

Licence Domaine Sciences Humaines et sociales
mention Information et Communication

Evolution du Contenu Interactif Sur le Web 2.0

Journalisme et Contenus Interactifs

Stage réalisé chez LOR'actu (57),

Sous la tutelle de Nicolas Zaugra, directeur de la communication

Par

Hugo Giret-Butz

Du 6 janvier au 14 février 2014

Tuteur universitaire : Poncin

Année universitaire 2013-2014

« Table des matières »

| | |
|--|----|
| 1. Le Cadre du Projet Professionnel | 3 |
| 1.1. Présentation de l'Entreprise d'accueil et des ses Objectifs | 3 |
| 1.1.1. Situation Géographique | 3 |
| 1.1.2. Histoire de LOR'actu.fr | 3 |
| 1.1.3. Les Objectifs | 3 |
| 1.2. Le Projet Professionnel | 4 |
| 1.2.1. La Culture Digitale | 4 |
| 1.2.2. Expériences Professionnelles | 4 |
| 2. Problématisation du Contenu dans le Web 2.0 | 5 |
| 2.1. L'Approche Méthodologique | 5 |
| 2.1.1. La Problématisation par Donald Lehmann..... | 5 |
| 2.2. Application de la Méthodologie | 5 |
| 2.2.1. Définition du Problème | 5 |
| 2.2.2. Conceptualisation | 5 |
| 2.2.3. Recherche d'Information..... | 6 |
| 2.2.4. Instruments de Recherche..... | 6 |
| 2.2.5. Collecte d'Information..... | 6 |
| 2.2.6. Analyse des Données..... | 6 |
| 2.3. Approche de la problématique | 6 |
| 2.3.1. Approche Descendante..... | 6 |
| 2.4. La Problématique..... | 7 |
| 2.4.1. Présentation | 7 |
| 2.4.2. Concepts et Relations..... | 7 |
| 2.4.3. Plan Déterminé..... | 7 |
| 2.4.4. Articulation dans les Sciences de l'Information et de la Communication..... | 7 |
| 3. Traitement de la Problématique | 8 |
| 3.1. La veille dans la Production de Contenu par le Journaliste | 8 |
| 3.1.1. Définitions..... | 8 |
| 3.1.2. Les Nouveaux Outils de Veille | 8 |
| 3.1.3. Les Méthodes..... | 9 |
| 3.1.4. Le Journaliste évolue | 9 |
| 3.2. Producteurs Passifs et Actifs de l'Information | 10 |
| 3.2.1. Les Journalistes..... | 10 |
| 3.2.2. Les Lecteurs | 11 |
| 3.3. Influence des Lecteurs sur le Contenu..... | 12 |
| 3.3.1. Des Indicateurs de Vérité | 12 |
| 3.3.2. Lier Journalistes et Lecteurs | 12 |
| 3.3.3. Les Web-Commons..... | 13 |
| 3.3.4. La Révolution par les Réseaux Sociaux | 13 |
| 4. Synthèse Générale | 14 |
| 5. Conclusion | 15 |
| Bibliographie..... | 18 |

1. Le Cadre du Projet Professionnel

1.1. Présentation de l'Entreprise d'accueil et ses Objectifs

1.1.1. Situation géographique

Même si les deux acteurs de l'agence de presse sont continuellement en déplacement en Lorraine, ils ont besoin d'une salle de presse, pour se reposer, le temps d'un article. Les bureaux de LOR'actu.fr sont à Metz, au numéro 53 de la rue des allemands. L'organisme se remarque facilement, bariolé des mêmes couleurs que le logo, orange et bleu. Un salon est disposé à l'entrée pour les personnalités et les interviews.

1.1.2. Histoire de LOR'actu.fr

LOR'actu.fr, c'est l'aventure de deux jeunes lorrains, débutée il y a 3 ans. Leur nom est la contraction de Lorraine et actualité. De fil en aiguille, la société a gagné en notoriété, en lecteurs. Très présents sur les réseaux sociaux, les jeunes cadres ont agrandi leur emprise sur la toile médiatique.

Ils sont installés depuis un an et demi dans leur nouveau local, à Metz.

Aujourd'hui, LOR'actu.fr, c'est de la politique, de l'économie, du sport, des phénomènes de société pour plus de 350 000 lecteurs, en gratuité. Leur slogan ? 100% actu, 200% Lorrain.

