

INFORMER ET S'INFORMER À L'ÈRE NUMÉRIQUE

Nathalie Pignard-Cheynel

**Professeure assistante journalisme numérique
Académie du journalisme et des médias - Unine**

Mardi 16 janvier 2018

Université du 3e âge

Introduction

- Les questions et débats autour de l'information, des médias et du numérique sont très présents dans le débat public :
 - Crise des médias et du journalisme
 - Baisse de la diffusion et des revenus publicitaires
 - Disparition de médias et réduction d'effectifs
 - Crise de confiance du public
 - Fake news (terme de l'année 2017)
 - Place croissante des Gafa et des algorithmes dans l'univers numérique

Introduction



Introduction

- Clés de compréhension des enjeux actuels
 - Comment se structure le paysage informationnel numérique ?
 - Quelles sont les forces en présence et les enjeux ?
 - Comment les médias traditionnels négocient le virage numériques ?
 - Quelles sont les pratiques informationnelles, notamment de la jeune génération ?

Première partie

.....

Les « vieux » médias à l'assaut du « nouveau » monde

Les débuts de la presse en ligne

- Les médias sont apparus sur le web...
 - ... il y a plus de 20 ans !
 - La plupart des sites sont nés entre 1995 et 1997 pour les plus gros médias

Les débuts de la presse en ligne

Welcome! First-time users [register here](#) or [take a QuickTour](#) of the site.

JOIN THE DISCUSSION
IN THE NEW
Forums

The New York Times
ON THE WEB

knicks^{NEW!}
celtics
one on one
newyork.boston.com

"All the News That's Fit to Print" **Wednesday, December 18, 1996**

SECTIONS

- Front Page ● CyberTimes
- Politics ● Business
- Editorials/Letters ● Op-Ed
- Arts & Leisure ● Travel
- Real Estate ● Job Market
- Diversions ● Web Specials

NEWS BY CATEGORY

CLASSIFIEDS | FORUMS

SERVICES | SEARCH

TABLE OF CONTENTS



Some Hostages Released in Peru

LATE NEWS UPDATE

Veteran F.B.I. Agent Arrested on Charges Of Spying for Russia

IN CYBERTIMES

Calligraphy Slips In Japan, Pushed By the Computer

[Help Center](#) | [Low Graphics](#)

[Copyright 1996 The New York Times](#)

Les débuts de la presse en ligne

SECTIONS SEARCH

SUBSCRIBE NOW

SUBSCRIBE NOW

LOG IN



ENGLISH 中文 (CHINESE) ESPAÑOL

The New York Times

Monday, January 15, 2018 Today's Paper Video 39°F CAC 40 -0.13%

World U.S. Politics N.Y. Business Opinion Tech Science Health Sports Arts Style Food Travel Magazine T Magazine Real Estate ALL

'I'm Not a Racist,' Trump Says, as DACA Hopes Dim

By THOMAS KAPLAN, NOAH WEILAND and MICHAEL D. SHEAR

- President Trump joined two Republican senators on Sunday in disputing that he made a derogatory comment during a meeting on immigration last week.
- The outcry over his vulgar remarks overshadowed key issues facing the capital, including efforts to protect young undocumented immigrants and avert a government shutdown.

In Trump Remarks, Black Churches See a Nation Backsliding

By SABRINA TAVERNISE
On the day before Martin Luther King's Birthday, churchgoers said Mr. Trump's



Mansions in Montecito, Calif., were destroyed in last week's mudslides. Jim Wilson/The New York Times

Mud and Loss in an Enclave of the Famous

By TIM ARANGO

Mudslides left Montecito, Calif., in ruins, and rescuers were racing against time on Sunday to find four people still missing.

- Death Toll Rises as Mudslides Close California Highway

SMARTER LIVING



4 Simple Tips for Working From Home



Can Kindness Be Taught?

Opinion

Democrats, Make a Deal With Trump to Protect Dreamers

By WILL WILKINSON

Give the president his wall — the future of nearly 800,000 Dreamers is on the line.



- Blow: Trump Is a Racist. Period.
- It's Hard to Study if You're Hungry
- Should the United States Attack Venezuela?
- How the Other Half Lives in Iran
- When America and Pakistan Fight, It's Afghanistan That Suffers
- Tuesday Becomes Execution Day in Egypt
- Is It Time for Netanyahu to Resign Yet?

Donald Trump's Racism: The Definitive List

By DAVID LEONHARDT and IAN PRASAD PHILBRICK



The media uses euphemisms when describing Trump's comments about race. Here's the truth: Donald Trump is a racist.

Will America Choose King's Dream or Trump's Nightmare?

By GEORGE YANCY



Our greatest civil rights leader was clear: Those who remain silent will also stand accused.

- Editorial: Some Bright Hopes for New York's Schools

TIMES INSIDER »
Chris Christie: A Beat Unto Himself

THE CROSSWORD »
Play Today's Puzzle



Les débuts de la presse en ligne

The screenshot shows the Facebook interface for the official page of The New York Times. The top navigation bar includes the Facebook logo, the page name "The New York Times", a search bar, and user profile information for "Nathalie". The main content area features a large image of a crowd of people, with a man in the foreground holding a wooden pole. Below the image are interaction buttons: "Liked", "Following", "Share", "Watch Video", and "Send Message".

Posts

The New York Times 8 mins · €

"There is so much traffic in those latrines, it almost seems impossible for any detainee to go inside the latrines and hang himself," an activist said. "This must be investigated."

