

IL N'Y A PAS DE CRISE DES MÉDIAS?

LE 17 AVRIL 2010 **SABINE BLANC**

Selon Andreas Kluth, journaliste et blogueur américain, il n'y a pas de crise des médias car nous n'avons jamais été aussi bien informés. Un point de vue biaisé par rapport à la réalité de la pratique de l'internaute lambda.



La crise des médias, on nous en rebat les oreilles depuis quelques années, stigmatisation d'Internet à l'appui. Même qu'il y a **un blog** qui s'appelle comme ça.

En fait, il n'y a pas de crise des médias, car nous n'avons jamais été aussi bien informés, sauf pour les journalistes qui perdent leur emploi et ceux qui ont des intérêts dans le secteur. C'est **la conclusion** d'Andreas Kluth, journaliste, blogueur, après une analyse diachronique de ses habitudes en matière de consommation de médias, traduit ci-dessous.

Mais suis-je bête, comment n'ai-je pas pu faire la même analyse avant ? Peut-être parce que je suis journaliste, profession nombrilisme encline à s'auto-apitoyer sur son sort ? ;-)

Voilà pour la réaction initiale. Mais l'analyse était trop brillante pour ne pas être biaisée. Le hic c'est qu'Andreas Kluth est tout sauf un internaute lambda. Il n'a jamais été aussi bien informé car il *sait* s'informer. Ok le fil RSS est un outil génial à cet effet. C'est vrai les blogs passionnants, les revues spécialisées sont légion sur la Toile. Mais soyons lucide : quel pourcentage de la population a la connaissance et la maîtrise de ces outils et contenus ? Oui, *potentiellement* il n'y a pas de crise des médias. Dans la réalité de la pratique, c'est autre chose. Ce n'est pas pour autant une raison de se désoler. Nous avons demandé à deux spécialistes de l'éducation aux médias, Divina Frau-Meigs et Bruno Devauchelle, de réagir à ce billet et d'apporter des pistes pour que la réalité d'Andreas Kluth soit celle de la majorité.

> **“Tourner l’apathie citoyenne actuelle en activisme citoyen”**

> **Permettre à tous les jeunes de s’insérer dans la société telle qu’elle devient**

—

MES HABITUDES DE MÉDIA CHANGENT (OU : IL N'Y A PAS DE CRISE !)

Il y a plus de trois ans – trente ans, me semble-t-il -, j'ai écrit un reportage divisé en huit chapitres pour *The Economist*, dans lequel j'essayais d'imaginer le futur des médias. (cliquez **ici**, pour ceux qui sont abonnés)

J'y expliquais que nous (la société) étions à mi-chemin d'une transformation aussi importante que celle entamée avec l'imprimerie de Gutenberg au cours de la Renaissance. Une ère médiatique était en train de se terminer, l'autre commençait :

- Ancien : les entreprises de médias produisent du contenu et en captent, l'audience passive la consomme.
- Nouveau : chacun produit son contenu et le partage, le consomme et le remixe.

- Ancien : les entreprises de média font la leçon au public (d'une personne à la multitude).
- Nouveau : le public entretient la conversation en son sein (de la multitude à la multitude). Pour vous montrer à quel point trois années peuvent être longues, considérez :
- J'avais inclus des podcasts dans mon reportage pour *The Economist*. C'était les tout premiers podcasts, un mot que de nombreux rédacteurs en chef à Londres n'avaient encore jamais entendu. Aujourd'hui, nos podcasts sont parmi les plus populaires sur iTunes.
- Durant mes recherches pour le reportage, j'ai entendu le mot "Youtube" pour la première fois (la compagnie venait juste d'être fondée). Quand j'ai envoyé le reportage au rédacteur en chef, il contenait une seule référence à YouTube. Quatre (!) semaines plus tard, quand le reportage fut publié, YouTube était déjà devenu le plus grand sujet de l'année (2006).
- Je n'avais jamais entendu parler de Facebook (sans parler de Twitter). Etc.