1.1.3. Les Objectifs

LOR'actu.fr est le second site d'informations le plus lu en Lorraine. Le site s'intéresse principalement à la politique et aux faits divers. Mais le plus grand nombre de lectures est obtenu avec les phénomènes de société. Six à sept articles sont produits par jour. Leur principale source de revenu reste la publicité, LOR'actu.fr étant un site gratuit. Des actions marketing avec des partenaires -comme la SNCF- sont régulièrement organisées.

Aujourd'hui, le capital social de l'entreprise s'élève à 3 000€. L'objectif principal pour les deux entrepreneurs est d'informer les Lorrains tout en conservant le statut de gratuité. Le lectorat visé est particulièrement jeune, très sollicité sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter.

Grâce à sa renommée, LOR'actu.fr s'assure d'être présent sur tous les événements lorrains. Attirée par son dynamisme et sa réactivité, les institutions de la région contactent régulièrement l'entreprise pour toucher un maximum de lecteur. Parfois même, l'exclusivité est accordée au média.

1. Le cadre du Projet Professionnel

1.2. Le Projet Professionnel

1.2.1. La Culture « Digitale »

Après le lycée, je me suis inscrit en DUT informatique pour devenir un spécialiste de la réalité virtuelle. J'étais attiré par le domaine des infographies et de l'imagerie numérique. Ancré dans une culture numérique, j'ai grandi avec l'évolution d'Internet, l'apparition des smartphones¹ et des tablettes. Ces nouveaux outils technologiques permettaient d'être connecté en continu.

A la fin de mon DUT, j'ai choisi de poursuivre mes études en DUT communication des organisations, spécialisé en méthodes et pratiques numériques. C'est là que j'ai découvert une passion réelle pour le maquettage de magazine, de site web. Grâce à des logiciels, je travaillais sur l'agencement de contenus textuels et audio-visuels.

Ensuite, mes connaissances m'ont poussé vers la licence information communication pour m'initier aux principes du journalisme. Après, l'utilisation de logiciel de mise en pages, j'ai été formé aux techniques d'écritures sur le web.

1.2.2. Expériences Professionnels

Ma première expérience date de 2012. J'avais intégré une équipe d'informaticiens pour restructurer la charte graphique d'un intranet. Au départ, j'éprouvais beaucoup de difficultés à répartir mes tâches sur un laps de temps. S'organiser a été l'une de mes premières compétences. C'était à moi de décider si les requêtes demandées étaient réalisables et en combien de temps je pouvais m'en acquitter.

Pour mon DUT en communication, j'étais chargé de la communication pour une entreprise de négoce de vins. Mon supérieur attendait de moi une autonomie complète. En fin de semaine, je faisais le point avec lui pour lister les projets de la semaine suivante. Grâce à ce stage, mes compétences en graphismes ont évolué, me permettant de réaliser des maquettes et des logos.

Enfin, en licence, mon expérience professionnelle s'est déroulée dans un organisme de presse web. Grâce à mes précédentes compétences, j'ai su faire preuve d'initiatives. Ce qui m'a valu l'impression d'être un véritable employé dans l'entreprise. Beaucoup de responsabilités m'étaient échues.

Plus tard, je vise le statut de concepteur multimédia qui allie infographies et contenus textuelles, audiovisuelles. Précisément, j'espère intégrer le secteur numérique en travaillant sur l'affichage et l'interaction sur tablettes et smartphones.

¹ Téléphones nouvelle génération, fonctionnant avec un O.S. fluide permettant d'utiliser des applications.

2. Problématisation du contenu dans le Web 2.0

2.1. L'approche méthodologique

2.1.1. La problématisation par Donalds Lehmann

Donalds Lehmann, docteur en philosophie, formule en 1985 une approche méthodologique de résolution d'un problème. Conçue en 7 étapes, Mr Lehmann choisit de définir un problème en formulant des hypothèses pour aboutir sur l'analyse et l'interprétation d'une problématique. Ce modèle a servi de base dans mon processus d'élaboration, détaillé par la suite.

2.2. Application de la Méthodologie

2.2.1. Définition du Problème

Dans mes recherches, je m'intéressais au principe d'interaction entre les lecteurs et Internet. Mes premières pensées se tournaient vers comment interagir avec les lecteurs sur Internet. Ecrire sur le web oblige le rédacteur à modifier son style d'écriture. Plusieurs supports digitaux sont possibles et c'est aux journalistes de les exploiter pour clarifier l'information et l'étoffer en même temps.

