



Extrait du Documentation Académie de Rouen

<http://documentation.spip.ac-rouen.fr/spip.php?article169>

Les médias citoyens et participatifs

- Métier - Culture professionnelle - Les médias - Presse -

Date de mise en ligne : jeudi 13 mars 2008

Copyright © Documentation Académie de Rouen - Tous droits réservés

Une nouvelle société de l'information, fondée sur la culture de l'échange, des savoirs partagés se dessine. Réflexion autour des enjeux de la participation citoyenne : ces nouveaux supports d'information remplissent-ils efficacement leur rôle ? Peut-on leur faire confiance ? Quels bouleversements vont-ils engendrer ?

Les sites d'information estampillés « médias citoyens » ou « médias participatifs » ou encore appelés « journalisme citoyen » occupent une place non négligeable dans la blogosphère et sont consultés avec autant d'intérêt que les médias traditionnels de type télévision, radio ou presse écrite quotidienne.

Ces moyens d'expression d'un genre nouveau, liés à l'émergence du Web 2, répondent aux besoins des citoyens de s'impliquer davantage dans l'actualité en exprimant leurs points de vue, en suscitant des débats publics argumentés.

Les usagers de l'internet deviennent à leur tour des rédacteurs d'articles. Ainsi apprend-t-on, lors de la présentation des résultats d'un sondage mené en 2006 par [IPSOS pour l'association Graine de citoyens](#) que la moitié des internautes de 15/19 ans, ont créé leur blog.

L'explosion de ces nouveaux espaces de libre expression témoignerait-elle de la faillite des médias traditionnels, jugés souvent, trop formatés, pas assez libres ?

Ces nouveaux médias permettent surtout d'aborder la question de la fiabilité des informations et la place que l'on peut leur accorder dans nos pratiques pédagogiques de professeur documentaliste dans le cadre de l'ECJS, de l'éducation civique par exemple et plus largement, de l'éducation aux médias.

Il est d'autant plus important de s'intéresser à ces nouveaux sites d'information, que le [sondage](#) mené pour Graines de Citoyens démontre que 55% des jeunes de 15 à 25 ans effectuent des recherches d'informations liées à l'actualité et qu'ils sont 85%, dans cette tranche d'âge à se fonder sur les articles, dossiers des médias pour se forger leur propre opinion sur un sujet d'actualité ou de société.

1-Qu'entendons-nous par « médias citoyens » ?

La presse alternative n'est pas une idée nouvelle : nombreux sont les journaux qui revendiquent une totale indépendance et une liberté de ton qui leur sont propres et chères. Les nouveaux outils de communication et d'échange proposés par internet sous la forme de blog, wiki, forum, site web collaboratif, marquent une évolution certaine puisqu'ils permettent de faire réagir les internautes, de connaître les points de vue de chacun. Ainsi, des millions de citoyens dans le monde créent eux aussi l'évènement en publiant des podcasts insolites, des billets d'humeur....

Les médias alternatifs mettent un point d'honneur à véhiculer bon nombre d'idées ou d'opinions rarement évoquées dans la presse traditionnelle, ou à prendre parti pour une communauté ou un groupe particuliers, peu représentés dans les principaux médias. [Le site coréen Ohmynews](#) a été le premier à lancer le concept de « journalisme », en 2000. Son fondateur Oh Yeon-Ho, estime que "[Every citizen is a reporter](#) : ce n'est plus un slogan, c'est une réalité. Succès garanti : deux millions de cyber lecteurs lisent, chaque jour, les articles de ce site d'actualités, rédigés par 50 000 reporters-citoyens qui représentent la voix du peuple souvent ignorée des médias officiels.

[Agora Vox](#) lancé en mai 2005, par [Joël de Rosnay](#) et Carlo Revelli, lui a emboîté le pas en créant le premier site d'actualités complètement gratuit, premier témoin de la [révolte du pronétariat](#). AgoraVox mise sur le citoyen reporter

en lui offrant une plate-forme de libre expression pour faciliter la diffusion d'informations inédites. Cette nouvelle tendance marque aussi la fin du monopole des médias conventionnels au profit des médias participatifs. Selon, Joel de Rosnay, [« l'édition doit s'appuyer sur des blogs des auteurs »](#).