Community See All

- Invite your friends to like this Page
- 15,207,420 people like this
- 14,761,454 people follow this
- Damien Van Achter and 56 other friends like this

About See All

- +1 800-591-9233
- Typically replies within a few hours
- Send Message

Les débuts de la presse en ligne

Recherche par mot-clé:

LE TEMPS

QUOTIDIEN SUISSE EDITE A GENEVE

VENDREDI 4 DECEMBRE 1998

Les Onze de l'euro baissent ensemble leurs taux pour stimuler la croissance

TAUX. L'annonce surprise faite hier par les banquiers centraux a pour but de prévenir une récession et de libérer la Banque centrale européenne de nouvelles pressions politiques

L'Europe monétaire a fait hier un pas de plus vers son unité, à moins d'un mois de l'introduction de l'euro. Les onze pays de ce qu'on appelle désormais l'Euroland ont abaissé leurs principaux taux directeurs à 3%, sauf l'Italie qui, partant de 4%, s'est arrêtée à 3,5. Cette décision vise de toute évidence à libérer la Banque centrale européenne de pressions politiques au moment de la naissance de l'euro.

Des responsables politiques européens, dans la foulée d'Oskar Lafontaine, demandaient avec insistance une baisse

- [ARCHIVES](#)
- [EDITORIAUX](#)
- [LA UNE](#)
- [LE FAIT DU JOUR](#)
- [INTERNATIONAL](#)
- [SUISSE](#)
- [ECLAIRAGE](#)
- [REGIONS](#)
- [SOCIETE](#)
- [ECONOMIE](#)
- [CULTURE](#)
- [SPORT](#)
- [COMMUNICATION](#)
- [LA MAISON DES PARENTS](#)
- [NAVIGATION](#)

Les débuts de la presse en ligne

LE TEMPS

ABONNEMENT SERVICES SE CONNECTER

RUBRIQUES - EN CONTINU BLOGS VIDÉOS MULTIMÉDIA - TMAGAZINE

RECHERCHER 



SOCIÉTÉ

Le mouvement Do it yourself ou le grand retour des débrouillards

Par Julie Eigenmann, publié le 15 janvier 2018 à 13:34

«Faites-le vous-même» convainc toujours plus de citoyens. Sur Internet ou via des ateliers qui fleurissent en Suisse, l'idée est d'apprendre à fabriquer les produits de notre quotidien, signe d'une volonté de repenser notre consommation en profondeur



L'Etat du Valais intervient dans l'affaire Alkopharma

· Jun 15, 01, 2018 - 14:18

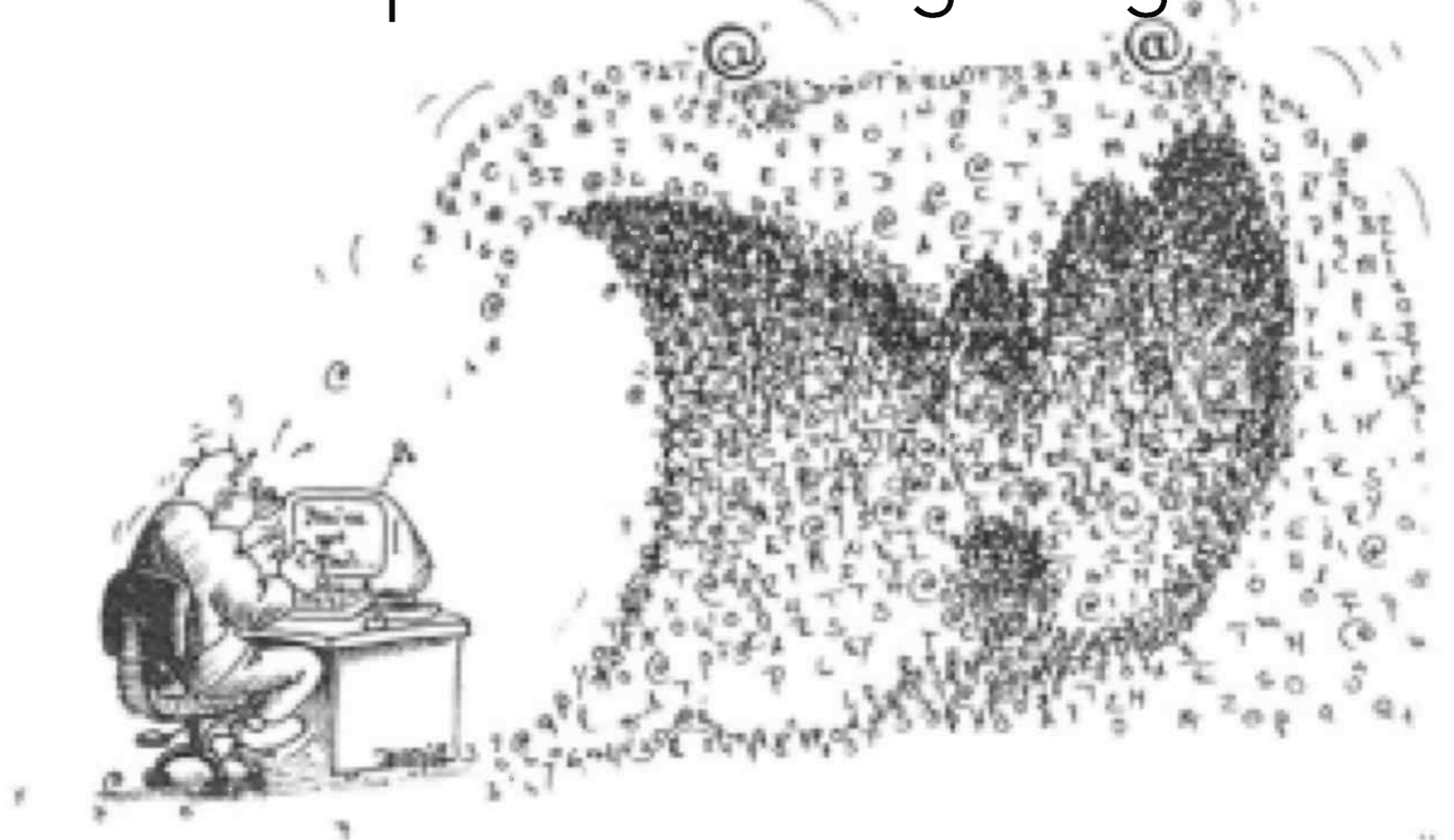
Les débuts de la presse en ligne

- Pendant 15 ans, tendance assez uniforme dans les stratégies mises en place :
 - Gratuité des contenus
 - Logique de maximisation de l'audience
 - Alignement sur les plateformes du web (Google puis Facebook)
- Ces stratégies sont progressivement abandonnées par les médias qui cherchent un **modèle économique pérenne**, une **différenciation** par rapport aux concurrents et un **renouvellement de leur audience**