Aujourd'hui, l'expérience des médias est prolongée. Internet permet de toucher un plus grand nombre de lecteur, notamment les plus jeunes. La circulation de l'information est plus rapide. Le lecteur a l'occasion d'interagir avec le contenu publié, il faut faciliter cet échange. Nous pouvons ainsi formuler comment évolue le contenu dans le web 2.0 entre journalistes et lecteurs ?

2.2.2. Conceptualisation

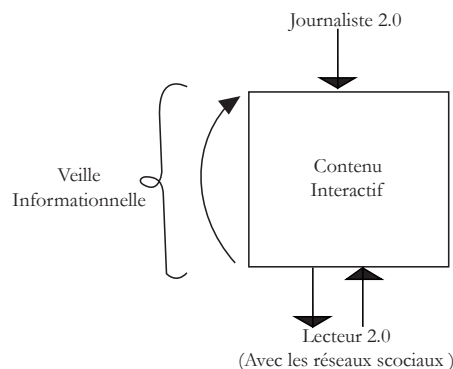


Schéma 1

Le Contenu Interactif Conceptualisé

Ce schéma est une représentation simplifiée du processus de contenu interactif. A l'origine de la chaîne, le journaliste effectue une veille à la fois informationnelle et concurrentielle. Les

2. Problématisation du contenu dans le Web 2.0

relations entre les concepts apparaissent. En l'occurrence, trois hypothèses émergent de ce modèle.

2.2.3. Recherche d'Information

Les domaines du journalisme et du web 2.0 émergeront principalement dans l'investigation du rapport. Nous pouvons d'ores et déjà nous intéresser aux principes de producteur de l'information avec des producteurs passifs et des producteurs actifs. Enfin, le principe de veille permettra de relier ces différents concepts.

2.2.4. Instrument de Recherche

De premières observations peuvent être réalisées. Il devient aisé d'accéder rapidement aux ressources médiatiques. Je suis moi-même un consommateur de l'information. A l'image de l'application Flipboard, cette plateforme regroupe tous les fils d'actualités suivies sur les réseaux Twitter et Facebook.

De mon point de vue, Facebook et Twitter sont des plateaux de diffusion touchant un maximum d'internautes. De plus, un feedback est possible. En commentant et en partageant, les internautes participent à la diffusion.

Quant à l'expérimentation, j'ai remarqué qu'en production de contenus, il faut étoffer les données en usant d'hyperliens et de réalisations audio-visuels. De plus, des infographies liées à des plateformes de partage joueront le rôle d'incubateur.

2.2.5. Collecte d'Information

Au final, je me suis appuyé sur des articles et des écrits liés au journalisme 2.0. En l'occurrence, mes connaissances web en informatique et en communication digitale ont été mises à profit.

2.2.6. Analyse Des Données

Le livre *Le Journalisme 2.0.* a été la base du rapport de stage. Cours et articles ont ensuite servis à le compléter.

2.3. Approche de la Problématique

2.3.1. L'Approche Descendante

L'approche descendante, appelée aussi top-down, a permis de déterminer une stratégie de recherche en entonnoir. Cette démarche a ensuite permis d'aboutir sur l'émergence de

2. Problématisation du contenu dans le Web 2.0

concepts-clés. Grâce aux corrélations des concepts-clés, l'approche de la problématique a été progressive, vers le détail.

2.4. La Problématique

2.4.1. **Présentation**

La problématique de ce rapport de stage est « comment évolue le contenu dans le Web 2.0 entre journalistes et lecteurs ? ». Tout en travaillant sur l'interaction Web, il me fallait souligner l'importance du travail du journaliste dans la production de l'information. Je devais aussi présenter les lecteurs, impliqués dans la production de l'information. Enfin, la notion de Web 2.0 désigne le canal de communication aujourd'hui utilisé à travers les réseaux sociaux.

2.4.2. **Concepts et Relations**

Finalement, trois concepts ont été définis : le contenu interactif –tout ce qui est textuels et visuels sur Internet-, les journalistes, appelés producteurs actifs de l'information, et les lecteurs, nommés producteurs passifs de l'information. De même, trois relations émergent. La première concerne les journalistes. Ceux-ci sont en veille informationnelle et concurrentielle lors de la production de contenus interactifs. Après, la seconde relation décrit l'influence des lecteurs sur le contenu à travers les réseaux sociaux. Enfin, la dernière relation démontre les échanges entre le journaliste et le lecteur, tous deux producteurs de contenus.

