

ASSEZ D'ARTICLES, ON VEUT DES CONTENUS !

LE 17 NOVEMBRE 2009 CAROLINE GOULARD

Pour ce quatrième post, il me semble plus que temps d'esquisser une définition de mon sujet d'étude : en une phrase, le database journalism, ou journalisme de données, consiste à exploiter des bases de données pour en extraire de l'information compréhensible par tous. Actuellement, les médias traditionnels traitent l'actualité par le récit (stories), ils racontent des histoires. A l'opposé, le database journalism initie un traitement de l'actualité par les données (data). Autrement dit : un dessin vaut mieux qu'un long discours.



Pour ce quatrième post, il me semble plus que temps d'esquisser une définition de mon sujet d'étude : en une phrase, le database journalism, ou journalisme de données, consiste à exploiter des bases de données pour en extraire de l'information compréhensible par tous.

Actuellement, les médias traditionnels traitent l'actualité par le récit (stories), ils racontent des histoires. A l'opposé, le database journalism initie un traitement de l'actualité par les données (data). Autrement dit : un dessin vaut mieux qu'un long discours.

Pour ceux qui ne verraient pas d'emblée l'attrait des données par rapport aux récits, je vous renvoie au vibrant plaidoyer de Nicolas Vanbremeersch (aka Versac) sur slate.fr (**Pour un journalisme de données**). Il y revient sur l'impressionnante ascension de Contador à Verbier, lors du dernier Tour de France, et regrette qu'aucun journal n'ait donné de réponses chiffrées à des questions comme : où se situe Contador par rapport à la vitesse de montée moyenne des coureurs ? que représente sa montée en terme de puissance ? à quoi la comparer ?...



L'homme fait une montée record, et, le lendemain, dans la presse, rien d'autre que du commentaire. On ne donne même pas son temps d'ascension, ou uniquement sur de très rares — et étrangers — sites web. Seule prime l'information de base (il a gagné), et vient ensuite immédiatement le temps du commentaire.

[...] Nulle part, sur le web ou dans le papier, le quidam ne peut retrouver un tableau simple, disposant les données objectives de la montée de Verbier. Nulle part, sur un des plus grands événements internationaux, générant un volume de commentaires et hypothèses absolument énorme [...], on ne peut jouer avec des données simples: durée de la montée, poids du coureur, puissance développée, VO2Max

...

Le débat, sur ces bases, est faussé. »



Ainsi, des données bien mises en valeur et intelligemment agrégées peuvent être un meilleur moyen de traiter une actualité qu'un article rédigé. Un vrai « **renversement de perspective** » pour reprendre les termes de Nicolas Kayser-Bril (blogueur sur **Window on the media**). L'unité de base de l'activité journalistique, traditionnellement, c'est l'article (*story*); avec le journalisme de donnée, ça devient la base de données. Le commentaire et la narration sont secondaires, les données chiffrées priment. Là où les journalistes traditionnels pensaient en terme de récit, de signature, de titaille, de chapeau et d'accroche, il s'agit de rendre visible les mêmes phénomènes mais à travers le langage des nombres, des bases de données, de l'infographie, de la cartographie et autres visualisations.



« Newspapers need to stop the story-centric worldview », enjoignait déjà en 2006 le journaliste américain Adrian Holovaty, précurseur sur ce thème, dans un article-plaidoyer pour le journalisme de données A fundamental way newspaper need to change.



Journalisme traditionnel et journalisme de données reposent sur deux modèles opposés. Le blogueur Adina Levin le démontre bien dans son post **Database journalism – a different definition of “news” and “reader”**. Au fondement du journalisme traditionnel on trouve le vieil adage selon lequel les trains qui arrivent à l'heure n'intéressent personne (le modèle *man bites dog*, en anglais). Seuls les faits inattendus, les événements soudains, méritent d'apparaître dans les journaux. Il est rare qu'on y rende compte des petites évolutions, des dynamiques de long terme.

