

## LES INFORMATIONS VÉHICULÉES VIA INTERNET : LA PART DE LA PRESSE EN LIGNE

**Kouassi Akpan Desiré N'GUESSAN**

Université Félix Houphouët-Boigny

[dezakpan@gmail.com](mailto:dezakpan@gmail.com)

&

**Yaya KONATE**

Université Félix Houphouët-Boigny

[Konatyay60@yahoo.fr](mailto:Konatyay60@yahoo.fr)

**Résumé :** La prolifération des moyens de diffusion et de réception de la communication et de l'information pousse les citoyens à ne plus fournir suffisamment d'efforts pour s'informer, puisque désormais, c'est l'information qui vient à eux. Il suffit de posséder un appareil connecté à internet pour avoir accès à plusieurs articles publiés sur le web et à tous types d'information. Or, s'informer n'est pas aussi simple qu'on voudrait le faire croire d'autant plus qu'il faut fournir des efforts pour avoir les informations crédibles. À partir des informations diffusées par des sites de la presse en ligne, il s'agira de montrer que toutes les nouvelles qui sont publiées ne sont pas suffisantes pour former et informer le citoyen si ce dernier n'y met pas du sien. Surtout que, ce moyen d'information contient les tares qu'on pourrait reprocher à Internet.

**Mots-clés :** TIC, journalistes, presse en ligne, Internet.

### INFORMATIONS CONVEYED BY INTERNET: THE SHARE OF THE ONLINE PRESS

**Abstract:** the proliferation of means of disseminating and receiving communication and information (smartphones, laptops, smart television, etc.) pushes citizens to no longer make enough effort to inform themselves; since now it is the information that comes to them. All you need is a connected device to Internet to get access to several articles published on the web and to all types of information. However to be informed is not as simple as we would like, especially since we must make some efforts to get credible informations. From the information disseminated by online press sites, it will be a question of showing that the news that are published are not sufficient to train and inform the citizen if the latter does not do his part. Especially since this means of information contains flaws that could be blamed on the internet.

**Keywords:** TIC, journalists, online press, Internet.

### Introduction

Avec le développement fulgurant des technologies de l'information et de la communication, l'espace et le temps sont raccourcis, de sorte qu'un événement se déroulant dans une contrée quelconque peut être connu du monde entier en un laps de temps très court. Ce fait est rendu possible car l'on dispose de chaînes d'information en continu (CNN,

BBC News, France 24, etc.), de nombreux satellites assurant les relais, sans oublier Internet qui a favorisé la création de différents sites d'informations qui diffusent l'actualité en temps réel et les réseaux sociaux. Cette prolifération de canaux de diffusion et des moyens de réception (smartphones, ordinateurs portables et tablettes, télévisions connectées) poussent les citoyens à ne plus fournir d'efforts pour s'informer, puisque désormais, c'est l'information qui vient à eux et non le contraire. Eu égard au nombre pléthorique de sites d'informations et de la rude concurrence que se livrent les différents acteurs du monde des médias, la tendance désormais est de faire passer l'information pour du divertissement ou de s'en rapprocher suffisamment afin d'attirer un grand nombre de visiteurs (Ramonet, 1999). Ce qui pousse à croire que s'informer est une tâche facile qu'on pourrait exécuter sans grand effort. Mais, cette facilité apparente peut avoir d'énormes revers pour le citoyen. Ainsi, pour ce présent travail, la question à laquelle nous serons confrontés est la suivante : les informations véhiculées par la presse en ligne sont-elles suffisantes pour informer et former le citoyen ? Nous partons de l'hypothèse que, malgré la prolifération des nouvelles mises à la disposition du citoyen du fait du développement des TIC et d'Internet, de bonnes informations et formations nécessitent plus de moyens et d'efforts car le désir d'information est plus complexe qu'il n'en a l'air. Aussi, notre objectif consistera-t-il à montrer que tout individu voulant s'informer correctement doit faire plus d'effort et chercher à aller au-delà des informations qui sont mises à sa disposition gracieusement s'il veut avoir une meilleure compréhension de l'actualité. Pour mener à bien cette réflexion, une présentation du cadre théorique et méthodologique s'impose d'abord. Ensuite, seront passées en revue les différentes caractéristiques et particularités des informations mises en ligne. Et, enfin, il sera question des données à considérer pour avoir des informations se rapprochant des faits.

## 1. Cadres théorique et méthodologique

La présentation des informations par les médias a connu de nombreuses mutations mais, ces dernières années, ces changements sont plus fulgurants du fait du développement des technologies de l'information et de la communication au point où l'on parle de bouleversement.