2.4.3. **Plan déterminé**

Dans mon développement, nous verrons dans un premier temps, le principe de veille informationnelle et concurrentielle dans la production de contenus interactifs par le journaliste. Puis, je parlerai des producteurs actifs et passifs de l'information que sont le journaliste et le lecteur. Enfin, je terminerai par l'influence du lecteur et des réseaux sociaux sur le contenu interactif.

2.4.4. **Articulation dans les Sciences de l'information et de la communication**

Le journaliste est au cœur de l'information. La recherche, la reformulation, la diffusion, c'est le journaliste qui est la pierre d'achoppement de ce système.

Internet et les réseaux sociaux sont considérés comme des nouveaux médias. C'est un moyen plus rapide, plus vaste de relayer l'information. Les flux d'actualités sont en continu. Cependant, c'est un domaine à maîtriser car l'interaction avec le lecteur est imminente, les individus réagissent dès la sortie de l'information. Tout en jouant sur des notions de community manager, le journaliste doit écrire avec son public.

3. Traitement de la Problématique

3.1. La Veille dans la Production de Contenus Interactifs par le Journaliste

3.1.1. Définitions

On appelle veille, la surveillance permanente, prolongée, d'un environnement. Souvent appliquée à l'ère du numérique, la veille s'applique ici au journalisme. Qualifiée aussi de stratégie, nous trouvons deux types de surveillance dans le domaine de la presse. La première est dite informationnelle. Le journaliste peut décider d'aller à l'information ou de l'attendre. Le rédacteur compte sur ses propres sources, sur son carnet d'adresse pour se tenir informer. La deuxième veille est de type concurrentielle. Elle se limite à la surveillance des autres journaux. L'utilité est de se saisir de l'exclusivité d'un journal pour informer son propre public.

3.1.2. Les Nouveaux Outils de Veille

Aujourd'hui, les journalistes doivent faire face à la surabondance des informations. En plus du travail de terrain, régulièrement des dépêches d'agences leur sont envoyées. Submergés, ils doivent encore décrypter les flux RSS des sites auxquels ils sont abonnés. Enfin, il reste le contenu des internautes, c'est-à-dire, des commentaires et des vidéos, postés sur les réseaux sociaux. Autant d'afflux d'information qui garde le journaliste sous un joug tendu. Toutes ces démarches aboutissent au processus de veille.

Parallèlement, Eric Scherer (*Le Champion*, 2012) dresse un constat technologique plus précis. La connexion Internet à haut débit s'est invitée dans les organes de presse pour attirer le journaliste sur les blogs et les émissions de podcasts². Plus que des outils, YouTube, Facebook et Twitter³ sont des indicateurs sociaux, sources d'image, de vidéos et de contenus. En s'organisant avec ces nouveaux outils, le rédacteur web gagne du temps et touche l'information à la source. C'est ce que propose l'univers des applications sur smartphones et tablettes comme Flipboard ou Zite. Ces deux applications regroupent l'afflux d'informations des réseaux sociaux sur lesquels est connecté l'internaute. Cependant, le journaliste ne doit

² Emissions de radio téléchargeables.

³ Trois des réseaux sociaux les plus importants.

3. Traitement de la Problématique

pas négliger le fait que ces nouveaux outils sont aussi bien utilisés par lui que par le grand public.

3.1.3. Les Méthodes

En 1967, Marshall Mac Luhan⁴ avait défini « le village global », un monde auquel nous serions tous connectés. A présent, c'est un monde virtuel qui regroupe l'information, on parle même de « cloud »⁵. Plus besoin de se rendre sur le terrain pour les rédacteurs. Il suffit de se connecter au « village global ». Ce serait même « une compétence prisée des rédactions car elle permet paradoxalement de se rapprocher du terrain à la vitesse des nouveaux outils de transmission » souligne un professionnel (Le Champion, 2012).

Les smartphones sont liés à d'énormes progrès dans les processus de veille. On parle notamment du mode « push », plus connu sous le jargon de notification. Le média envoie une information sans attendre de feedback de la part du destinataire. Ce système est essentiellement disponible sur les tablettes et les smartphones.

3.1.4. Le Journaliste évolue

C'est un nouveau journaliste touché par la veille. Le journaliste de « desk » -dit de bureau-travaille dans des « open space »⁶. Deuxième notion, le journaliste est également qualifié de journalistes de données, puisqu'il doit tout collecter. En effet, il est plus rentable de travailler sur des informations à moindre coût en suivant le flux d'informations envoyées par dépêche.

Selon Philippe Merlant et Luc Chatel (Le Champion, 2012), il s'agit d'une « taylorisation du processus de fabrication de l'information une parcellisation des tâches. Le journalisme d'agrégation de reprise et de récupération remplace le journalisme d'investigation ».