Les médias citoyens en ligne présentent un certain nombre d'avantages :

- ▶ ils s'affranchissent de contraintes géographiques et peuvent ainsi être largement diffusés
- ▶ le coût de production est quasiment nul
- ▶ les discussions attachées aux articles leur confèrent une valeur ajoutée
- ▶ les informations diffusées sont totalement gratuites.
- ▶ le contenu est très varié, très rapidement mis à disposition. Ce type de média en ligne développe la culture de l'instantané.
- ▶ ils proposent un espace d'expression illimité

Ces sites d'information, alimentés par les internautes eux-mêmes, favorisent le pluralisme des courants d'opinions mais leurs contenus sont si riches, si diversifiés qu'il est parfois très compliqué de reconnaître une dépêche d'agence d'un communiqué de presse, un article de presse d'un commentaire. L'internaute doit sans cesse s'interroger sur la qualité des informations qu'il lit mais il doit aussi s'inquiéter de la provenance de ces informations.

Toute la difficulté consiste donc à pouvoir distinguer, parmi cette surabondance d'offres, les informations fiables, fausses, mises en ligne en dehors de tout cadre déontologique, à repérer, sans processus éditorial, sans aide d'experts, la qualité du contenu.

2- La fiabilité des médias citoyens ou participatifs

Marc Tessier, ancien président de France Télévisions dans son rapport [« La presse face au défi du numérique »](#) remis au gouvernement en février 2007, souligne la qualité et la démarche quasi-professionnelle des internautes sur certains médias citoyens « il est frappant de constater que, paradoxalement, ce développement s'accompagne d'un rapprochement des méthodes et des règles qui sont généralement appliquées par les journalistes professionnels ».

Il préconise la création d'un statut pour les journalistes citoyens, une transposition du correspondant local, de la presse écrite au monde numérique, en rémunérant certains contributeurs et propose avec prudence de labéliser les sites d'information pour obtenir plus de qualité, ce qui n'a pas manqué de faire réagir toutes les associations attachées à la liberté d'expression qui craignent la censure. Reste, en effet, à connaître les critères pour obtenir ce label de confiance.

Selon Emily Turrettini dans son article d'avril 2006 [Les médias citoyens sont-ils fiables ?](#), la pertinence des informations émanant de la presse citoyenne en ligne n'est pas à remettre en cause lorsqu'il s'agit de témoignages qui relatent un événement précis (attentat, catastrophes naturelles...). Toutefois, on constate parfois quelques abus : les blogueurs, eux aussi, sont victimes de la chasse au scoop et sont prêts à faire la photo de trop ou des commentaires que la déontologie du journaliste professionnel interdit.

Les deux nouveaux médias français en ligne à savoir Agoravox, lancé en mai 2005 et [Rue 89](#), en mai 2007, animent leur propre espace d'information et connaissent un franc succès :

- [Agoravox](#) est un média citoyen : tout le monde peut contribuer à condition de s'être inscrit préalablement. Pour se prémunir de ces risques de propagations de rumeurs ou de désinformation, Agoravox a instauré une [politique éditoriale](#) digne des médias professionnels : tout rédacteur doit la respecter ; un comité de rédaction, composé de rédacteurs, d'experts ou de journalistes professionnels, joue un rôle de filtre, susceptible de mener des enquêtes

complémentaires pour vérifier la fiabilité des informations. Si les conditions mentionnées dans la charte éditoriale ne sont pas respectées, l'article sera refusé.

De 150 contributeurs au démarrage, le site revendique aujourd'hui 10 000 rédacteurs (mais qui ne sont pas tous actifs), 15 000 textes publiés et un million de visiteurs par mois. ["Entre 60 et 70 articles par jour nous sont soumis, explique Carlo Revelli, qui dirige Agoravox. Deux tiers environ sont acceptés et mis en ligne »](#)

- Contrairement à Agoravox, les articles parus dans [Rue 89](#) sont rédigés par des journalistes professionnels, des experts ou des étudiants en journalisme. Les internautes sont invités à réagir aux articles, librement dans le respect de la loi française. Leurs commentaires ne sont soumis à aucun contrôle préalable mais les internautes sont invités à respecter la [charte des commentaires](#) pour éviter les dérapages. [Rue 89](#) est un média participatif.

Ces médias rencontrent une large audience et bouleversent l'économie de la presse traditionnelle : en octobre 2007, le nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion, est de 30 045 000 selon le baromètre de médiamétrie, soit 57,1% contre 52,9 % en octobre 2006. L'audience ne cesse de progresser, selon Médiamétrie, elle a progressé de 17,8 % entre janvier 2006 et décembre 2006.

L'arrivée du numérique sonnerait-elle la fin de la presse écrite ?

3- La faillite des médias traditionnels ?

Le rapport Tessier constate un déclin inéluctable de la presse payante en France, trop concurrencée par internet : la période 2005-2006 a marqué un recul du nombre de points de vente, de nombreux licenciements, des fusions, des grèves dans le secteur de la presse écrite.

