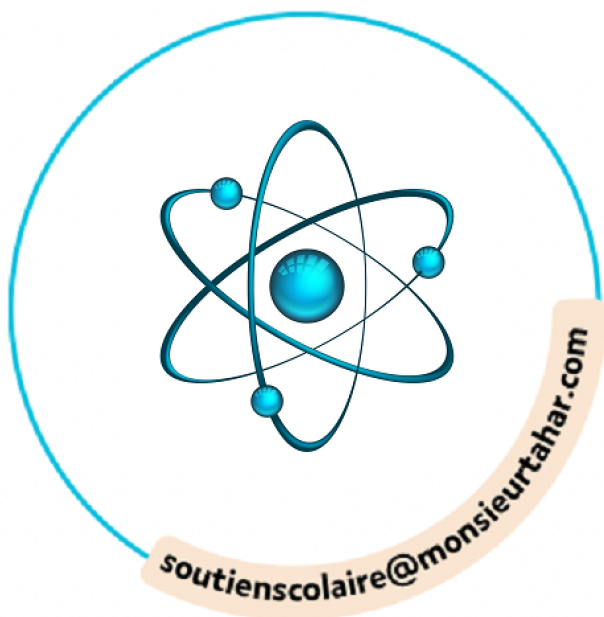


HGGSP



THEME 4



Comment s'informe-t-on aujourd'hui ?

➤ Quelles sont les mutations de l'information au début du XXI^e siècle ?

A Une numérisation accrue des sources d'information

- Les sources d'information explosent et concurrencent directement les médias traditionnels (presse écrite, radio, télévision). Depuis la généralisation de l'**ADSL** et de l'Internet haut débit, l'accès à l'information se fait beaucoup plus rapidement. Des sites Internet dédiés à l'information apparaissent, tels que Huffington Post en 2005 aux États-Unis puis décliné dans plusieurs pays (devenu le Huffpost depuis 2015), ou encore Médiapart en France en 2008. Des blogs spécialisés en grand nombre, plus ou moins sérieux, viennent compléter ce nouveau paysage médiatique apparu sur le Web. Enfin, les **réseaux sociaux** comme Facebook, Twitter ou encore Instagram, se sont développés eux aussi comme de véritables outils d'information, investis par une nouvelle génération de journalistes.
- L'accès instantané et immédiat à l'information est dû au développement rapide de l'Internet mobile depuis la fin des années 2000. Les supports sont nombreux : ordinateurs portables, smartphones, tablettes tactiles... On trouve ainsi sur Internet, des articles, mais aussi des **podcasts**, proposés par des plateformes de contenus comme Android ou iTunes. Ces derniers permettent d'écouter en différé, à la demande, des contenus informatifs.



1 La presse papier face à Internet

Dessin de Plantu, *Le Monde*, 12 mars 2006.

B Une crise des médias traditionnels en mutation

- Les médias traditionnels (presse écrite, radio, télévision) connaissent une véritable mutation. La presse écrite papier subit une crise sans précédent. Des journaux et des magazines jadis prestigieux ont disparu, comme *Life* aux États-Unis en 2007, ou encore *France Soir* en 2011. D'autres, y compris dans la presse quotidienne régionale (PQR), continuent de perdre des lecteurs. Depuis 2012, le recul moyen du nombre de lecteurs de la presse papier en France est de 3 % par an, alors que les journaux gratuits fidélisent de nouveaux lecteurs durant le temps de transports dans les grandes métropoles.
- Les grandes chaînes de télévision voient leur audience s'éroder régulièrement, dans un paysage audiovisuel bouleversé. Au début des années 2000, la télévision numérique terrestre (**TNT**) permet la diffusion d'un plus grand nombre de chaînes. Depuis 2005, en France, on passe ainsi de 6 grands canaux nationaux à 25. TF1, en France, voit alors son audience moyenne dégringoler de 37,3 % en 1995 à 20 % en 2017. Les chaînes d'information en continu se généralisent et ne sont plus réservées aux seuls abonnés du câble et du satellite. La radio, également, connaît une importante mutation, face au développement du numérique. Cependant, leur nombre d'auditeurs reste important, surtout pour les grandes stations de radio généraliste.

Vocabulaire

- ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line)** : système de communication numérique qui permet un accès haut débit à Internet.
- Fracture numérique** : inégalités d'accès à Internet selon les territoires.
- Podcast** : système de diffusion de fichiers, audios ou vidéo, sur Internet.
- Réseau social** : application ou site Internet qui permet la mise en relation du plus grand nombre d'individus qui partagent les mêmes finalités.
- TNT (Télévision numérique terrestre)** : mode de diffusion de la télévision qui permet la réception d'un plus grand nombre de chaînes.

C L'information, un objet de consommation

- Dans ce nouveau contexte, le rapport à l'information change. S'informer devient de plus en plus une pratique individuelle, consommée à tout moment. Le modèle du journal télévisé de 20h, regardé en famille, décline rapidement. La manière de s'informer dépend de plus en plus de l'âge, de la catégorie socioprofessionnelle et du diplôme de chacun. Les plus jeunes et les plus diplômés s'informent en masse sur les smartphones et tablettes tactiles, alors que les plus âgés restent majoritairement attachés aux médias traditionnels, télévision et presse écrite. En revanche, il existe encore une inégalité territoriale entre ceux qui disposent d'un haut débit Internet dans les grandes métropoles, et ceux qui en sont exclus dans les zones montagneuses et rurales. Une **fracture numérique** se crée ainsi dans nos sociétés, laissant de côté ceux qui peinent à utiliser les nouveaux outils numériques.
- L'information devient alors un objet de consommation, où les articles et les émissions sont payés à la demande en fonction des centres d'intérêt. Toutefois, les recettes des journaux en ligne en France ne représentent encore que 7 % du chiffre d'affaires total en 2018. La progression est cependant continue et correspond à une nouvelle attente d'un public toujours plus mobile et plus connecté, qui a l'habitude de consommer à la demande, en toute liberté. Cette immédiateté d'accès et cette individualisation atomisent les sources d'information, engendrant un manque total de recul et d'analyse, voire de scepticisme.



2 Distribution de journaux gratuits en France

Les journaux gratuits, dont les principaux *Metro*, *20 minutes* et *Direct Matin* (CNews Matin depuis 2017), arrivés en France en 2002, sont distribués chaque jour à plus de 10 millions d'exemplaires dans les grandes métropoles.