Ainsi, le rédacteur en chef du site *slate.fr* va même jusqu'à préciser que le travail de ses confrères de la rédaction consiste pour partie à valoriser le remixage des nouvelles produites par d'autres et à chercher de nouveaux formats de présentation et d'écriture.

⁴ Expression « Global Village » de Marshall Mac Luhan, tirée de son œuvre *The Medium is the Message* en 1967

⁵ Le Cloud représente un nuage de données, synchronisées sur plusieurs appareils (tablettes, smartphones, ordinateurs)

⁶ Espace de travail séparé par des cloisons, souvent typique des rédactions.

3.2. Producteurs Actifs et Passifs de l'Information

3.2.1. Les Journalistes

Depuis peu, les médias ont intégré les industries de la culture. Ils sont très liés aux filières de l'audiovisuel, de la presse et de l'édition. Le secteur de la communication n'est pas en reste et la presse joue sur les réseaux de télécom, l'informatique et le Web.

Le rôle du journaliste a évolué. On ne lui demande plus de lire le courrier des mécontents comme dans le temps. En effet, lors d'une information erronée, les lecteurs pouvaient envoyer une lettre signalant les éventuelles erreurs présentes dans les productions. La démarche était bienvenue, mais le courrier arrivait tardivement et il était trop tard pour rattraper l'erreur. Ce que l'on demande aux journalistes présentement, c'est répondre aux questions face à face avec le public. Au final, le journaliste doit être mieux renseigné, plus pointu sur ses sujets.

C'est un public différent auquel le journaliste s'adresse. On parle même de fragmentation. On peut découper un public par classe, mais aussi par passion. Ces passions-elles-même qui le force à rejoindre des communautés.

Par conséquent, plusieurs facteurs entrent en jeu. Le plus important est le lien de confiance. Le public s'attache aux paroles du journaliste et attend de lui un comportement irréprochable. La seconde clause de ce contrat est la qualité de l'information. Plus, elle est enrichie, précise et complète, plus le public adhérera aux principes du journal. Enfin, une dimension pédagogique et utile renforcera le lien du journaliste avec ses lecteurs.

Finalement, toutes ses notions forcent les journaux à assumer entièrement leur éthique, leur culture. Ils doivent afficher clairement leurs opinions.

Plusieurs qualificatifs désignent le journaliste, ce producteur actif du web 2.0. Le premier est sans doute le journaliste pluri-média. Plusieurs supports s'offrent à lui et le caractérisent par son surnom. Ces plateformes d'informations, ce sont les réseaux sociaux, le liveblogging et les webdocumentaires.

Le liveblogging est l'une des innovations les plus appréciées par le lecteur. Traité de format narratif comme son nom l'indique, le liveblogging est représenté par une page web, continuellement mise à jour, toutes les minutes. Le principe est de rédiger⁷ des billets qui apparaîtront au fur et à mesure du rafraîchissement de la page web. Cette pratique de

⁷ Format texte constitué de 2 à 3 lignes pouvant être des images, des tweets ou de courtes vidéos.

3. Traitement de la Problématique

rédaction a d'abord été utilisée dans le milieu du sport. Elle permettait de suivre le déroulement d'un match. Le journaliste se contentait alors d'émettre des commentaires et d'utiliser de courtes vidéos, ou des photos pour compléter ses écrits. Ce phénomène s'est ensuite démocratisé en 2011 avec le séisme au Japon provoquant la catastrophe nucléaire de Fukushima.

Le deuxième outil interactif évoqué est le webdocumentaire. Identique à un jeu de réalité alterné, le webdocumentaire est un contenu interactif complet. Lié à des expériences de jeu et aux étapes d'un reportage, l'histoire de cet outil évolue dans le monde de l'information. Des vidéos, des articles et un site web invite le spectateur à s'interroger. Plusieurs degrés d'implication sont possibles, mais c'est l'environnement créé par le journaliste qui va plonger l'internaute dans la réalité du reportage

Enfin, il y a le journalisme de liens. Avec l'apport des nouvelles technologies, le journaliste est obligé de publier ses articles sur les réseaux sociaux. Le but est d'intégrer un maximum de mots-clés pour retomber sur le site ou le blog du journaliste. Sa première qualité est d'intégrer des liens de redirections. Nommés hyperliens interne, ce sont eux qui facilitent la recherche des internautes. Seulement, le journaliste peut également ajouter des liens externes vers d'autres sites. Plutôt considéré comme une valeur ajoutée, ajouter des liens externes démontrent les connaissances du journaliste et augmentent la véracité de ses propos.