Cette suprématie de l'actualité chaude rend nos sociétés vulnérables au *frogboiling* avertit Adina Levin. Le concept est tiré d'une légende urbaine selon laquelle la grenouille dont l'eau du bocal se réchauffe graduellement s'habitue au changement de température. Elle ne saute pas hors du bocal, même quand l'eau se met à bouillir. D'où, mort de la grenouille. De la même façon, l'encombrement de telle ou telle route départementale ne sera pas perçu comme un problème, jusqu'à ce qu'un grave accident ne fasse les gros titres.

En opposition au journalisme traditionnel, le database journalism met justement en valeur les tendances de fond et leur donne un sens. Par une visualisation appropriée, des données compilées depuis des années peuvent raconter des histoires.

Sans vouloir dramatiser en accentuant le côté « nos vies sont en danger sans journalisme de données », je crois qu'il existe de réelles attentes pour un traitement de l'actualité par les chiffres. L'absence d'une telle démarche à destination du grand public suscite un manque d'autant plus grand que le nombre de données structurées disponible augmente constamment. Dans son article **Demain, l'intelligence des données**, Hubert Guillaud (**InternetActu**) démontre que la masse de données brutes accessible via Internet va être décuplée dans les prochaines années, grâce au développement des capteurs, puces RFID ou autres interfaces connectées.

Sans attendre jusque là, les administrations françaises mettent à disposition de nombreuses bases de données. Pour autant, quel journal nous a présenté une infographie intelligente pour faire sentir l'ordre de grandeur de la dette publique, ou le niveau d'étude moyen des dirigeants des établissements publics français ?

Assez d'articles, on veut des contenus !

—

» Article initialement publié sur databasejournalisme.wordpress.com

NICOLAS VOISIN

le 17 novembre 2009 - 20:49 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



(et Bienvenue à bord /-)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

PIERRE-ALEXANDRE XAVIER

le 18 novembre 2009 - 4:50 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Caroline, bravo pour le coup de poing.

Mais en dépit de la pertinence de votre propos, il y a une question que vous abordez sans vraiment vous y atteler et qui forme l'articulation même des problèmes de la presse : qui lit et qu'est-ce qu'on lit ? Vous le dite vous même, les lecteurs ne s'intéressent pas aux faits, aux évolutions, à la construction patiente et intelligente de l'histoire. Ce qu'ils cherchent se sont les petites histoires qui émaillent leur quotidien ennuyeux et déjà noyé sous un flot continu de chiffres et de gestes également vides de sens.

Vous avez raison, le data journalism est l'avenir de la profession. Mais probablement pour une classe de lecteurs d'élite, fortunés, capables de réfléchir et d'apprécier, voire de valoriser, une information claire, débarrassée des mythes et des fioritures parasites. Mais pour le reste, le gros de la troupe de ce qui restera de lecteurs dans les vingt prochaines années, le data journalism est aussi chiant que les pages saumon du Figaro ou les papiers pourtant brillants et instructifs d'Alternatives économiques. La plupart des lecteurs reculent devant le réel et fuient devant une information stricte, reposant sur des faits et non une « story », voire un roman.

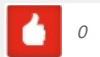
Donc : vive le data journalism ! Mais dommage qu'il ne soit qu'une toute petite niche réservée aux chercheurs et aux décideurs de haut niveau. C'est comme vendre de la défiscalisation à des PME. Elles vous envoient balader sans même prendre le temps d'écouter la proposition. Alors proposer à des lecteurs de la lecture intelligente de données ! Il faudrait d'abord les éduquer nos lecteurs, leurs apprendre à aborder le réel et à se confronter aux faits, et ça depuis leur adolescence...

J'ai la salle manie depuis des années d'écouter France culture, les conférences du CNAM, celles du Collège de France et surtout les cours des universités américaines. De prime abord, c'est rebutant, ardu, difficile, car pauvre en histoires et en embellissements. Il faut faire l'expérience d'une année de cours de Anne Fagot-Largeau [Collège de France] ou de Shelly Kagan [Yale] pour se rendre compte que le data journalism sera stimulant pour le journaliste mais absolument indigeste pour le lecteur moyen, surtout celui de la presse... Et pourtant, j'aimerais lui communiquer la richesse des propos, la beauté et l'élégance des constructions, la valeur des savoirs et des sources. Mais à moins d'user d'un artifice narratif captivant (une personne, un événement, un objet), le lecteur bat en retraite aussitôt pour retourner à sa mythologie personnelle, à son prêt à penser ficelé à sa sauce...