### 1.1. Cadre théorique

La vulgarisation des technologies de l'information et de la communication a impacté tous les modes de diffusion de l'information et du savoir, ainsi que la manière dont les médias traitent ladite information. Cet impact a aussi occasionné une certaine confusion dans le milieu des médias. Voici pourquoi P. Charaudeau (2011) pense que :

une première distinction s'impose si l'on veut traiter de ces questions : « information » et « communication » sont des notions qui renvoient à des phénomènes sociaux ; les médias constituent un support organisationnel qui s'emparent de ces notions pour les intégrer dans leurs diverses logiques économique (faire vivre une entreprise), technologique (étendre la qualité et la quantité de leur diffusion) et symbolique (servir la démocratie citoyen).

P. Charaudeau (2011 :9)

Ainsi, convient-il de faire une distinction entre communication et information. La communication, et plus précisément la communication de masse, fait référence à l'ensemble des procédés par lesquels des groupes de spécialistes utilisent les médias pour vulgariser un contenu informatif ou symbolique, et se caractérise par le recours aux techniques les plus diverses (C. Baylon et X. Mignot, 1994). Quant à l'information, P. Charaudeau (2011 : 24) pense que : « c'est, dans une définition empirique minimale, le fait qui consiste, pour quelqu'un qui possède un certain savoir, à transmettre celui-ci, à l'aide d'un certain langage, à quelqu'un d'autre qui n'est pas sensé posséder ce savoir ». Il y a donc d'un côté un individu pourvoyeur de savoir, le journaliste dans notre cas d'espèce, qui s'adresse à une ou plusieurs personnes à qui il propose ses services afin de combler leur ignorance par l'intermédiaire des médias.

Pour la présente étude, il convient de s'appuyer sur l'« agenda setting », théorie élaborée par Maxwell Mc Combs et Donald Shaw (1972) qui stipule que la fonction de l'agenda setting des médias peut se rapporter aux moyens qu'ont ceux-ci d'induire des changements au niveau cognitif chez leurs utilisateurs (Rieffel, 2001). L'agenda setting se déroule en trois étapes, au nombre desquelles on peut citer d'abord l'agenda des médias qui abordent les enjeux ou l'actualité qu'ils jugent prioritaire ; ensuite l'agenda du public qui tient compte de ce qui est important aux yeux du public ; et enfin l'agenda des politiques qui regroupe les grands enjeux au niveau politique. Ainsi, comme on peut le remarquer de nos jours, les entreprises, les institutions et les groupements politiques ou organismes de tout genre disposent d'un service de communication chargé de fournir les informations les concernant aux populations en général. Cette manière de procéder influence les informations qui sont véhiculées, car contrairement au journaliste qui est astreint à la neutralité et à l'impartialité, les communicants, eux, distillent des messages orientés puisqu'ils sont au service de ces organismes ou annonceurs. Autrement dit, tous ces différents groupes évoluent en fonction d'un agenda qui leur est propre et auquel peut s'appliquer cette théorie. En outre, il convient de spécifier la différence entre la communication et l'information quand on sait qu'il y a une certaine confusion qui règne à ce niveau. La communication peut être l'œuvre de tout individu, groupe d'individus ou d'entreprises véhiculant des messages dans leurs propres intérêts. Quant à l'information, elle relève d'un groupe d'individus particulier, les journalistes, qui se sont donnés pour mission d'éclairer la lanterne des citoyens et leur activité est régie par des normes et règles (code d'éthique et de déontologie du journalisme). Mais, avec l'avènement de technologies de l'information et de la communication, tout le monde communique désormais ; de sorte qu'il y a une certaine confusion qui règne dans le monde des médias entre communication et information, ce qui ne permet pas aux populations, aux simples citoyens, de faire la part des choses (I. Ramonet, 1999).

Néanmoins, on peut affirmer que la communication, de même que l'information, sont le fondement de la vie sociale, d'autant plus qu'elles permettent aux individus d'établir des liens entre eux et donc de vivre en société, sans oublier qu'elles peuvent signifier un moyen pour une meilleure compréhension de la vie démocratique (J. Lazar, 1993). À partir de la théorie de l'agenda setting, nous verrons la présentation que les médias font de l'actualité qu'ils traitent et l'agenda qui les sous-tendent.