3.2.2. Les Lecteurs

Grâce aux réseaux sociaux et aux smartphones, les lecteurs 2.0 deviennent à leur tour des journalistes. Plutôt décrit comme un lectorat jeune, le public du web 2.0 évolue essentiellement sur Internet. « Le public ne veut plus subir la grand-messe de 20h comme ses aînés » dénonce Thierry Thuillier (*Le Champion*, 2012). Ici, Mr Thuillier fait référence à des lecteurs passifs. Le média de la télévision ne joue pas sur la notion de feedback. Le lecteur se sent passionné et désire agir sur son environnement. En l'occurrence, ce phénomène est démontré par l'augmentation de la consommation de supports audio-visuels sur ordinateur et smartphones et non plus à la télévision.

Plusieurs visions démontrent que les amateurs sont attirés par le rôle des journalistes. Rémy Le Champion souligne que c'est « une simple envie de participer et de peser sur la vie de la société ou tout simplement à l'ambition de faire entendre leur voix » (*Le Champion*, 2012).

3.3. Influence des Lecteurs sur le Contenu Interactif

3.3.1. Des indicateurs de Vérité

Etant les premiers à réagir lorsqu'une information est publiée, les lecteurs jouent un rôle déterminant sur la véracité des articles. Souvent organisés en communauté, leurs réflexions les amènent à reconsidérer l'information entre eux. Un exemple concret serait la photo de la mort de Ben Laden. Cette photo avait rapidement été publiée par les médias. Immédiatement, les internautes se sont emparés du sujet. Evidemment, sur le réseau social Twitter, les quelques personnes qui étaient connectées à la toile en direct de l'Afghanistan ont vite dévoilé la supercherie.

3.3.2. Lier Journalistes et Lecteurs

Parfois, il arrive que journalistes et lecteurs se confondent. On parle alors de co-production de l'actualité. Il arrive régulièrement que le public donne des informations essentielles aux journalistes en termes d'images ou de vidéo. C'est ce qu'on appelle le journalisme de participation ou citoyen. Bien sûr, ces méthodes assurent l'exclusivité au public. Grâce aux connaissances pointues du public, il naît une confiance en l'intelligence collective de la part du journaliste.

Il existe même des plateformes de référence produites par les internautes. Elles sont appelées User Generated Contents. Similaire à des bases de données, ce sont des regroupements d'images et de vidéos. Nous pouvons ici mettre en avant le principe de « crowdsourcing ». « Crowd » signifiant foule en français, démontre que les internautes redeviennent des sources virtuels. Toujours fondés sur le principe des communautés, ce sont eux qui déterminent l'information.

Certains journaux ont ainsi décidé de proposer au lecteur un sujet de rédaction. C'est le cas du blog Newship qui compare deux types de publications. La première est la page de couverture officielle du média et la seconde représente celle voulue par les lecteurs. C'est ainsi une manière de constituer l'information à leur image. Ils pouvaient choisir l'importance de l'information, sa place et les images qui l'accompagnaient. Ces expériences ont démontré qu'ils existaient plusieurs disparités vis-à-vis de la perception du public.

3. Traitement de la Problématique

Enfin, les commentaires sont souvent révélateurs sur l'influence des internautes. Certaines rédactions ont décidé de mettre à profit ce statut spécial. Elles proposent à leurs lecteurs de participer à des conférences de rédaction en ligne.

Précisément, l'organe de presse *Rue 89* a choisi de publier des revues de commentaires reprenant les opinions les plus pertinentes de ses internautes. De même, le *buffington post* a été créé en 2005 grâce à des blogueurs sélectionnés. Ce site est d'ailleurs qualifié de site contributif.

3.3.3. Les Web-Commons

Depuis l'apparition d'Internet, des web-commons se sont constituées. Ce sont des communautés qui fonctionnent en autonomie et qui construisent leur propre réseau d'informations. Souvent considérées comme des références, elles sont indispensables à la circulation de l'information. Ces organisations s'emparent du processus de production de l'information. A l'image de *Wikinews.org*, conçu en 2004 sur les mêmes bases que *Wikipédia*⁸. Ce site répertorie des articles produits par des internautes sans expérience journalistiques.