Le numérique, vecteur de
changements
pour l'information
et le journalisme

L'info est surabondante

- Chaque jour, nous sommes exposés à l'équivalent de 174 journaux papier
- C'est **l'infobésité** et le risque de surcharge cognitive



The Telegraph

[Home](#) [Video](#) [News](#) [World](#) [Sport](#) [Business](#) [Money](#) [Comment](#) [Culture](#) [Travel](#) [Life](#) [W](#)
[Politics](#) [Investigations](#) [Obits](#) [Education](#) [Science](#) [Earth](#) [Weather](#) [Health](#) [Royal](#) [Celebrit](#)
[Science News](#) | [Dinosaurs](#) | [Space](#) | [Night Sky](#) | [Evolution](#) | [Picture Galleries](#) | [Science Video](#)

[HOME](#) » [NEWS](#) » [SCIENCE](#) » [SCIENCE NEWS](#)

Welcome to the information age – 174 newspapers a day

If you think that you are suffering from information overload then you may be right – a new study shows everyone is bombarded by the equivalent of 174 newspapers of data a day.



Every day the average person produces six newspapers worth of information compared with just two and a half pages 24 years ago – nearly a 200-fold increase. Photo: ALAMY

Science News

[News](#) » [Science](#) »
[Technology](#) »
[Richard Alleyne](#) »
[Technology News](#) »

In Science News



Total eclipse, in pictures



L'info est surabondante

- Emergence d'une information « low cost »
 - Info peu couteuse à produire mais très rentable
 - Fermes à contenus, sites de fake news
- Multiplication des canaux pour la diffuser
 - Chaque minute, 452'000 tweets sont postés, soit plus de 2,5 millions par heure !
- Apparition du concept d'économie de l'attention

L'info est instantanée

- Le rythme du bouclage est révolu
 - Beaucoup de sites d'information basculent au 24h/24h
 - Les alertes push (sur les téléphones mobiles) favorisent une information permanente et en continu
- La diffusion de l'information atteint une rapidité inédite

L'info est instantanée



<https://www.youtube.com/watch?v=0UFsJhYBxzY>

L'info est partout

- Les canaux de diffusion de l'info se sont multipliés
- Avant l'ère numérique, on s'informait ainsi :



L'info est partout

- Les canaux de diffusion de l'info se sont multipliés
- Dorénavant, un média sur les supports numériques est en concurrence avec :
 - les autres médias (tout support confondu)
 - avec de nouveaux acteurs de l'information (pure player)
 - avec les acteurs du numérique, notamment pour la captation de l'attention et des revenus publicitaires



L'info est partout

- Entre GAFA et médias, plus rien ne va...
 - GAFA = Google, Amazon, Facebook, Apple
 - Ils jouent un rôle central dans l'écosystème numérique
 - 55 % de la vie numérique d'un utilisateur est passée sur ces 4 plates-formes
 - 470 milliards € de CA cumulé (plus que le PIB de la Pologne ou de la Belgique)
 - Statut d'infomédiaire : à l'interface entre producteurs et consommateurs de contenus

L'info est partout

- Entre GAFA et médias, plus rien ne va...
- Des logiques de coopétition (coopération et concurrence)
 - pas une simple fonction de distribution : ils cherchent à mettre en adéquation demande et offre (sélection, hiérarchisation -> pouvoir des algorithmes)
 - volonté de capter l'audience (modèle économique fondé sur la gratuité et donc sur le trafic, l'engagement et les données personnelles)
- Une dépendance accrue des médias à leur égard (Google et Facebook ont fourni jusqu'à 80% du trafic externe des sites d'information)

L'info est partout



ACCUEIL

INNOVATION ET NUMÉRIQUE

ÉCONOMIE DES MÉDIAS

FORMATS ET PRATIQUES

DÉONTOLOGIE ET QUALITÉ

PÉDAGOGIE ET FORMATION

Facebook a versé des millions aux médias français: la stratégie «VIP-VRP» et ses effets