## 1.2. Cadre méthodologique

Particulièrement pour ce travail, pour comprendre les changements et mutations en cours dans les médias, en ce qui concerne la conception de l'information, il a fallu opérer une relative comparaison entre la presse écrite (version imprimée ou papier) et la presse numérique (ou journal en ligne). En ce qui concerne la période de temps, il est nécessaire de retenir la période des années 2000, qui ont vu l'évolution progressive d'Internet et son utilisation par les journaux qui commençaient à se doter de sites d'informations en liens directs avec la version imprimée. Néanmoins, des changements concernant la presse écrite à différentes périodes peuvent être observés. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle des observations ont été mises en relation avec la presse écrite et la presse numérique lors de la conception des premiers sites d'information sur internet appartenant à des journaux imprimés. En d'autres termes, les premiers sites d'information concernant la presse en ligne reprenaient carrément les versions imprimées. Et enfin, pour aller plus loin, il était nécessaire de faire un rapprochement, par l'entremise des recherches qui ont été menées sur les médias et leurs discours, plus précisément celles portant sur les journaux avant et après internet, car la presse numérique a été rendue possible et plus accessible grâce à l'évolution des technologies de l'information et de la communication, mais surtout grâce à Internet.

## 2. Les caractéristiques de la presse en ligne

L'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication a permis à la presse écrite de connaître une certaine évolution et même de se réinventer tant au niveau du traitement de l'information que de sa divulgation. Mais, on peut remarquer que cette évolution a eu un impact notable dans le traitement, la quantité et la qualité de l'information qui est proposée aux lecteurs.

### 2.1. Le journalisme numérique

L'évolution technologique de ces dernières années a favorisé le développement du journal numérique. Et plusieurs grands journaux traditionnels, pour éviter de faire faillite mais aussi pour accéder aux parts de marché liées au numérique, ont conçu des sites internet qui leur permettaient, tout au début, de publier leur version papier en ligne. Selon N. Almar (2007) :

[...] en 2000, les journaux quotidiens en ligne français, sous leur forme gratuite, n'ont pas exploité les potentialités techniques du support Internet. Ils restent proches du support papier et présentent peu de spécificités. Cela tient en partie à une certaine hésitation des acteurs de la presse écrite, encore à la recherche au début des années 2000, d'un modèle économique de la presse en ligne.

N. Almar (2007 :24)

Mais, à la suite du développement de ces technologies, on a assisté à une transformation radicale de tout le processus de traitement et de production de l'information. Ce bouleversement a aussi permis à la presse en ligne de se réinventer, d'où l'apparition de plusieurs changements. L'un des points importants à observer au niveau du journalisme numérique concerne les acteurs qui animent cette filière. Auparavant, quiconque aspirait au métier de journaliste devait suivre un cursus universitaire précis pour acquérir les

connaissances devant l'aider à pratiquer ce métier. Mais, avec le déploiement tous azimuts des technologies de l'information et de la communication, nul besoin de suivre impérativement une formation de journaliste pour en devenir un ; surtout que l'évolution des technologies entrant en ligne de compte pour la production de l'information avance à un rythme effréné. La question qui se pose alors est celle de savoir s'il faut former au métier de journaliste des ingénieurs en informatique ou vice versa (Nygaard, 1997, cité par N. Almar (2007)). Car les acteurs du journal numérique se doivent de posséder de très bonnes connaissances en informatique ; ce qui n'était pas le cas par le passé. On peut aussi souligner le fait que le journal numérique offre aux lecteurs de nombreux avantages auxquels il leur est impossible d'accéder avec un journal papier. Au nombre de ceux-ci, on a les liens hypertextuels qui permettent d'approfondir les recherches en ayant accès à d'autres sources. Avec cette architecture, on peut remarquer que « les liens hypertextuels relient l'internaute à une multiplicité de sources d'information. Le lecteur ne se limite plus au journal, il étend sa recherche au sein des liens infinis du réseau mondial » (N. Almar, 2007 : 17).