3.3.4. La Révolution par les Contenus Interactifs

Grâce aux réseaux sociaux, les gens ordinaires expriment leur pensée. A cette occasion, le « printemps arabe » a été l'un des événements historiques très commentés sur Internet. Grâce à des photos amateurs, nous comprenions la situation du pays. Certains blogs dénonçaient les abus de pouvoir et permettaient de rallier des communautés.

A l'identique, c'est grâce à Twitter ou à Facebook que nous avons entendu parler du mouvement de contestation en Syrie. En effet, aucun journaliste ne pouvait se rendre sur les lieux. Seules les vidéos de YouTube ou les commentaires de Facebook pouvaient faire un état de la situation en Syrie.

⁸ Encyclopédie communautaire sur Internet.

4. Synthèse Générale

Le journaliste, un métier au cœur de l'information. La recherche, la reformulation, la diffusion, c'est le journaliste qui est la pierre d'achoppement de ce système. Avant, il suffisait de se rendre au café du quartier pour être au courant des nouvelles locales.

La presse est régie par des lois, dont la loi de proximité. Le lectorat est intéressé en premier, par les évènements se déroulant à proximité.

Avec le monde numérique, le journaliste doit se reconverter pour relayer l'information sur les nouvelles technologies. Le métier évoluant, c'est au journaliste de trouver des méthodes modernes pour intercepter les dernières nouvelles. Le facteur technologique n'est pas l'unique cause de cette reconversion. Le secteur de la presse connaît une pression économique, forçant les journaux à se diversifier pour attirer un lectorat différent, le lectorat 2.0.

Le journaliste n'a plus besoin de se déplacer, il peut trouver l'information d'un simple clic, à lui de vérifier la véracité de la source. Ses attributs ont changé, il est constamment en veille informationnelle sur le net, à flairer le buzz, qui déclenchera la réaction en cascade des internautes.

Internet, les réseaux sociaux, doit-on les considérer comme des nouveaux médias ? Où sont leurs places ? C'est un moyen plus rapide, plus vaste de relayer l'information. Les flux d'actualités sont en continu. Cependant, c'est un domaine à maîtriser car l'interaction avec le lecteur est imminente, les individus réagissent dès la sortie de l'information.

Internet est la quatrième révolution après l'écriture, l'alphabet et l'imprimerie. L'information se développe, ce n'est plus le « one to many » mais le « many to many ». Le passage du Web 1.0 au web 2.0 a permis d'intégrer la notion de participation dans le secteur du journalisme. Le journaliste doit sans cesse penser avec son public et développe des stratégies dans le but de l'intégrer dans ses productions. Sans doute est-ce le futur du journalisme. Le public sera situé en haut de la hiérarchie du processus de production de l'information.

5. Conclusion

Le stage a été la preuve de nouvelles responsabilités. Des prises d'initiatives ont permis de mesurer mon implication dans l'entreprise. Terminer les articles dans la journée, quelque soit la durée de travail était ma priorité.

Sur le déroulement d'une journée, je recevais mes sujets d'articles le matin. En moyenne, mon tuteur attendait une production de six articles minimum par jour. Evidemment, cette activité devait être réalisée en plus du travail sur le terrain.

Monsieur Zaugra, mon rédacteur en chef, venait régulièrement faire un point sur mon avancement. Cela me permettait de suivre l'évolution de mes réalisations et d'augmenter mon rythme de travail.

Au début du stage, mon principal problème fut l'organisation. Il me fallait réagir professionnellement aux attentes de mon tuteur. Je devais m'assurer de l'importance de mes articles afin de les rédiger sur des délais impartis. Le soir, je me forçais à écrire une liste d'objectifs à terminer dans la journée du lendemain.

Le stage m'aura sensibilisé sur le concept de ligne éditoriale. En mesurant l'ambiance sur les réseaux sociaux, je comprenais le lectorat qui me faisait face. Cela exigeait de ma part un effort pour écrire un format web et concis. Plusieurs fois, j'étais chargé de la veille médiatique. J'ai vite compris quels étaient les médias les plus influents en Lorraine. Grâce aux quantités d'abonnés sur les réseaux sociaux, ou les nombres de vues de certains articles, je déterminais les priorités des sujets.

Puis, j'ai saisi l'importance de décrire les événements en directs lors de conférence de presse. Sur mes reportages de terrains, il m'était plus facile d'intéresser les lecteurs en décrivant l'instant présent.