14 NOVEMBRE 2017 • ÉCONOMIE DES MÉDIAS, RÉCENT • BY NICOLAS BECQUET

2k
SHARES

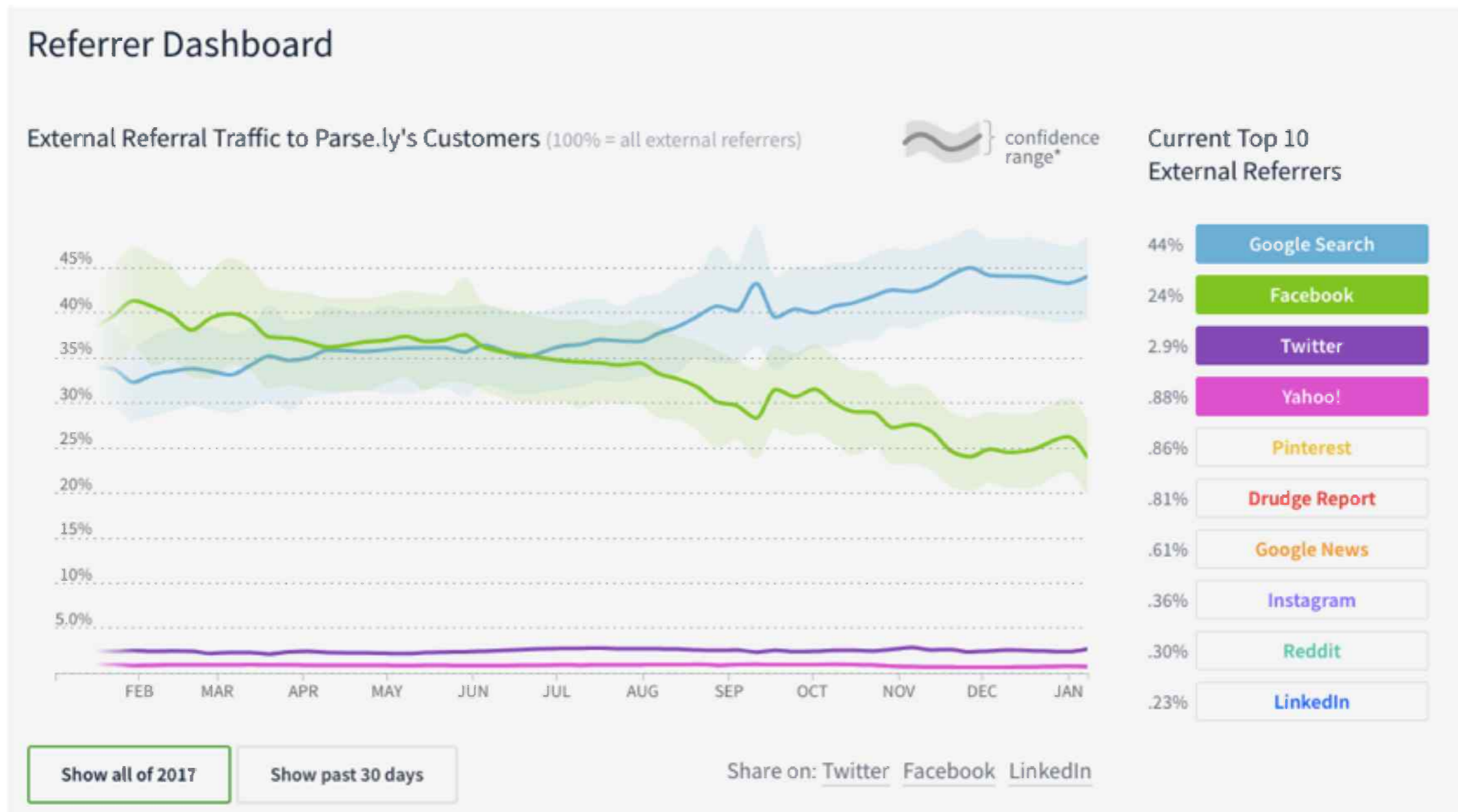


À propos de l'auteur

Nicolas Becquet

Nicolas Becquet est journaliste et manager des supports numériques au quotidien belge l'Echo (www.lecho.be). Formateur en journalisme mobile et en storytelling, il observe les changements liés au numérique sur son blog mediatype.be

L'info est partout



<https://www.parse.ly/resources/data-studies/referrer-dashboard/>

L'info est partout



TÉLÉVISION RADIO CINÉMA MUSIQUE ÉDITION PRESSE NUMÉRIQUE JEU VIDÉO



NUMÉRIQUE | Xavier EUTROPE | 15.01.18 | 14:50
« Les médias ne sont plus des partenaires privilégiés pour Facebook »
Le 11 janvier, Facebook annonce un changement dans le fonctionnement de son flux d'actualité. D...

<http://www.inaglobal.fr/numerique/article/les-medias-ne-sont-plus-des-partenaires-privilegies-pour-facebook-10069>

L'info est produite par tous

- Ère de la culture participative
- Phénomène de désintermédiation



L'info est produite par tous

- Journalisme citoyen et journalisme participatif
 - L'intervention de non professionnels dans la production et la diffusion d'informations d'actualité
 - Le Bondy Blog (Hebdo) = une des 1ères expérimentations
 - « Fonction sociale de la presse » (Cornu 2013)
- Attentes de + d'horizontalité de la part des usagers ≠ magistère du journaliste
 - Difficulté pour les journalistes et les médias à répondre à cette nouvelle injonction (changements éditoriaux, organisationnels, etc.)
 - Contradiction avec la culture journalistique (gatekeeper, neutralité, identité professionnelle)



Les médias et les journalistes évoluent dans un environnement de plus en plus **concurrentiel**.

Pour se démarquer et se développer, il est indispensable :

- de s'adapter aux **nouvelles pratiques** des lecteurs et de ce **nouvel écosystème**
- tout en **maintenant ses exigences** de journaliste (qualité, vérification, ligne éditoriale)