Quant à l'organe de presse, le numérique lui permet de réduire de façon considérable les coûts de production et de distribution de ses produits, sans oublier qu'avec la disparition des intermédiaires, il y a un allègement de ses charges. Avec le numérique donc, la presse devient un multimédia, puisque, désormais, le journal numérique peut intégrer à ses productions, en dehors des images qu'on retrouve dans la presse écrite traditionnelle, des fichiers sonores et mêmes vidéos ; ce qui était impossible auparavant. Et pour ce qui concerne la zone de couverture, un journal numérique qui avait au départ une audience locale peut être consulté hors de sa zone d'origine. Le journal numérique acquiert pour ainsi dire une nouvelle dimension. Le dernier point (et non des moindres) qu'il convient de souligner concerne l'interactivité que possède ce mode d'information. Il offre à toute personne ayant consulté un article en ligne la possibilité de laisser un commentaire (qui peut être un complément d'information si le lecteur en question est un spécialiste du sujet abordé) à l'endroit du journaliste ou des autres lecteurs ou encore en guise de réponse à un commentaire précédent. Cette interactivité est importante dans la mesure où elle permet au journal d'avoir un feed-back précis pouvant l'aider à corriger ou à améliorer certains aspects du contenu pour une meilleure information. En outre, avec le journal numérique, on peut avoir le nombre exact de personnes ayant consulté un article ou ayant visité le site. Cet élément est d'une importance capitale pour les annonceurs à la recherche des supports les plus visités pour leurs publicités, d'autant plus qu'un grand nombre d'abonnés ou de visites peut être considéré comme un gage de professionnalisme ou de qualité dans le traitement de l'information.

## ***2.2. L'information du journal numérique***

Le journalisme numérique est intéressant à plusieurs titres car, avec l'évolution des technologies de l'information et de la communication, le journaliste peut dénicher des informations précieuses et intéressantes sans toutefois prendre trop de risques ou fournir un grand effort. Ainsi, nul besoin de faire le déplacement à l'Assemblée Nationale ou dans certaines institutions, par exemple, pour avoir des informations qui sont disponibles sur leur site internet respectif. On peut donc remarquer que « grâce aux banques de données,

banques d'images, puis à l'internet, les rédactions ont progressivement accédé à une multiplicité de sources de toutes natures » (J-M. Charon ; 2011 : 17). Il en résulte que le journaliste n'a plus forcément besoin de se rendre sur le terrain pour sa quête d'information ; ce qui rend son travail beaucoup moins contraignant. Cela pousse J-M. Charon (2011 : 21) à parler de terrain virtuel car le journaliste, à partir de son poste de travail, peut avoir accès à plusieurs informations ou sources d'information.

Quant au contenu du journal numérique, on peut constater aussi une nette évolution à ce niveau car il se démarque de plus en plus de sa version papier, même si les sites en ligne des grands groupes de presse (leurs versions numériques) font des efforts en tenant compte de la déontologie du métier, surtout que :

le traitement de l'actualité en ligne se fait en continu et complète ainsi celui du papier. L'objectif est de rester au plus près de l'actualité tout en donnant une information vérifiée, exacte et expliquée. Que la rapidité du traitement n'altère pas la qualité de l'information.

N. Almar (2007 : 28)

Ainsi, certains groupes de presse, tout en continuant la publication d'informations en version papier, ont conçu des sites sur Internet leur permettant de faire des mises à jour régulières de leurs publications. Mais, cela n'est pas valable pour eux seulement. Le numérique ayant permis de réduire les coûts de production et de vulgarisation de l'information, plusieurs journaux uniquement numériques ont vu le jour et arrivent même à rivaliser avec les médias traditionnels qui dominaient le marché de l'information d'alors (presse écrite, radiodiffusion, télévision). Désormais, le numérique permet à la presse de fournir des informations en temps réel et de proposer des documents sous diverses formes (écrit, audio, vidéo). Cette pratique permet aussi à la presse en ligne de combler en quelque sorte le retard accusé par rapport aux autres médias d'information (la télévision, la radiodiffusion, ...). Grâce à Internet qui a opéré une révolution dans la distribution et le partage des fichiers numériques donc, le journal en ligne devient un multimédia s'intéressant à tout type d'informations et s'adaptant aux nouvelles réalités, tout en en tirant parti.

### ***2.3. Les pratiques lors du traitement de l'information***

Selon certains observateurs, des pratiques et normes caractérisant le journalisme d'information semblent être foulées au pied par la presse en ligne. En effet, les pratiques du journalisme en ligne se différencient de celles du journalisme traditionnel et commencent à s'imposer comme une norme propre à la presse en ligne, d'autant plus que le journaliste qui y intervient :

est un producteur de contenu en ligne qui rédige des synthèses et des produits complémentaires à partir de dépêches dans des délais extrêmement courts. Mais, il n'est pas la source première de l'information. Il ne va pas sur le terrain. Il reçoit des informations déjà mâchées par d'autres : agences, journalistes, etc.