A terme, j'ai parfaitement réussi mon intégration dans l'entreprise. J'ai su gagner la confiance de mon tuteur. Je me suis montré motivé et efficace. Notre travail en équipe fut payant pour chacun d'entre nous. Monsieur Zaugra me livrait une confiance aveugle. J'avais l'impression d'être moi-même un second rédacteur en chef, lorsque Nicolas me délégait certains sujets. J'ai également eu le sentiment d'être un réel employé dans l'entreprise lorsque j'ai été qualifié

5. Conclusion

d'envoyé spécial par LOR'actu.fr.

Mes connaissances en matière d'écriture ont été complétées par les exercices. Je savais réagir professionnellement en sélectionnant mes travaux les plus pertinents. Dès qu'un article ou un reportage était terminé, l'entreprise le publiait immédiatement. Malgré tout, je fonctionnais souvent en autonomie. J'étais moi-même l'organisateur de mes journées. Je planifiais mes entretiens et mes conférences de presse. Mon tuteur se trouvait dans l'obligation de me demander mon planning pour me confier de nouvelles productions.

J'ai été immergé dans le monde de la presse et je me suis approprié les écritures journalistiques. Même si j'étais dirigé par un supérieur hiérarchique, c'était moi qui était le plus souvent en contact avec le public. En effet, avant de rédiger son article, puis de le publier, il faut connaître son lectorat.

Trois enseignements de la licence ont été décisifs dans la construction de ce rapport. De plus, ces deux matières m'ont initié à l'écriture web.

La première unité d'enseignement est l'écriture journalistique, enseignée par Monsieur Poncin. Tout en explorant les outils digitaux du journaliste, le professeur m'a formé à écrire un format prédéfini. La matière était payante par son aspect concret, tous mes articles étaient publiés sur un blog. Cette unité m'a permis d'acquérir les premières caractéristiques du journaliste amateur.

La seconde matière est l'image contemporaine, enseignée par Monsieur Marty. Ce cours tourne autour de la réflexion de l'image et des contenus interactifs sur le public internet. Tout en évoquant les réseaux sociaux, la matière permet de cibler les phénomènes de mode propre aux communautés.

Enfin, la recherche et l'exploitation des sources journalistiques se sont révélées très pratique durant mon stage. Toujours enseignées par Monsieur Marty, ces deux approches décrivaient des méthodes de recherche sur Internet et la façon d'interpréter les informations. Notamment, comment identifier qu'une source était véridique. Grâce à la théorie, j'ai pu mettre en pratique et ajouter l'expérience du stage à la matière.

Bibliographie

Grégory, R. (2010). *Le Journalisme sur Internet Comment informer autrement*. Paris: ISCPA Institut des Médias Paris.

Le Champion, R. (2012). *Journalisme 2.0, Nouvelles Formes Journalistiques, Nouvelles Pratiques* (Vol. 1). Paris: La Documentation Française.

Pavesi, A. (2012, 12 27). *Le journaliste 2.0 peut-il remplacer le journaliste traditionnel?* . Consulté le 05 11, 2014, sur île 2.0: <http://ile2-0.webnode.fr/news/le-journaliste-2-0-peut-il-remplacer-le-journaliste-traditionnel-1/>

Padellec, P. L. (2013, 07 17). *Le journaliste 2.0 devient-il une marque à part entière ?* Consulté le 05 11, 2014, sur l'atelier du numérique: <http://atelierdunumerique.com/le-journaliste-2-0-devient-il-une-marque-a-part-entiere/>

Nom de l'étudiant :

Hugo GIRET-BUTZ

girebutzhugo@yahoo.fr

Titre du rapport :

Evolution du Contenu Interactif sur le web 2.0.

Coordonnées complètes de l'entreprise :

LOR'actu.fr

53, rue des allemands

57 000 Nancy

tél. 0892 494 492

fax 0972 115 870

contact@loractu.fr

Secteur d'activité de l'entreprise :

Organe de presse

Nom, fonction et coordonnées du tuteur professionnel :

Nicolas ZAUGRA, Rédacteur en chef

Tél. 06 66 95 04 19

nz@loractu.fr

Tuteur universitaire :

Monsieur Poncin

Type de fonction exercée dans l'entreprise :

Rédacteur

Activité principale réalisée durant le stage : (10 lignes maxi)

Rédaction de contenus à titre journalistique sur l'actualité en Lorraine. Les sujets traités sont la politique, l'économie, le sport et les phénomènes de société. Participation à des conférences de presse, meetings. Réalisation de reportages, micro-trottoir. Veille informationnelle et concurrentielle, Revue de presse.

Métier visé :

Concepteur Multimédia

Durée du stage : 1 mois et deux semaines

Date de stage : du 6 janvier au 16 février