Deuxième partie

A la conquête de la jeune génération

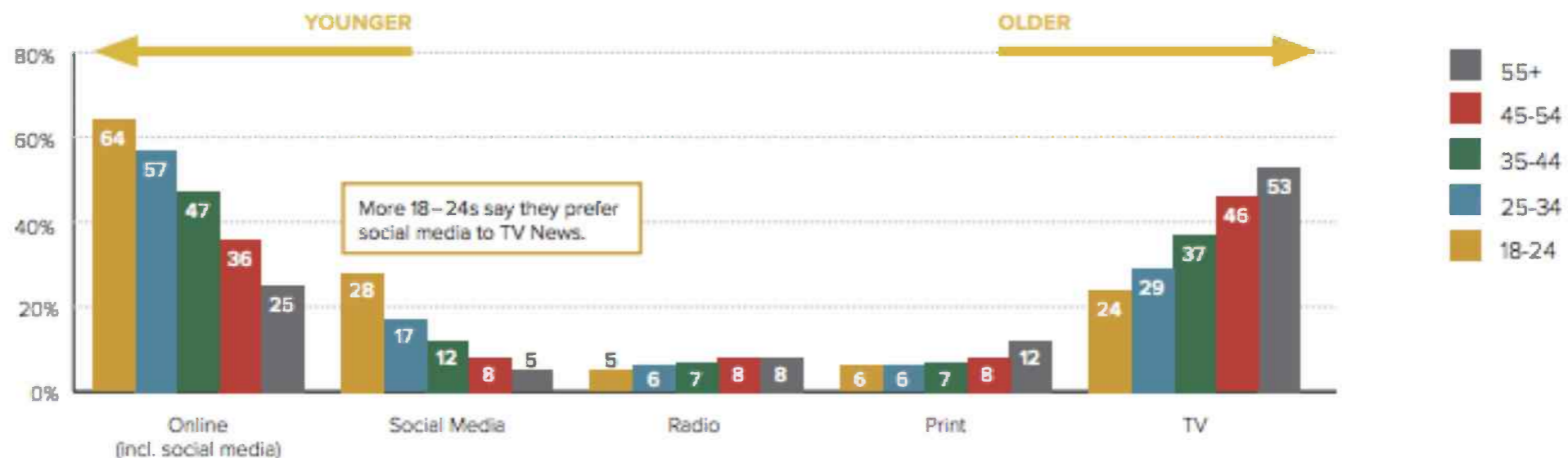
Les jeunes, mantra des médias

- Crise du papier -> bascule sur le numérique
 - Nécessité de trouver un modèle économique pérenne
- Rajeunissement de l'audience
 - Comment exister dans les pratiques des jeunes générations
 - Répondre à leurs attentes

Comment les jeunes s'informent

- Beaucoup d'études convergentes menées dans le monde
 - Intérêt des jeunes constant pour l'information et l'actualité
 - Mais un déclin des supports d'info / médias traditionnels

MAIN NEWS SOURCES SPLIT BY AGE (ALL 26 COUNTRIES)



Q4. You say you've used these sources of news in the last week, which would you say is your MAIN source of news? Base: All 18-24s/25-34s/35-44s/45-54s/55+ who have used a news source in the last week. All countries = 5598/9187/9686/9383/18371

Comment les jeunes s'informent

Réseaux
sociaux

Smartphone

Snacking

Amis vs
médias

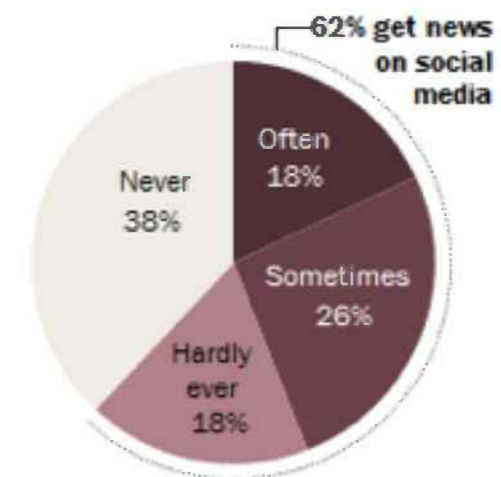
Participation

Comment les jeunes s'informent

- Les réseaux sociaux, sources d'information croissante
 - Toutes les études confirment que plus de la moitié de la population s'informent *via* les réseaux sociaux
 - C'est souvent la première source d'information pour les jeunes

About 6-in-10 Americans get news from social media

% of U.S. adults who get news on a social networking site ...

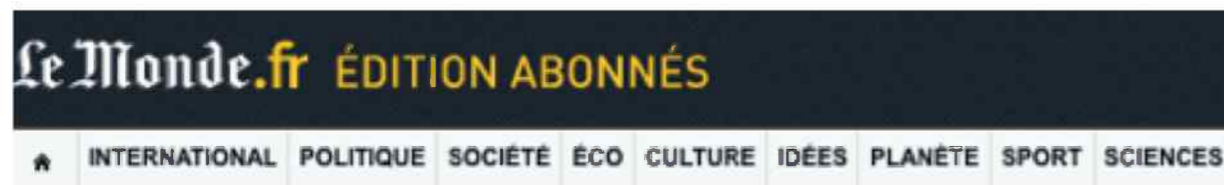


Source: Survey conducted Jan. 12-Feb. 8, 2016.
"News Use Across Social Media Platforms 2016"

PEW RESEARCH CENTER

Comment les jeunes s'informent

- Les jeunes sont attachés à l'information d'actualité mais moins aux sources médias



M BIG BROWSER

UN BLOG DE LA RÉDACTION • Le Monde

Sur les réseaux, on fait davantage confiance à la personne qui partage qu'à la source de l'information

Confronté au même article partagé par deux personnes différentes – une de confiance, l'autre non –, on a tendance à accorder du crédit dans le premier cas, peu importe qui en est l'auteur.

LE MONDE | 24.03.2017 à 17h50 • Mis à jour le 24.03.2017 à 18h59 |

Par **Luc Vinogradoff**

« 49 % des participants ont pensé que l'article était juste et précis lorsqu'il était partagé par une personne de confiance, même si la source était l'inconnu et inexistant DailyNewsReview.com.