N. Almar (2007 : 40)

Ainsi, ce qui peut être considéré comme un écart par rapport à la norme du journalisme d'information peut être perçu comme une mutation inhérente à la pratique du journalisme en ligne, qui tire profit des nouvelles technologies de l'information et de la communication et qui adapte ses pratiques conformément aux technologies en présence. Par ailleurs, le contenu de la presse en ligne se différencie également de la presse écrite, vu que les journalistes du web ont adapté leurs articles aux modèles produits par la publicité, d'autant plus que le passage au numérique a permis un certain renouvellement quant à l'identité éditoriale du journal (N. Almar, 2007). Ils privilégient les articles pouvant intéresser leurs lecteurs et les présentent de façon concise et simple, en les épurant de certains détails susceptibles de les rallonger ou de les compliquer. On pourra noter que c'est l'agenda des médias, précisément du journal en ligne qui est mis en exergue, d'autant plus que le journaliste, en proposant les nouvelles qui font l'actualité, dit de façon implicite que c'est cette information qui est importante ou digne d'intérêt pour le lectorat. Mais sachant qu'Internet met à la disposition du public plusieurs types d'informations et de données et qu'il ne dispose guère de suffisamment de temps pour vérifier les informations qu'il publie au risque d'en perdre l'exclusivité, le journaliste de la presse en ligne aura tendance à aller à l'essentiel en évitant de perdre du temps. Or, plus vite le journal numérique publie, plus il a de chance d'attirer un nombre important de visiteurs, ce qui est un indice de vitalité et de dynamisme pour le site ; ce qui pourrait aussi susciter l'intérêt des annonceurs pour d'éventuels contrats publicitaires, sachant que le plus souvent ces journaux numériques sont en accès libre. Ils ont donc besoin de faire du profit auprès des annonceurs. Les progrès réalisés par la presse en ligne, bien que bénéfiques, ont également des limites.

### 3. Les limites de l'information diffusée par Internet et la presse en ligne

Même si avec Internet et la presse en ligne, l'on a tendance à croire que s'informer devient plus facile, il ne faut pas oublier aussi que plusieurs informations diffusées sur Internet et reprises par la presse en ligne sont inexactes ou sont carrément des *fake news*<sup>1</sup>; sans oublier qu'une certaine confusion des genres règne sur le net.

#### 3.1. Confusion entre information et communication (commerciale)

Lorsqu'on se retrouve sur le site d'un journal numérique, on peut constater qu'il n'y a pas que de l'information qui est mise en ligne. On remarque que plusieurs offres commerciales y sont également proposées. Il s'agit de publi-reportages, de promotion et publicité de produits divers, de programmes de télévision traditionnelle ou de chaînes de télévision en ligne, de météorologie, etc. Aussi, peut-on remarquer que l'information générale qui doit être la principale activité du journal numérique est fondue au milieu d'une panoplie d'offres (publicités de toutes sortes, informations concernant les nouvelles technologies, annonces immobilières, la bourse, l'éducation, etc.). En outre, la tendance actuelle est à la transformation des organes de presse numérique en entreprise de communication. En effet, selon J. Lendrevie et B. Brochand (2001), est considéré comme entreprise de communication tout :

---

<sup>1</sup> Fake news désigne une fausse information, bénéficiant le plus souvent d'une large diffusion dans les médias, notamment sur Internet et les réseaux sociaux (Dictionnaire en ligne L'internaute).

[...] prestataire de service qui fournit à l'annonceur, son client, tout ou partie d'une gamme étendue de services variés. Ils peuvent s'ordonner en trois principales fonctions : - une fonction de conseil en communication : détermination de la stratégie, conception des campagnes publicitaires, - une fonction de création et de fabrication des annonces, - une fonction d'intermédiaire ou de négoce (en achat d'espace, en édition).