COMMENT J'UTILISE LES MÉDIAS AUJOURD'HUI

Tout cela semble pittoresque maintenant, c'est pourquoi j'ai pensé que je pourrais vous montrer comment mes habitudes personnelles en matière de médias ont changé depuis mon reportage, puis répondre à quelques questions :

- Mes prévisions tiennent-elles la route ?
- Comment pourrais-je les peaufiner ?
- Y a-t-il une "crise" des médias ?

1) PLUS D'EFFICACITÉ DANS MA VIE PROFESSIONNELLE

En 2006, j'étais encore abonné à beaucoup de journaux et de magazines papier, comme tous les journalistes, afin de suivre ce que faisait "la concurrence" et de rester informé. Ses choses s'empilaient sur le sol et je me sentais coupable...

Aujourd'hui, je n'ai plus aucun abonnement papier ! J'ai précisément deux abonnements électroniques sur mon **Kindle**, à un journal (le New York Times), et à un magazine (The Atlantic).

J'utilise le Kindle le matin avec mon café pour me tenir au courant des principaux titres, les informations de masse. Ça détend. Cela prend à peu près quinze minutes. Plus tard dans la journée, si je conduis, j'écoute **NPR** dans la voiture. Cela représente la totalité de ma consommation de médias « mainstream » à travers leur canaux de distribution classiques.

Je ne possède pas de télé.

Après avoir posé mon Kindle, mon travail commence. Ce qui signifie que j'ouvre mon propre « journal » personnel, mon lecteur de flux RSS. Voici à quoi cela ressemblait hier :



Dans mon lecteur RSS, je mixe des flux provenant de médias classiques avec la "longue traîne" de l'information: du LA Times aux petits blogs sur la politique californienne en passant par d'obscurs outils de recherche comme le Public Policy Institute of California.

Ce qu'il faut noter ici, c'est que j'ai:

1- Désassemblé de nombreuses publications et sources d'information disparates, y compris des sources qui ne sont pas considérées traditionnellement comme de l'information, et que je les ai

2- réassemblées comme moi seul le peut pour favoriser ma propre productivité. J'ai donc remplacé les "rédacteurs en chef" et ne les autoriserai plus jamais à influencer cette partie de ma vie.

Je passe sans doute une heure à peu près à lire mon lecteur de flux RSS. Ce n'est pas si relaxant. Je considère que c'est du travail. C'est une plongée profonde dans la matière dont j'ai besoin pour couvrir **mon sujet** (l'Ouest des États-Unis). Je ne me soucie pas de traduire ou de classer quoi que ce soit car je taggue les items, en sachant que je pourrai les rechercher plus tard. (Et oui, cela signifie que mon bureau est désormais sans papier).

Parfois, j'appuie sur "partager" et mon rédacteur en chef peut voir ce que je lis.

Ensuite je suis prêt pour la journée et j'enchaîne sur : a) effectuer des recherches pour mes articles et b) prendre des pauses de bureau occasionnelles pour m'amuser avec les autres médias.

2) MA VIE INTELLECTUELLE : DU "CURATING" SOCIAL

Dans ma vie privée (ie non-*Economist*), je vis essentiellement la vision que j'avais esquissée dans mon reportage. Ce qui veut dire que je suis simultanément le public pour d'autres producteurs "amateurs" de contenus et un producteur amateur moi-même. Ce qui est une façon alambiquée de dire :

> Je blogue -ici même- pour des motivations qui ne sont pas le moins du monde commerciales et

> Je lis d'autres blogs pour être stimulé intellectuellement et

> je poste occasionnellement sur mon profil Facebook et

> je jette un coup d'oeil aux mises à jour des comptes Facebook de personnes que je connais.

Grâce au blog, à Facebook et au médium démodé qu'est l'email, j'ai désormais un système de curation sociale spontané, non-planifié mais remarquablement efficace et sur-mesure pour mon contenu médiatique.

