture en ligne » soit présent et accepté dans toutes les cultures. Cela doit être évident tant au niveau de la rédaction qu’à celui des partenaires — et bien sûr dans les contributions elles-mêmes. En accord avec ce principe, il est important que dès la phase de projet, des représentantes et représentants des quatre cultures linguistiques collaborent intensivement les uns avec les autres.

Préserver et renouveler

La critique culturelle telle que nous la concevons aujourd’hui repose sur une conception qui remonte au XXe siècle, une conception textuelle et visuelle pré-numérique. Elle doit donc être développée davantage afin qu’une jeune génération puisse y trouver un nouvel accès. Le mentorat et la formation sont des instruments importants à cet effet. Il est clair que la critique culturelle doit se réorienter, en particulier sous les signes actuels de crise, et pour cela elle doit s’adapter aux jeunes générations. Ce faisant, il faut poursuivre la réflexion non seulement sur les formats, mais aussi sur les contenus.

Pour cette raison, « Culture en ligne » mettra en place un « laboratoire » qui servira d'espace de réflexion et d'expérimentations et sera ouvert à de petits groupes dans la perspective d'une coopération entre le laboratoire et la chaîne culturelle. Ce laboratoire développe également des outils permettant aux usagers des médias sociaux de les utiliser de manière créative sans en devenir dépendants.

Opportunités et risques

Opportunités

- **Focus CH.** Le moment est propice au lancement d'une initiative comme « Culture en ligne ». Les médias traditionnels sont sous pression, les médias mondiaux ne s'intéressent guère aux préoccupations spécifiques de la Suisse et de nombreuses petites initiatives souhaitent améliorer la visibilité de leurs réalisations.
- **Multilinguisme.** Le multilinguisme offre la possibilité de relier les cultures suisses par-delà les frontières linguistiques et de rendre ainsi visibles leurs qualités spécifiques.
- **Critique culturelle.** La collecte et le regroupement d'articles culturels offrent la possibilité d'établir « Culture en ligne » comme label garantissant une critique culturelle de qualité.
- **Concept élargi.** Le concept élargi de culture relie des secteurs qui n'ont souvent que peu de points de contact en commun. En facilitant l'accès aux phénomènes marginaux et de niche, « Culture en ligne » favorise la diversité culturelle.
- **Espace d'innovation et de réflexion.** Le « laboratoire » de son côté donne au journalisme culturel une vitalité et une diversité nouvelles.
- **Orientation.** L'immense variété des manifestations culturelles nécessite un « outil » qui aide les consommateurs de culture à s'orienter et les producteurs à rester visibles.

- **Valeur de culture.** La culture redevient un facteur élémentaire de la vie sociale et peut être reconnue et vécue.
- **Formation.** culture-en-ligne contribue à promouvoir la relève dans le journalisme culturel.
- **Mémoire culturelle.** Les archives de culture-en-ligne seront également une mémoire culturelle.

Risques et défis

- **Compréhension.** La compréhension entre les langues ainsi qu'entre les régions du pays échoue. Nous ne parvenons pas à combler les différences de culture malgré tous nos efforts ciblés.
- **Production.** Le projet « Culture en ligne » n'a pas d'envergure suffisante pour répondre aux exigences (trop) élevées et pour produire la quantité de contributions nécessaire et rendre la chaîne culturelle intéressante pour les « consommateurs ».
- **Concurrence.** « Culture en ligne » n'est pas en mesure de s'imposer face à la concurrence de Google, de Facebook ou d'outils encore inconnus, car ceux-ci reflètent apparemment mieux les habitudes d'utilisation numérique.
- **Financement.** Le projet et / ou l'exploitation de « Culture en ligne » ne peuvent être suffisamment financés, que ce soit par des subisides ou par des revenus autogénérés.
- **Savoir-faire.** La composition de la rédaction centrale n'est pas optimale, conséquence : le projet perd en dynamisme et en structure, en efficience et en qualité.
- **Promotion.** La campagne de promotion n'est pas assez largement soutenue, dispose de trop peu de ressources ou manque d'originalité, de sorte qu'il n'est pas possible de promouvoir « Culture en ligne » comme une application intéressante pour de larges cercles.