B. Brochand (2001 :496)

Or, la majorité des messages publiés sur Internet est le fait d'organismes (agences de communication en général) qui sont payés dans le but de faire passer des messages visant à influencer les prospects. Ce sont donc des messages motivés et intéressés qui sont ainsi véhiculés, et qui doivent être en principe différentes des informations relatives à l'actualité que sont censés véhiculer les organes de presse. Malheureusement, cette pratique est très répandue et elle peut prêter à confusion au niveau des lecteurs. Avec Internet, on observe également une certaine interpénétration qui prend de plus en plus d'ampleur entre les activités rédactionnelles et publicitaires au sein des groupes de presse numérique. Ainsi, « aujourd'hui, les groupes de presse s'orientent progressivement vers une fonction de « service rendu » au consommateur plutôt que celle d'éclairage de l'opinion publique » (N. Almar, 2007, p. 38). Se pose alors la question de la frontière de la profession de journaliste, puisqu'il peut intervenir aussi bien dans la fourniture d'informations, être documentaliste ou faire de la communication pour un tiers. Le flou concernant les pratiques journalistiques n'incombe pas seulement aux seuls professionnels des médias qui ont vu débarquer dans leur activité d'autres acteurs n'ayant pas les mêmes objectifs qu'eux. Dès lors que l'information est vue comme une marchandise susceptible de générer de grands profits, et que ce caractère semble l'emporter sur l'information et la formation des citoyens, et l'éclairage du débat public - objectifs qui étaient assignés au journalisme - cela ne peut que créer des bouleversements dans le traitement et la diffusion de cette dernière. Cette situation peut être exacerbée par le fait que, dans le but de s'imposer ou de maintenir sa part de marché à cause de la concurrence énorme que se livrent les différents groupes de médias et de presse « de nombreux cadres dirigeants des médias viennent désormais de l'univers de l'entreprise, et non plus du monde journalistique. [...] A leurs yeux, le *newbusiness*, le marché de l'information, est avant tout un moyen de faire des profits. ». (I. Ramonet, 1999, p. 23). C'est ainsi que le développement du journal numérique voit apparaître des pratiques journalistiques nouvelles, qui sont différentes de ce qui était connu jusque-là avec le journal papier. En effet, les journalistes, qui auparavant allaient chercher les faits, les traitaient et les fournissaient au public, ne détiennent plus le monopole de l'information. Désormais, plusieurs sources exposent elles-mêmes leurs données sur leurs propres sites, sur des réseaux sociaux, ou sur des blogs, d'où les journaux numériques ne font que les copier pour ensuite les reproduire (généralement sans les retoucher) dans leurs colonnes. Il n'est donc pas rare de retrouver les mêmes informations, avec les mêmes sources, publiées par plusieurs journaux numériques différents. Et, pour se faire remarquer et aussi attirer un plus grand nombre de lecteurs, le journaliste de la presse en ligne produit des articles en empruntant des techniques héritées de la publicité : les informations doivent être rapides, faciles et amusantes (I. Ramonet, 1999 : 281). On peut dès lors observer un discours des médias, en



général, et de la presse en ligne, en particulier, plus simplifié ; alors que le monde devient de plus en plus complexe. Or, selon C. Baylon et X. Mignot (1994 : 225) : « en simplifiant la réalité, on court alors un grand risque de la déformer ». Il revient donc aux lecteurs-citoyens de faire quelques efforts s'ils veulent être informés correctement.

### 3.2. *Journal numérique sous influence*

Il a été déjà mentionné plus haut que les transformations et bouleversements observés dans les pratiques liées à l'information ne sont pas l'apanage de la presse numérique uniquement. Ces changements ont commencé à impacter les médias lorsque la télévision est devenue le média dominant dans la transmission de l'information car elle a réussi à s'imposer avec le choc des images et à faire croire aux citoyens qu'il suffisait de voir un événement pour le comprendre (I. Ramonet, 1999 : 273). Ces bouleversements ont été accentués avec l'apparition d'Internet, remettant en cause le processus de traitement et la diffusion de l'information comme le faisait la presse écrite. Ainsi, selon Ekman et Widholm (2014) cité par V. Hébert et al. (2015, p. 17) :

les journalistes et les acteurs politiques deviennent à la fois des « acteurs des médias » et des « sources des médias », relatant ainsi un nouveau type d'interdépendance. Pour les politiciens, c'est un moyen de prendre le contrôle sur le discours public, et d'éviter ainsi des questions difficiles et certains examens critiques des journalistes.

V. Hébert et al. (2015 : 17)

Aussi, certains acteurs politiques voudraient-ils être maîtres de leurs propos et s'adresser à leurs concitoyens sans l'intermédiaire des journalistes censés fournir les informations aux lecteurs. En d'autres termes, il y a une lutte entre les différentes parties afin d'imposer son agenda aux lecteurs. Et ces derniers aussi ont commencé à s'adapter à cette nouvelle donne car ayant aussi leur agenda à faire passer. C'est ce que croient V. Hébert et al. (2015 : 17) citant Bennett et Iyengar (2008) qui :

[...] constatent [des] changements sociaux importants survenus depuis l'époque des grandes thèses sur les médias de masse. L'explosion de l'offre médiatique et l'arrivée d'Internet ont créé [...] un environnement médiatique fragmenté. Les réseaux d'information ont proliféré et se sont individualisés. Les individus se sont détachés des grandes institutions comme l'école, les partis politiques et les regroupements citoyens qui formaient un contexte commun de réception et d'interprétation des messages.