Il y a donc une véritable pédagogie à déployer avant de pouvoir faire usage du data journalism. Et elle est encore très très timide. La presse n'est pas seulement malade de ses histoires. Elle est malade de ses lecteurs, nourris au fast food de l'information, à la régurgitation des dépêches et à un culte idiot du ici et maintenant, que même la télé a abandonné devant le risque et la vulnérabilité de la posture.

Ceci étant dit, si vous avez d'autres coups de poings à donner (et des gants), je veux bien monter sur le ring. Les coups, parfois, ça éclaire les idées...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

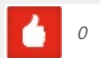
PIERRE-ALEXANDRE XAVIER

le 18 novembre 2009 - 4:51 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Trop tard, pas relu, coquilles en vue...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

DZAKYEM

le 18 novembre 2009 - 9:38 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Voici ma réaction en vidéo!
<http://seesmic.tv/videos/9ADV783O3K>

Bonne journée!

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CAROLINE GOULARD

le 18 novembre 2009 - 10:44 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

*@ Pierre Alexandre Xavier :**je fais le paris que le database journalism peut intéresser un public plus large que les décideurs et les auditeurs de France culture (je suis moi aussi une auditrice assidue de la station), je vais essayer de vous expliquer pourquoi.**Une petite anecdote : le mois dernier, j'étais chez mon coiffeur préféré, qui n'est certainement pas un abruti, mais qui n'est ni un décideur ni un auditeur de France Culture, je lui parle de mes projets en cours, et j'en profite pour tester l'idée : un site qui nous parlerait de l'actualité à travers des infographies claires, qui permettent de se faire une idée par soi même des données telles que le taux d'immigration ou le montant de la dette. Verdict de mon coiffeur : "je marche à fond !". Pourquoi : "les journalistes nous disent tous la même choses, dans tous les journaux on nous ressort les mêmes articles, moi je ne les lis plus, mais avoir accès directement aux données importantes pour notre pays et de façon compréhensible tout de suite, ça m'intéresse". Je ne partage pas sa critique des journaux traditionnels (même si je pense que ces derniers ont perdu une partie de leur lectorat par désintérêt pour les attentes de ces derniers). Vous aller m'accuser de m'appuyer sur des propos un brin populiste, mais je crois que ce coiffeur exprimait bien avec un mouvement assez présent dans l'opinion publique : la perte de confiance dans les journalistes traditionnel et le ras le bol d'une presse qui n'a pas fait évoluer ses manières de raconter l'actualité.**Donc, je crois que présenter l'actualité par les données et pas par les articles peut marcher, y compris auprès de la population la moins habituée à manipuler les chiffres. Cela suppose de faire un gros travail de vulgarisation de ces données, et de visualisation. Il ne s'agit pas de proposer uniquement des bases de chiffres bruts ou des infographies avec cinq niveaux de lectures imbriquées, il faut aussi proposer des visualisation très claires, interactives, animées, en 3D, en couleur, qui frappent tout de suite l'internaute, qui lui donne l'impression d'avoir saisi une idée en un clin d'oeil. Nous avons été trop habitué à faire passer des idées ou des faits par la narration, mais il existes d'autres manières de présenter une information qui ne font pas appel à l'intelligence verbale, mais à l'intelligence visuelle. J'essaierai d'approfondir l'idée dans un prochains post, avec des références.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CAROLINE GOULARD

le 18 novembre 2009 - 10:50 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

*@dzakyem :**le problème que vous soulevez -les chiffres peuvent aussi servir à endoctriner- se pose de la même manière pour toutes les formes de journalisme, traditionnel ou de données.**Toute information, toute données nécessite un traitement. C'est le rôle du journaliste.**Pour le journalisme de données, ce dernier doit être accompagné d'un statisticien.**Les données ne sont pas transparentes, j'en ai tout à fait conscience, je n'ai rien d'une positiviste béate.**Un site de database journalism, ça reste du journalisme, avec une ligne éditoriale, une conscience déontologique basée sur l'information du citoyen et non sa manipulation.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

PIERRE-ALEXANDRE XAVIER

le 18 novembre 2009 - 11:30 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