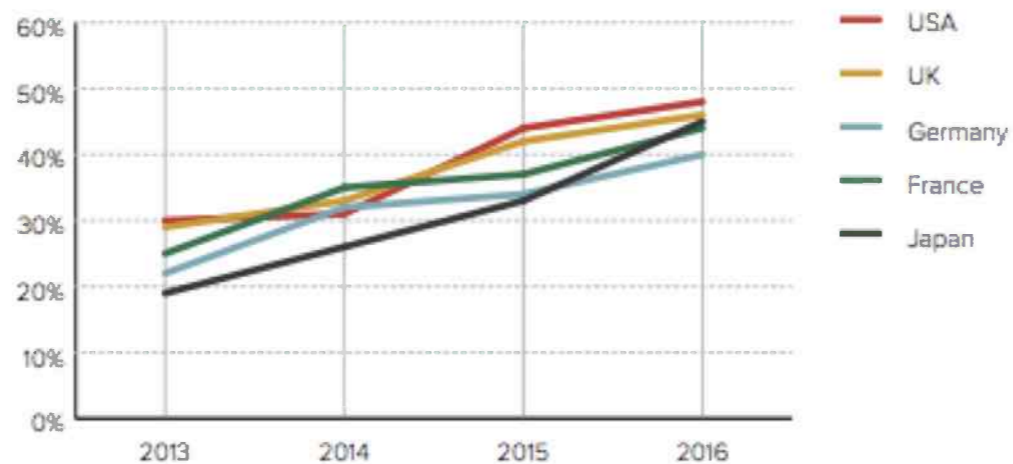
Lorsque l'article était partagé par quelqu'un n'étant pas digne de confiance, et même si la source était l'Associated Press, seuls 32 % des participants ont pensé la même chose. »

http://abonnes.lemonde.fr/big-browser/article/2017/03/24/sur-les-reseaux-on-fait-davantage-confiance-a-la-personne-qui-partage-qu-a-la-source-de-l-information_5100532_4832693.html

Comment les jeunes s'informent

- Le smartphone est le support privilégié d'accès à l'information pour les jeunes

GROWTH OF SMARTPHONE FOR NEWS 2013-16
(SELECTED COUNTRIES)



ALSO...

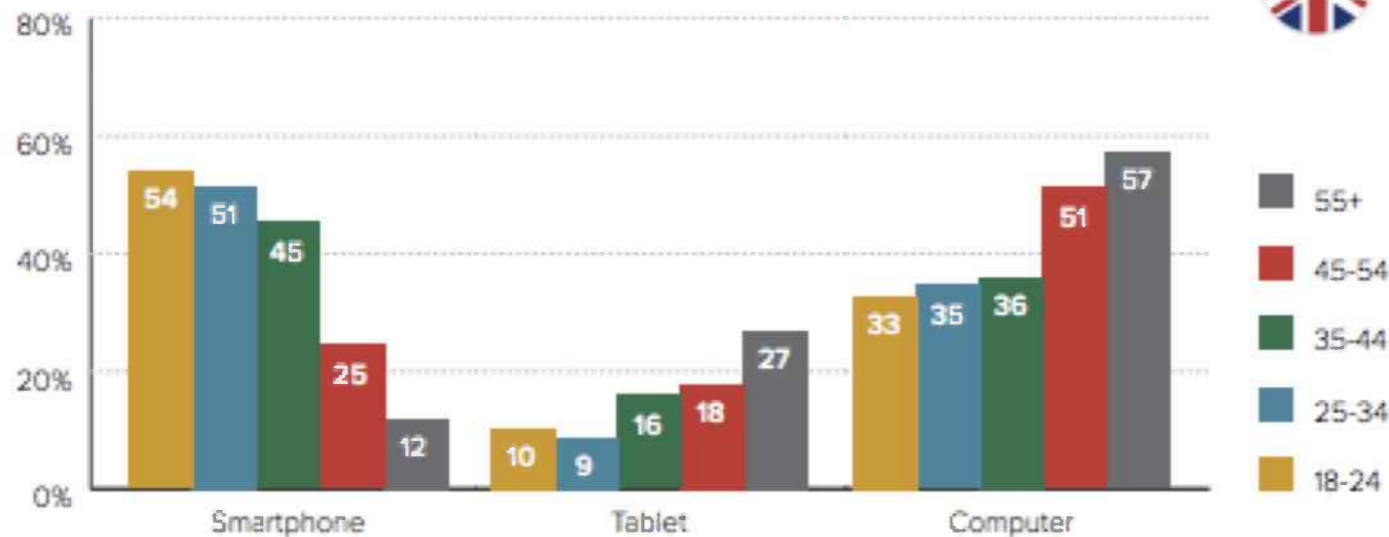
 Sweden	69%
 Korea	66%
 Norway	64%
 Switzerland	61%
 Denmark	60%
 Ireland	59%
 Finland	59%
 Spain	58%

Q8b. Which, if any, of the following devices have you used to access news in the last week? Base: Total 2013-2016 sample in each country

Comment les jeunes s'informent

- Le smartphone est le support privilégié d'accès à l'information pour les jeunes

MAIN DEVICES FOR NEWS SPLIT BY AGE (UK ONLY)