Bennett et Iyengar (2008 :107)

Vu que les institutions et les partis politiques ne font plus d'émules comme par le passé, certains individus ne se sentent plus obligés de suivre les médias traditionnels pour être informés des activités qui se déroulent au sein de ces institutions ; désormais, il leur suffit de suivre les réseaux sociaux ou Internet pour actualiser les informations qu'ils ont, au même titre que les journalistes. Au regard de tout ce qui précède, l'on croyait à tort ou à raison que la presse mourrait de sa belle mort. Mais, grâce à Internet qui a rendu possible le journal numérique, la presse écrite a déjoué ces pronostics et se renouvelle en s'adaptant au

nouvel environnement mis en place par les technologies de l'information et de la communication. La consommation de nouvelles sur les tablettes et les téléphones intelligents ne font que croître et la courbe n'est pas prête à redescendre de sitôt au vu des facilités que permettent ces technologies. Cependant, il y a une si grande surcharge informationnelle liée à Internet qu'il devient difficile de vérifier les sources. Or, cette grande quantité d'informations et cette absence de vérification des sources sont susceptibles de remettre en cause la fiabilité de l'information ; sans oublier que la surabondance d'informations est déstabilisante pour plusieurs lecteurs (N. Almar, 2007 : 25). C'est ce que confirment C. Baylon et X. Mignot (1994 : 178) lorsqu'ils remarquent que : « désormais, les significations s'effritent au profit des "nouvelles" : la vérité des énoncés compte moins que leur charge émotionnelle et leur caractère frappant. L'idée ne vaut plus que par son impact ». D'où l'effort que doivent fournir les citoyens pour une meilleure information et éviter d'accorder du crédit aux *fake news* et rumeurs qui ont envahi la toile. On peut donc retenir que certaines particularités constatées au niveau de la presse numérique qu'on pourrait qualifier de faiblesses, de bouleversements et/ou de biais, sont inhérentes à Internet, puisque ce sont les mêmes reproches formulés à l'encontre de celui-ci, et qui sont d'ailleurs difficiles à corriger, qui y sont reproduits.

### 3.3. *S'informer n'est pas aussi simple*

Pour comprendre un événement quelconque, les journalistes prenaient le temps de le suivre, de le maîtriser avant de le décrire au citoyen lambda qui pouvait ainsi le cerner. Mais, avec le développement des technologies de l'information et de la communication, et sous l'influence de la télévision, l'information ne se résume plus qu'à montrer l'histoire en marche, ou à faire assister aux événements en direct (I. Ramonet, 1999 : 272). Et suite à la domination de l'image et du direct, un grand nombre de journaux numériques a été conçu et propose une information gratuite aux citoyens. Ceci se présente comme un coup porté aux journaux traditionnels, car les individus préfèrent se contenter de ces informations gratuites au lieu d'acheter les journaux traditionnels ou de s'abonner à des sites d'information payants, qui sont plus indiqués pour leur fournir des analyses et enquêtes de qualité. Il s'ensuit que l'information et le divertissement ont tendance à se confondre dans la majorité de ces journaux numériques ou en ligne, ce qui n'est d'ailleurs pas propre à ce type de média. En suivant la tendance générale qui consiste à mettre en lumière n'importe quel fait susceptible d'intéresser les lecteurs, les médias en général et la presse en ligne ou journal numérique en particulier ont remis en cause certains concepts qui ont contribué à la noblesse du journalisme d'information dans le traitement de l'actualité. Ainsi,

désormais, un fait est vrai non pas parce qu'il obéit à des critères objectifs, rigoureux et recoupés à la source, mais tout simplement parce que d'autres médias répètent les mêmes affirmations et « confirment » [...] la répétition se substitue à la démonstration. L'information est remplacée par la confirmation.

I. Ramonet (1999 :275)

Dans un monde où il y a beaucoup de nouvelles et peu de temps qui leur est consacré, le citoyen doit réaliser qu'une bonne information nécessite aussi bien du temps que de