Selon Francis Pisani, journaliste indépendant et auteur de blog, interrogé par [Le quotidien le Monde](#), les médias en ligne ne vont pas sonner le glas de la presse « papier », il faut juste que la presse s'adapte, fasse intervenir davantage les lecteurs. Les nouveaux blogs d'actualités, quant à eux, partent avec un handicap, ils doivent se faire connaître, être cités pour rencontrer une audience, sinon ils n'existent pas.

Un sondage [Ipsos mené en 2006 pour Graines de citoyens](#), à l'occasion des assises de la presse écrite et de la jeunesse, révèle que les jeunes de 15 à 24 ans font davantage confiance aux experts (86%) et à la presse quotidienne qui arrive en tête, qu'à internet pour se forger leur propre opinion. Ils estiment, toutefois, que le pluralisme des opinions est davantage pris en compte sur le web.

Andrew Keen dénonce dans son livre [the cult of amateur](#) : l'internet participatif est un « leurre », un « chaos culturel ». Dans un article paru sur le site [les Ecrans, le 22 août 2007](#), il précise sa pensée : "Les sociétés du Web 2.0, les Youtube, Google ou autre Facebook, n'utilisent le contenu généré par les internautes que pour augmenter leurs bénéfices.[...] Wikipédia, l'encyclopédie en ligne collaborative en tête des recherches mondiales, n'a pas plus de valeur qu'un Trivial Pursuit, avec plein d'erreurs et de demi-vérités[...]" Les journaux citoyens sont idéalisés. Les médias traditionnels sont considérés comme corrompus, paresseux et peureux, alors que les amateurs du Web 2.0 sont dynamiques, honnêtes et sages.

Mais les médias institutionnels sont indispensables dans leur rôle de médiateurs.

Pour la presse quotidienne traditionnelle, un enjeu essentiel se profile donc : profiter des évolutions technologiques en créant des « sites compagnons » qui permettront de fidéliser ou d'attirer un nouveau lectorat.

La presse américaine a été la première à ouvrir des sites d'information sur internet. En France, le quotidien national

Libération a été un des pionniers en 1995, suivi du journal Le Monde et des Echos. La presse régionale occupe également le terrain numérique : Les Dernières nouvelles d'Alsace est le quatrième site le plus visité de la presse française.

Ces sites d'information proposent une panoplie de services aux abonnés : accès aux archives du journal, possibilité d'approfondir certains sujets d'actualités, de réagir, en tant qu'abonnés, aux articles, d'accéder au fil des dépêches...

En revanche, malgré de nombreux efforts d'adaptation, les nouvelles technologies n'ont permis qu'une transposition de la version papier du journal à la version numérique : le ton, le contenu n'ont pas changé radicalement. Les sites d'information officiels de la presse française restent encore frileux quant à l'intrusion des commentaires des internautes.

Pourtant, un nouveau rôle du journalisme professionnel peut se dessiner : celui d'animation, d'encadrement, d'accompagnement des commentaires.

Certains grands rendez-vous politiques sont plus propices aux débats citoyens. Malheureusement, ces commentaires non modérés, présents dans les blogs sont souvent l'occasion d'expressions partisans et le taux de commentaires dignes d'intérêt est relativement faible. En revanche, encadrés, animés par des professionnels, ils pourraient s'avérer très instructifs et ainsi jouer pleinement leur rôle d'expression citoyenne.

Quelle exploitation pédagogique ?

Ces nouveaux modes de publication instantanée ont permis de faire émerger une double préoccupation pédagogique :

- ▶ former les élèves à analyser, traiter, trier efficacement ces différents types d'informations, à différencier un commentaire, d'un fait, une expression citoyenne, d'une opinion personnelle.
- ▶ Les amener à : connaître la typologie de l'information et des sources d'informations, prendre conscience de la valeur de l'information, exercer leur jugement critique, toujours s'interroger sur l'origine de l'information, son auteur, la légitimité de cet auteur...
- ▶ apprendre un nouveau savoir : le « savoir communiquer ». S'exprimer sur un blog, ajouter des commentaires sont devenus des pratiques courantes pour la plupart de nos élèves . S'il est possible de créer son blog en quelques clics, écrire sur un site collaboratif, tous ne disposent pas des mêmes apports culturels, cognitifs ou intellectuels.

Il convient, pour cela, de leur apprendre :

- ▶ les principes de la [Netiquette](#)
- ▶ la législation sur le droit de l'information. (On peut, à ce propos, s'interroger sur le respect du code de la propriété intellectuelle de moins en moins respecté, sur les espaces collaboratifs)
- ▶ la fabrique de l'information : leur apprendre l'importance des sources, des références, de toujours vérifier l'origine des informations destinées à être diffusées.

Ces sites collaboratifs proposent de nouveaux modèles éditoriaux, quelque peu éloignés des schémas classiques de l'édition, qu'il convient d'étudier.