- **Élitisme culturel.** L’extension de la notion de culture ou le manque d’assurance qualité interne conduisent à une perte de qualité, avec pour conséquence que les critères établis ne sont plus respectés. Ou à l’inverse : « Culture en ligne » tend vers un élitisme culturel, perdant ainsi sa large assise sociale et culturelle.
- **Globish.** Il existe un risque qu’au cours des échanges culturels suisses, la collaboration journalistique fasse appel à un anglais international au détriment d’une compréhension multilingue.

Scénario

« avec »

« Culture en ligne » offre une occasion unique de défier la crise du journalisme culturel avec un nouvel instrument fort. Quiconque utilise un smartphone, une tablette ou un ordinateur peut s’en servir pour se faire une idée de la richesse des manifestations culturelles en Suisse et en approfondir la connaissance. Les producteurs et les lieux de diffusion en bénéficient fortement également, car ils redeviennent plus visibles et reçoivent un retour critique sur leur travail. Pour autant qu’elle soit largement acceptée, la critique culturelle remplit donc aussi une fonction centrale dans la société.

« sans »

Même sans « Culture en ligne », le marché doit se renouveler, se réinventer. Le danger existe que des géants des médias comme Google, Facebook ou Amazon intègrent la « critique » dans leurs plateformes, mais avec l’intention de l’utiliser pour la publicité et la promotion des ventes contrôlées par des algorithmes – au détriment d’une critique indépendante et exempt d’intérêts économiques. Si plus personne ne se soucie de l’indépendance de la critique, elle risque de disparaître dans

des niches invisibles et socialement peu pertinentes, alimentées par des blogueurs individuels divertissant leurs cercles d'amis.

Structure du projet

« Culture en ligne » est conçu et construit d'abord comme un projet pilote sur une période de trois ans. Cela se fait grâce à son articulation en trois sous-projets qui évolueront en parallèle, chacun poursuivant ses propres concepts et requérant des compétences spécifiques.

- Sous-projet A : la chaîne de culture proprement dite, élément essentiel du projet avec une **rédaction centrale**, qui développe l'activité rédactionnelle en collaboration avec les premiers partenaires et met régulièrement à disposition sur une plateforme technique adaptée des critiques circonstanciées et des articles de fond sur l'actualité culturelle.
- Sous-projet B : la création d'une association comme **organe responsable** qui prendra en charge, accompagnera et supervisera « Culture en ligne » dès la fin de la phase de projet.
- Sous-projet C : un **laboratoire** expérimental pour former de jeunes journalistes web et développer de nouveaux formats de médias innovants.

Il appartient à un comité de pilotage, lancé par l'association «ch-intercultur» et composé de spécialistes externes et partenaires les plus importants, d'encadrer les trois sous-projets. Ce comité nomme les responsables de sous-projets, élit les membres de la rédaction et veille à la clarté de la structure du projet et aux bonnes conditions de travail.

À la fin de ce processus, prévue pour 2024, les trois sous-projets seront organiquement fusionnés en un seul forum englobant tous les secteurs de la culture et de la critique culturelle, allant de l'opéra, offre culturel de longue tradition, jusqu'à la culture innovante des jeunes.

Rédaction

« Culture en ligne » sera dirigé par une rédaction centrale qui veillera à assurer un flux continu d'articles sur la culture. À la fin de la phase de projet, cette rédaction sera dotée de 200 pour cent de poste, répartis entre 2 à 4 rédactrices et rédacteurs, forts d'une expérience professionnelle suffisante et représentant les trois grandes régions linguistiques. La rédaction aura son siège en Suisse alémanique et en Suisse romande. L'équipe de rédaction sera renforcée par des apprenti-e-s en formation ainsi que par un réseau de collaboratrices et collaborateurs indépendants susceptibles d'assumer également la fonction d'« antennes ». Ce réseau comprendra aussi des traducteurs et traductrices professionnels. La rédaction aura la responsabilité d'établir et de planifier le programme de « Culture en ligne ». Elle sera en charge des travaux rédactionnels et organisationnels et entretiendra des contacts réguliers avec les partenaires de coopération avec qui seront partagés les articles. Une culture de feed-back bien implantée fera partie du système rédactionnel. L'équipe de « Culture en ligne » sera complétée par des personnes engagées à temps partiel et responsables du graphisme, de l'assistance Web, de la promotion et de la communication sociale. Dès le départ, il faudra compter avec près de 500 pour cent de postes, à quoi s'ajouteront les ressources nécessaires à la rémunération des articles et des traductions des collaboratrices et collaborateurs indépendants.