*@Caroline**Rien dans votre démonstration n'est antagoniste avec les réserves que j'ai émises. Si votre coiffeur, qui n'est pas un imbécile, est intéressé par votre proposition, c'est parce que vous lui expliquez pédagogiquement ce que sont les principes et les dessous de ce dernier. Mais vous restez alors dans l'information sociale, dans la relation directe. Or c'est exactement la difficulté d'un média : comment toucher un nombre de gens très important sans pour autant être obligé d'aller leur parler individuellement.**Je suis un lecteur des suppléments et des hors séries du Monde Diplomatique, qui appliquent ce principe de Data Journalism au travers de cartes et de tableaux simples et didactiques pour essayer de mettre en lumière des facteurs invisibles dans l'actualité du Story Journalism. Vous savez comme moi qu'ils en savent pour rester à flot. Il y a une*

fracture entre la velléité et la démarche concrète. Et cette fracture ne sera pas simple à réduire sans un changement social profond... Vous ne croyez pas ?

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

DZAKYEM

le 18 novembre 2009 - 12:41 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@ Caroline Goulard

Le parti-pris de votre coiffeur est: on nous mène en bateau, on ne nous montre pas la réalité.

Il aimerait qu'on lui serve la vérité sur un plateau, avoir une ligne directe vers Dieu-omniscient ou simplement la 'pure-vérité-vraie', et il espère que les graphiques vont parler d'eux-mêmes.


Contra:

- 1) S'informer en allant vérifier les sources est difficile; les gens préfèrent se déterminer sur les personnes à qui ils veulent faire confiance. Ils croient que leur intuition suffit pour leur permettre de reconnaître le vrai du faux.
- 2) Les journaux sont aux mains de peu de propriétaires (Ringier en Suisse). Par conséquent, les informations déterminantes ne sont pas relayées par les journaux; elle dérangent trop de puissants qui menaceraient de discréditer les journaux incriminés. En France, quelle est la main-mise du gouvernement sur l'information?...

Merci de vos réponses et de la discussion intéressante!

Bien à vous!

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

CAROLINE GOULARD

le 18 novembre 2009 - 20:39 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK




J'ai l'impression que notre débat nous éloigne du database journalism, car au fond, les problèmes que tous les deux vous pointez, c'est qu'il est difficile de produire une information de qualité, qui tire ses lecteurs vers le haut et qui gagne à la fois des lecteurs et de l'argent

N'est-ce pas l'éternel problème de tout projet journalistique : l'élitisme est dur à atteindre, mais ne rapporte pas d'argent. Les lecteurs sont aussi dur à atteindre, et demandent de renoncer à l'élitisme...

Est-ce que tout l'enjeu n'est pas justement d'essayer de concilier les deux – info de qualité et audience- ? peut-être suis-je trop idéaliste, mais si on n'y croit pas un peu, il n'y a aucune raison de continuer à s'intéresser à la question, à lancer des pistes, et à monter des projets

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

PIERRE-ALEXANDRE XAVIER

le 18 novembre 2009 - 23:08 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Pas de défaitisme prématuré.

Le débat ne nous éloigne en rien du Data Journalism. Au contraire, il pointe comment une situation culturelle et économique empêche une technologie nouvelle d'émerger non faute de public, mais faute de culture tant chez les producteurs d'information que chez les lecteurs d'information. Comme le dit souvent Crouzet, les addicts de l'info seront les premiers à applaudir des deux mains à l'émergence du Data Journalism. Mais Ni les patrons de presse, ni les lecteurs lambdas (ceux qui se contentent de 20 minutes ou de Métro entre Jourdain et Montparnasse) ne sont prêts pour recevoir des données triées et disposées à la place des bonnes histoires qu'on leur sert depuis les feuillets de la fin du Dix-neuvième siècle.

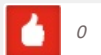
Pour faire émerger le Data Journalism, il faut convaincre les profs d'universités, les profs d'écoles de journalisme, et les papes de la communication de faire œuvre d'évangélisation, et de leur faire la démonstration qu'en tirant vers le haut, cela permettra de produire davantage de valeur (à défaut de richesses). En bref, il faut faire la démonstration que le Data Journalism est un moyen d'élargir le pool des hauts potentiels et de fabriquer de meilleures élites (en plus grand nombre).