Je peux facilement passer une heure ou deux par jour juste à suivre les liens que vous les gars, ie les lecteurs de mon blog, fournissez. La plupart d'entre vous sur ce blog ne m'avez jamais rencontré en personne mais vous avez pu vu faire une idée assez précise de mes goûts intellectuels, et vous fournissez des liens qui sont, pour la plupart, étonnamment pertinents. Parfois, vous faites remonter des articles ou des papiers publiés dans des journaux obscurs que je n'aurais jamais découverts dans la précédente ère médiatique.



Sur Facebook, je trouve que les connections sont de nature opposée: je connais dans la "vraie vie" la plupart de mes "amis", mais beaucoup ont une connaissance plus faible de mes goûts intellectuels que les lecteurs de mon blog.

Toutefois, mes amis sur Facebook sont dans mon cercle social, donc leurs liens tendent aussi à être obscurs, risqués, ironiques, ou limités, plus intéressant ou profitable que n'importe quel contenu que les entreprises de médias me servaient sous la précédente ère. Il y a dix ans par exemple, je n'aurais sans doute jamais vu cet étonnant artiste ukrainien faire une oeuvre de sable sur l'invasion nazi dans son pays:

Les choses à noter ici :

> Mes curateurs sociaux *désassemblent* et *réassemblent* également les sources de contenus. Ils mixent des clips de Jon Stewart (média mainstream, commercial), avec des ensembles musicaux maison (amateur, non-commercial), dans un flux médiatique sur-mesure.

> Mes amis en ligne et hors ligne sont donc devenus ce que les rédacteurs en chef étaient et ils sont bien meilleurs dans ce domaine que leurs prédécesseurs assemblés en conglomérat médiatique ne l'ont jamais été. Je n'autoriserai plus jamais les vieux éditeurs à s'immiscer dans ma vie.

> Il va sans dire que je "time-shift" et "place-shift", ce qui est juste une façon alambiquée de dire que je "consomme" ce contenu où et quand je veux (ordinateur portable + iPhone).

3) MON MÉDIA INTIME

Cette strate finale est ce que **Paul Saffo** appelle dans mon reportage le média "personnel". Ce sont les médias produits par les membres de ma famille et des amis très intimes pour des publics bien définis et restreints.

Ex : des photos de bébé et des clips sur mon site familial privé. Le site est protégé et seuls les grands-parents et les amis très proches ont un accès. La motivation est donc opposée à celle des médias traditionnels.

> L'audience est maintenue restreinte de façon délibérée (alors que les compagnies de média veulent de larges audiences).

> Le but est de partager et préserver les mémoires personnelles.

Parce que l'édition et le partage d'un tel média intime sont beaucoup plus faciles que cela jamais, je passe beaucoup, beaucoup de mon temps consacrés aux médias immergés dedans. Où est-ce que je trouve ce temps ? Facile. **Clay Shirky dit** depuis des années : "nous avons un surplus de temps, une fois que nous sommes débarrassés de tous les trucs inutiles dans nos vies".

CONCLUSION

Donc pour répondre à mes trois questions :

> Est-ce que ma thèse de 2006 est toujours valable? Je crois que oui. Nous avons tous l'équivalent de plusieurs imprimeries de Gutenberg dans nos poches et dans nos ordinateurs portables, et nous les utilisons pour raconter des histoires aux autres comme jamais auparavant.

> Est-ce que je changerai quelque chose ? J'accorderai plus d'attention à la vidéo et à

l'audio qu'au texte dans le mix.

>Y a t il une crise des médias ? Non !

C'est peut-être ce dernier point qui peut surprendre. Je suis dans une position inhabituelle en ce que je suis à la fois un auteur amateur et professionnel. Donc je dois être au courant que l'industrie de l'information se meure, non ?

Je suis en effet au courant qu'elle se réduit. Mais est-ce cela le problème ? Il y a en effet deux crises :

1. Une crise de l'argent et des profits pour les possesseurs de capitaux dans les médias.
2. Une crise de l'emploi chez les journalistes.

Mais ce sont deux aspects dont le reste de la société n'a pas besoin de se soucier. Pour la société dans son ensemble, je crois qu'il n'y a pas de crise, une fois que nous avons cessé d'être hystérique et examiné nos habitudes en termes de médias.