Organe responsable

En vue d'assurer le fonctionnement de « Culture en ligne », une association responsable sera constituée au cours de la phase de projet : il lui incombera de surveiller le fonctionnement opérationnel de « Culture en ligne », de garantir son financement et de préserver son indépendance rédactionnelle. L'organe responsable se composera de personnes faisant partie du cercle des partenaires de coopération, des sponsors et des associations d'artistes.

Le projet « Culture en ligne » a été lancé par l'association « ch-intercultur ». L'organe responsable peut, le cas échéant, mettre à profit cette association et ses longues années d'expérience.

Laboratoire

Un tel laboratoire, qui dispense une formation, développe la recherche et ouvre une perspective d'avenir au journalisme culturel, pourrait être développé en coopération avec la Haute école des arts de Zürich ZHdK (département de journalisme culturel) ainsi qu'avec l'Académie du journalisme et des médias AJM à Neuchâtel. Ces deux institutions se distinguent par leur ouverture d'esprit et leur créativité dans la formation au journalisme culturel. L'objectif de ce laboratoire sera un réseau culturel ouvert au sein duquel de jeunes initiatives, des blogs ou des plateformes deviendraient visibles et participeraient à l'échange.

Étapes importantes

Janvier – Octobre 2021	Phase de sensibilisation au projet.
Octobre 2021	Début du projet pilote « Culture en ligne » : mise en place de structures et de technologies.
Printemps 2022	Début d'une version beta avec une équipe de rédaction.
2024	Lancement officiel de « Culture en ligne ».

Financement et perspectives

La culture est un bien qui est souvent le premier à être sacrifié en période de pénurie économique. Afin de contrecarrer cette dépendance, « Culture en ligne » vise à obtenir des financements de sources publique, semi-

publique et privée, ce qui suppose autant de partenaires pour lesquels la culture est une partie importante de la vie publique et démocratique et doit par conséquent être soutenue financièrement.

Le mode de ce financement sera clarifié plus en détail dans le cadre de l'exploration des possibilités, en gardant à l'esprit que seule une base financière sûre donnera au projet la chance d'avoir un impact durable. Les contributions recueillies par une association, qui reste à être refondée, ainsi que des mécénats (privés) doivent également concourir au financement.

Qu'est-ce qui rend « Culture en ligne » intéressant aux yeux d'investisseurs envisageant des placements rentables ?

Un engagement financier doit être considéré dans le contexte d'une promotion culturelle durable qui ne pense pas seulement aux arts et aux artistes mais aussi au fait qu'ils ont besoin des retours d'un public critique. « Culture en ligne » justifie la promotion culturelle dans la mesure où il évalue l'activité de cette dernière en examinant ses résultats et l'efficacité de ses efforts.

« Culture en ligne » est un projet ambitieux qui présente autant de chances que de risques. La situation actuelle du journalisme culturel dans les médias appelle ce type d'initiative courageuse dont le but est d'insuffler une nouvelle vie au discours sur l'art et la culture et de lui assurer un avenir.



Janvier 2021 / Beat Mazenauer

Le projet « Culture en ligne » a été lancé par l'association « ch-intercultur », issue du Schweizer Feuilletondienst – SFD. Pendant des décennies, le SFD a œuvré comme service de presse culturel pour les journaux en Suisse alémanique, avec des critiques et des articles de fond sur la vie culturelle suisse.

Remerciements

ch-intercultur remercie les cantons d'Argovie, des Berne, des Grisons, de Nidwald, d'Uri, de Schaffhouse, de Schwyz, de Zoug et de Zurich ainsi que la Fondation Christoph Merian, Bâle. Leurs contributions financières ont rendu possible le développement de ce modèle.