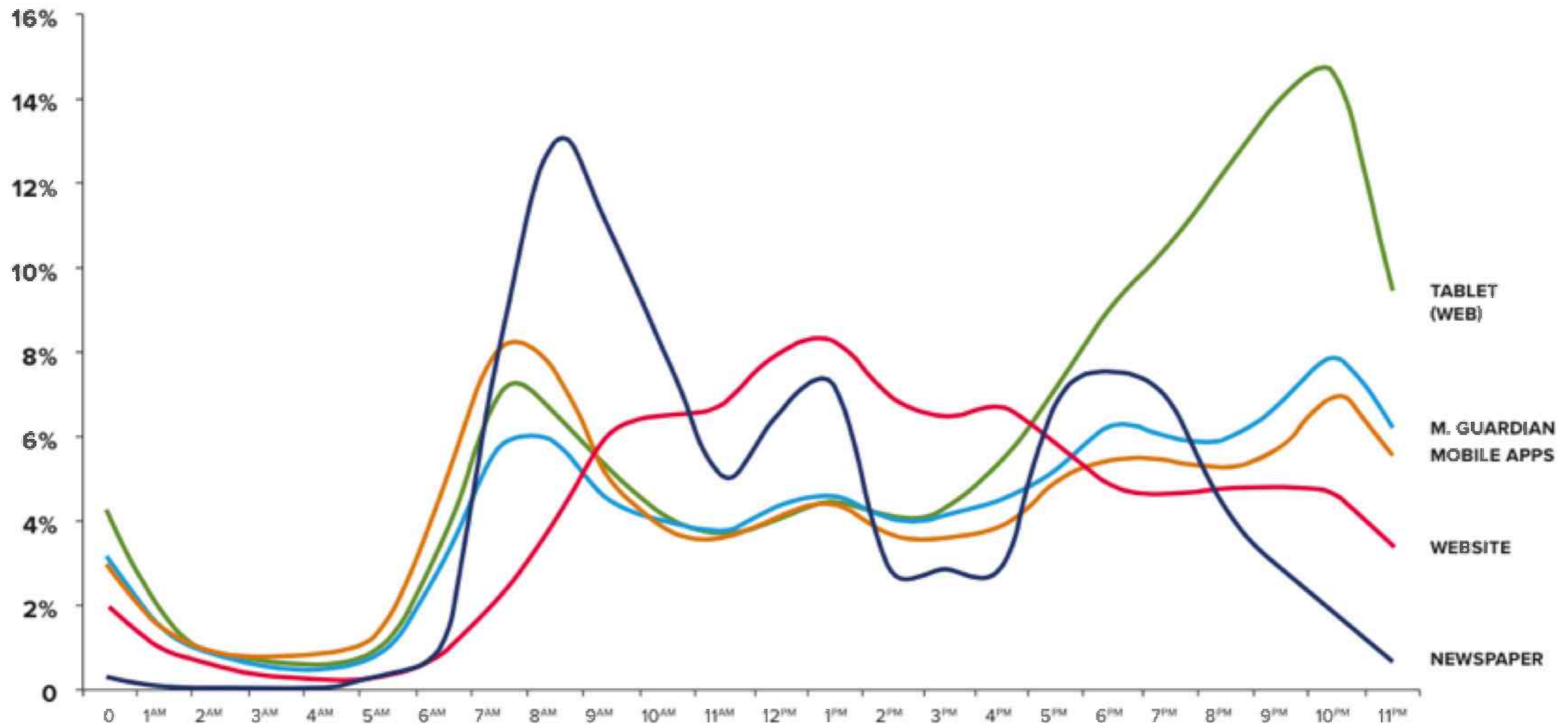


QUK8b6_5. You've said you use the following devices to access news in the last week, which is your MAIN way of accessing online news? Base: All 18-24s/25-34s/35-44s/45-54s/55+ who used a digital device to access news in the last week: UK = 196/176/254/335/730

Comment les jeunes s'informent

- Le smartphone induit des usages informationnels différents de l'ordinateur ou de la tablette (voire du papier)

ACCESS TO THE GUARDIAN ACROSS THE DAY VIA NEWSPAPER AND DIGITAL DEVICES



Comment les jeunes s'informent

- Les pratiques de « snacking » ou picorage
 - Consommation mobile et éclatée sur la journée
 - Une tendance aux formats courts

Comment les jeunes s'informent

- La part belle aux contenus courts et vidéos
 - durée d'1mn à 2mn30
 - avec incrustations de texte pour être vus sans le son
 - vidéo explicative mais souvent avec un ton décalé
 - le format inventé par AJ+, repris par Nouvo, Kapaw, Brut et la RTS (Nouvo), etc.

Comment les jeunes s'informent



<https://www.facebook.com/brutofficiel/videos/vl.1100083023443065/1798984253684547/?type=1>