Ce que j'ai découvert dans mon comportement médiatique personnel, c'est que je suis aujourd'hui mieux informé que je ne l'ai jamais été. Mais la plupart de l'information que je consomme ne vient pas de journalistes.

À la place, beaucoup, beaucoup provient maintenant d'universités et de think tanks dans mon lecteur de flux RSS et de iTunes University, de scientifiques et de penseurs et autres experts à des conférences tel que **TED**, et de vous, vous êtes un pool de rédacteurs en chef choisis par moi-même et donc qualifié.

Si je parle uniquement comme consommateur de média et citoyen, je crois qu'il n'y a pas de crise des médias, en fait nous entrons dans une seconde Renaissance.

—

> Billet initialement publié sur **The Hannibal Blog**, déniché sur **Transnets**, traduction Sabine Blanc et Guillaume Ledit.

ANNA DINELT

le 17 avril 2010 - 15:56 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*International Media Project in Siberia
September, 22nd-25th
Novosibirsk, Russia*

The International Media Project will take place on September 22 -25, 2010, in Novosibirsk (Russia). Within the framework of the project it has been planned to hold discussions, round tables, working groups with journalists, IT specialists, and bloggers from Europe, the USA, Japan, China and Russia on the following topics:

- "Civil journalism and blogs"
- "Cooperation of government institutions with journalists and bloggers"
- "Cooperation of large corporations with journalists and bloggers"

The participants of the International Media Project will have opportunities to get acquainted with the largest Siberian megapolis, to come into contact with Russian colleagues, take part in the events of the Second International Youth Innovation Forum "Interra 2010". Special meetings with the experts of the international level as well as with the Russian Government representatives and heads of the regions will be organized for concerned journalists.

This information trip is of the greatest interest for those journalists and bloggers who write about Russia, and also for those who deal with the problems of innovative technologies, regional development and modern culture.

To take part in the project you are to send the application form by June, 1st, 2010 to info@interraforum.ru.

More information you can find on the site <http://www.interra-forum.com> or contact the Press Center of the Forum Interra: +7 (383) 20 20 733, Anna Dinelt. Skype: anna.dienelt

*Enc.: a participant's application form
the project program
description of the International Yuth Innovation Forum*

Application form

*Participant of the International Media Project
Novosibirsk,
September 22-25, 2010*

Name:

Surname:

Phone number (with the area code):

E-mail:

Media resource you present:

Publications list or their reference on the Internet:

Issues of interest:

- Russia
- Siberia
- Innovative technologies
- Modern culture
- Electronic government
- Blogs
- Other (write)

Possibility of your information trip report (article, story) to appear in the Mass Media you represent:

- Yes
- No

You speak English:

- Fluently
- Read only

Your intention and possibility to make a presentation on the topics:

- "Civil journalism and blogs"
- "Cooperation of government institutions with journalists and bloggers"
- "Cooperation of large corporations with journalists and bloggers"

What VIP-participants of the Forum "Interra" you would like to contact:

- Businesspeople
- Representatives of the Russian Federation Government and heads of the regions,
- Famous public figures
- Cultural figures

ATTENTION! Working language of the project is English!

« ___ » ___ 2010

PROGRAM

*of the International Media Project
Novosibirsk,
September 22-25, 2010*

*September, 22, Wednesday
Check-in day*

September, 23 Thursday

Meeting of the Forum participants.

Participation in the official events of the Forum Interra.

Working meeting and interviews according to the participant's individual plan.

September, 24, Friday

Conference "Cooperation experience of journalists and bloggers with government institutions and large corporations"

Discussion "Civil journalism and blogs" with famous Russian journalists and bloggers.

Working meeting and interviews according to the participant's individual plan.

September, 25, Saturday

a Special sight-seeing tour through the city for the Project participants

Participation in the official events of the Forum Interra.

Working meeting and interviews according to the participant's individual plan.