Sinon ça restera un phénomène de Geeks. Sans connotation péjorative, je suis un Nerd

qui aime les Geeks. Enfin je me comprend...

Le mieux, plutôt que d'en parler, ce serait de montrer un exemple probant et à défaut, d'en créer un de toutes pièces ! Qu'en pensez-vous ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CAROLINE GOULARD

le 18 novembre 2009 - 23:33 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Pierre-Alexandre :

ça tombe bien, j'y travaille : <http://databasejournalism.wordpress.com/about-2/>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

JACQUES BOLO

le 20 novembre 2009 - 13:26 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



En fait, il s'agit simplement de fact-checking, et plus généralement d'articles argumentés. Ce qui renvoie alors à des pratiques qui seraient plutôt celles des universitaires (le soucis de la lisibilité en plus). Mais encore faut-il avoir quelque chose d'intéressant à dire. Car à l'inverse, j'ai pratiqué un temps la traduction de textes officiels où l'on voyait bien qu'il s'agissait de tableaux traduits en textes. Et c'était très soporifique.

Le véritable problème du journalisme est plutôt l'immédiateté et la nécessité de vendre du papier qui pousse au crime (au fait divers).

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

MELVIN

le 21 novembre 2009 - 18:25 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour,

Je cite:

"Le véritable problème du journalisme est plutôt l'immédiateté et la nécessité de vendre du papier qui pousse au crime (au fait divers)."

Après lecture des articles de Caroline (trouvés au détour d'un forum informatique), je ne vois pas tellement le journalisme de données en contradiction avec le journalisme traditionnel, mais plutôt comme un complément de ce dernier.

L'exemple de la "boiling frog" illustre assez bien ceci je trouve... Le J. traditionnel vise effectivement de l'"immédiat" ou du "prêt à penser" comme exprimé par un commentaire plus haut, tandis que le journalisme de BDD vise, à mon sens, à tirer les grandes tendances sur des périodes plus longues 'ou/et' plus "globales", à prendre un certain recul en somme.

Un crime dans mon quartier → j. traditionnel, vente de papier etc...

Mon quartier, comment évolue-t-il, comment est-il / à ses voisins → j. de BDD.

Et je ne vois pas de contradiction en tout cas, entre les deux. Je verrai parfaitement une analyse du J. de BDD dans un J. traditionnel par exemple.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CAROLINE GOULARD

le 22 novembre 2009 - 18:17 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Melvin :

Oui, c'est exactement comme ça que je le vois aussi !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE



le 23 novembre 2009 - 0:07 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Dans les pays pauvres, en voie de développement, ou avec un grave problème d'instruction ou d'éducation ont de nombreux journaux distillant des faits divers sans aucune données chiffrées ou comparatives. Si les éditos en donnent c'est au compte goutte, et veulent orienter les esprits, ou dans le meilleur des cas pour sublimer le lecteur d'une expérience ou d'une vérité, mais dépassant les capacités du lecteur. Alors vivement les journalistes 2 ou 3.0 ;-))

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

2 pings

Les tweets qui mentionnent Assez d'articles, on veut des contenus !! Owni.fr -- Topsy.com le 17 novembre 2009 - 20:48

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Nicolas Voisin et ls01, Owni. Owni a dit: #Owni Assez d'articles, on veut des contenus ! <http://bit.ly/2TtTiC> [...]

[WORDPRESS HASHCASH] The comment's actual post text did not contain your blog url (<http://owni.fr/2009/11/17/assez-d%e2%80%99articles-on-veut-des-contenus>) and so is spam.

bookmark from diigo 11/17/2009 | Relation, transformation, partage le 18 novembre 2009 - 0:30

[...] communautés virtuellesErreurs 500 Wordpress 2.7 avec OVH et 1and1tags: wordpressAssez d'articles, on veut des contenus !! Owni.fr – Annotatedtags: journalisme, data mining, [...]

[WORDPRESS HASHCASH] The comment's actual post text did not contain your blog url (<http://owni.fr/2009/11/17/assez-d%e2%80%99articles-on-veut-des-contenus>) and so is spam.