l'argent. Pour mieux s'informer, il doit nécessairement se référer à des journalistes qui sont spécialisés dans certains domaines de l'actualité. Il ne devrait pas se contenter uniquement des sources habituelles et surtout des informations en ligne, qui sont fournies gracieusement. Il doit garder à l'esprit que toute bonne information, comme tout bon service d'ailleurs, est payante. En effet, les sources habituelles, c'est-à-dire les mêmes sites, journaux, écrits et publications consultés régulièrement, ne font que confirmer les opinions de départ de leurs lecteurs ; d'où la nécessité de chercher d'autres sources plus indépendantes qui pourraient fournir des informations plus objectives et impartiales (C. R. Sunstein, 2012). On peut également remarquer qu'il y a eu un changement de statut en ce qui concerne l'information ; ce qui pousse I. Ramonet (1999 : 11) à soutenir que « l'information est avant tout considérée comme une marchandise, et ce caractère l'emporte, de loin, sur la mission fondamentale des médias : éclairer et enrichir le débat démocratique ». Dès lors, à partir du moment où le monde des médias considère l'information comme une marchandise ayant une certaine valeur pécuniaire, l'accent sera plutôt mis sur les profits à en tirer au détriment des autres valeurs (éthique, véracité, ...). En outre, de nombreux manquements observables au niveau des médias, en général, et de la presse numérique, en particulier, sont imputables à l'obsolescence ou à l'absence de normes et/ou de règles susceptibles d'encadrer efficacement ce milieu qui évolue à un rythme effréné. Le développement des technologies de l'information et de la communication a donc ouvert, grâce à Internet, de nouveaux champs à défricher et offrent de nombreuses possibilités d'action aux journalistes, surtout à ceux intervenant dans la presse numérique et même au citoyen lambda, en ce qui concerne la diffusion d'informations ou de données. D'où la prolifération de sites d'informations et de blogs animés par des acteurs n'ayant aucun lien le plus souvent avec le journalisme ou le milieu médiatique au départ.

## Conclusion

Le journalisme s'est doté de règle de fonctionnement afin de réguler son activité consistant à fournir aux citoyens des informations crédibles pour la marche optimale de la chose publique. Par la suite, plusieurs changements dans le secteur des technologies de l'information et de la communication ont fait évoluer le discours véhiculé par les médias et particulièrement celui de la presse écrite. Même si le journalisme est une activité sociale dynamique qui peut connaître des mutations, avec l'avènement de ces nouvelles technologies, il y a eu de véritables bouleversements ayant affecté la conception même de l'information et de sa diffusion. Ainsi, tout individu peut-il se constituer "journaliste" et relayer des informations à un nombre relativement important de personnes grâce à Internet et aux réseaux sociaux qui lui sont associés. Désormais, les lecteurs, dans certains cas, ont accès aux mêmes sources que les journalistes qui ne font que diffuser des informations dont ils ne prennent plus la peine de vérifier et recouper, par crainte d'en perdre l'exclusivité. Cette intrusion d'individus non qualifiés dans le monde des médias et de l'information, et la facilité de propagation des nouvelles que permettent les technologies de l'information et de la communication ont impacté le journalisme et ont des conséquences aussi sur leurs récepteurs/lecteurs en particulier, et sur ceux des médias en général. Néanmoins, il faut noter que les conséquences qu'on pourrait relever à la suite de ces bouleversements ne

concernent pas que la presse en ligne uniquement. Aussi, revient-il donc aux citoyens de faire des efforts, tant intellectuels que financiers, s'ils veulent avoir droit à une information de meilleure qualité.

### Références bibliographiques

- Almar, N. (2007), Du journal papier au journal en ligne : diversité et mutations des pratiques journalistiques : analyse comparative : La Réunion, Maurice et Madagascar, Thèse de doctorat, Université de la Réunion.
- Baylon, C. & Mignot, X. (1994). La communication, Paris, Nathan.
- Charaudeau, P. (2011). Les médias et l'information : l'impossible transparence du discours, Bruxelles, De Boeck Université, 2<sup>ème</sup> Ed.
- Charon, J-M. (2011). Les médias à l'ère du numérique, *Le journalisme numérique : formes, formats, frontières*, Les cahiers du journalisme 22(23) : 14-27.
- Hebert, V. G. S., É. T-P. (2015). Les effets des médias à l'ère du 2.0, Rapport d'étude présenté au Centre d'Études sur les Médias, Thierry Giasson (s/d) Département de science politique, Université Laval.
- Lazar, J. (1993). La science de la communication, Paris, P.U.F, 2<sup>e</sup> Ed.
- Lendrevie, J. & Brochand, B. (2001). Publicitor, Paris, Dalloz, 5<sup>e</sup> Ed.
- Ramonet, I. (1999). La tyrannie de la communication, Paris, Galilée
- Sunstein, C. R. (2012). Anatomie de la rumeur, Paris, Nouveaux Horizons
- Rieffel, R. (2001). Sociologie des médias, Paris, Ellipses