International Youth Innovation Forum Interra 2010

On September 22nd -25th , 2010, the Second International Youth Innovation Forum "Interra 2010" will take place in Novosibirsk. Along with the Saint-Petersburg International Economic Forum and the annual Sochi International Investment Forum, the Forum Interra considers the implementation of innovative ideas and technologies in economics, administration and in the social sphere. Despite its recent history – the first Forum took place in September 2009 – its scales proves that today Interra is one of the biggest grounds east of the Urals for the interaction of representatives from the administrative, business, scientific and expert communities, which possesses a number of unique characteristic features.

- The Interra Forum is a variety of organised events: from scientific symposiums to innovative intellectual techniques.*
- The Interra Forum is an opportunity to communicate with international politicians and experts in the sphere of economics, business, culture and science.*
- The Interra Forum will involve all citizens and city guests in the events of the Forum.*

- The Interra Forum will present a fascinating cultural program combining both classical and alternative styles in art.
- The Interra Forum is oriented on a real practical result: innovative projects find their investors, and agreements of cooperation in various fields are signed.

This year, the central theme of the Forum will be "The Conditions of Innovation Breakthrough of the Regions". Interra guests and participants will be able to discuss the mechanisms of innovative economic development in the regions using actual examples during the key events of the Forum, such as:

- Expert Symposium "Innovations as a Factor of Strategy and Modernization"
- International Entrepreneurship Congress
- Technology Parks Congress
- University Summit


Interra 2010 is going to step beyond the program of the events which will take place in Novosibirsk in September. It will work during the whole year. Meetings, seminars, conferences, competitions, and many other public events will be held within the framework of the Forum.

Interra Press-Centre
 +7 (383) 20 20 733, Anna Dinelt
 +7 913 906 8097, Marina Monahova
 info@interraforum.ru
 http://www.interra-forum.ru

[WORDPRESS HASHCASH] The poster sent us '0 which is not a hashcash value.

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0 LUI RÉPONDRE

LULU

le 24 mai 2010 - 2:26 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK 

Les spécialistes (du passé) en période de changement, on voit assez bien leurs limites, et c'est le cas pour l'analyse de la presse d'aujourd'hui.

On peut dire justement qu'il n'y a pas de crise des médias mais une crise des hommes qui font les médias.

Ils sont perdus. Et de mon point de vue ils font n'importe quoi, et plus on lit des blogs sur les médias plus on en est persuadé.

Il faudra sans doute une bonne purge comme pour la dette.

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0 LUI RÉPONDRE

LANCASTER PA PERSONAL INJURY LAWYER

le 11 novembre 2011 - 1:19 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK 

Aw, this was a really nice post. In thought I would like to write like this – taking time and precise effort to make an excellent article is very rare...

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0 LUI RÉPONDRE

4 pings

Permettre à tous les jeunes de s'insérer dans la société telle qu'elle devient le 17 avril 2010 - 11:58

[...] avons demandé à deux spécialistes de la formation aux médias de réagir au billet d'Andreas Kluth sur la non-crise des médias. Voici la contribution de Bruno Devauchelle, formateur chercheur au [...]

"Tourner l'apathie citoyenne actuelle en activisme citoyen" le 17 avril 2010 - 12:00

[...] avons demandé à deux spécialistes de la formation aux médias de réagir au billet d'Andreas Kluth sur la non-crise des médias. Entretien avec Divina Frau-Meigs, sociologue des médias, professeur [...]

"Crisi dei media? Ma se è un secondo Rinascimento..." | LSDI le 21 avril 2010 - 22:16

[...] E' la conclusione che Andreas Kluth, noto giornalista e blogger francese, formula dopo aver compiuto un'analisi diacronica delle sue abitudini in materia di consumo dei media su cui riflette in un lungo articolo su Owni.fr. [...]

Le crowdfunding produit un "effet Obama" dans le journalisme » Article » OWNI, Digital Journalism le 28 août 2010 - 12:14

[...] question large pour conclure : pensez-vous, comme Andreas Kluth, qu'il n'y a pas de crise des médias [...]