Troisième partie

Des pistes de développement pour les médias

Place à l'innovation

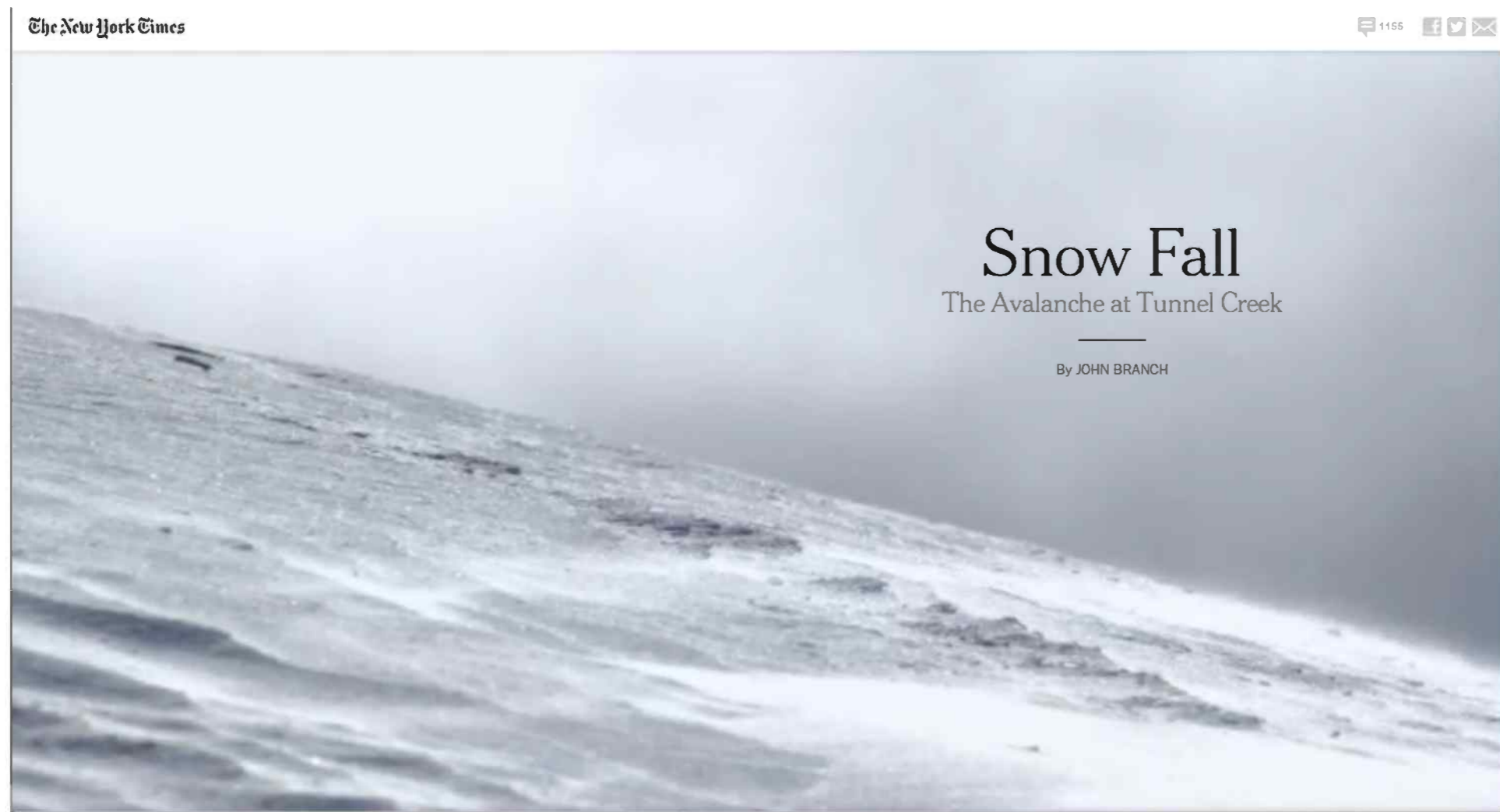
- Nécessité de proposer une offre éditoriale spécifique et distinctive
- Utiliser les potentialités du numérique au service du journalisme
- Faire valoir la valeur ajoutée du travail journalistique
- Répondre aux nouveaux usages

Diversifier les formats

- Numérique = média global
 - Hypertextualité, interactivité, multimédia
- Les formats courts ne sont pas une fatalité
 - Apparition du *slow journalism* et des *long forms*

Diversifier les formats

- *Snow Fall* du New York Times, le pionnier, la référence



Diversifier les formats

- Format repris par beaucoup de sites d'information



<https://labs.letemps.ch/interactive/2016/longread-fioul-lourd/>

Pour avoir une idée de l'équivalent en « papier » : <https://www.facebook.com/jabbiateci3/videos/10155257470638829>

Se reconnecter avec son public

- Réinventer la participation du public



L'OPBS
Rue89



Abonnez-vous

Actualités > Rue89 > Making of > Commentaires et sites d'actu : les soldats du participatif sont fatigués

Commentaires et sites d'actu : les soldats du participatif sont fatigués

Les soldats du participatif sont fatigués. Ça m'a frappé la semaine dernière, lors d'une conversation avec des journalistes web travaillant dans divers sites d'actualité. Pas des perdreaux de l'année, plutôt de ceux qui, depuis une...



Yann Guégan · Publié le 15 juin 2014 à 16h38



Se reconnecter avec son public

- Transparence, coulisses, proximité
 - Donner à voir la rédaction, les coulisses
 - Favoriser une proximité avec son lecteur
 - Raconter et expliquer le travail journalistique « en train de se faire »
 - légitimité accrue
 - savoir reconnaître ses erreurs ou son ignorance

Se reconnecter avec son public

Les réseaux sociaux sont un terrain idéal



Se reconnecter avec son public

- Les lives vidéos sur les réseaux sociaux participent de cette relation plus directe et horizontale avec son public
 - L'info comme une conversation, en temps réel
 - La promesse de vivre l'événement en interaction avec le journaliste



Se reconnecter avec son public



AFP

Making-of | les coulisses de l'info



Fr



Au milieu de l'abîme

Camille Bouissou



Mardi 24 janvier 2017

Florange, Moselle -- De Florange à Hayange, le territoire est plutôt dense, rythmé par les cheminées d'usines et les visites de présidents, de ministres, ou de ceux qui voudraient le devenir.

Mais pour moi, la vallée de la Fensch est devenue un abîme, un grand territoire peuplé d'un vide immense, dans lequel j'ai l'impression de naviguer entre ces visiteurs occasionnels et tous les autres, les gens qui habitent, travaillent, étudient là.



Journaliste et lecteur : vers un renversement de modèle ?

- Ce n'est plus seulement le lecteur qui fait l'effort de venir à l'information, qui participe et s'engage
 - **C'est le journaliste/le média/l'info qui doit faire sa place dans le quotidien du lecteur, aller le chercher là où il est, et « s'engager » vis-à-vis de lui**
- > **L'engagement** n'est pas qu'une affaire d'audience, c'est aussi celle des journalistes

Conclusion

- Tensions entre logiques journalistiques et logiques numériques
- Face aux crises actuelles, nécessité de (re)penser le sens, le rôle et la responsabilité du journalisme et des médias
 - Tout en explorant les marges, les frontières
- Nécessité de prendre en compte l'écosystème informationnel numérique (ses acteurs, ses logiques)
- Impératif de penser en terme d'innovations

Merci de votre attention :-)