

Reuters Institute Digital News Report 2012 : Tracking the Future of News

written by Françoise Laugée | 22 septembre 2012

Ce premier rapport de l'institut Reuters consacré à l'information à l'ère du numérique offre une analyse des pratiques en Grande-Bretagne, comparées à celles de quatre autres pays, l'Allemagne, le Danemark, la France et les Etats-Unis. Ce panorama met en lumière les évolutions les plus significatives concernant les modes d'accès à l'information, ainsi que les différences qui marquent la singularité de chacun des cinq pays.

Si le basculement de l'imprimé vers le numérique a déjà eu lieu aux Etats-Unis et, dans une moindre mesure, au Royaume-Uni, il n'a pas son équivalent dans les trois autres pays européens. Les citoyens allemands sont parmi ceux qui recourent le moins à Internet dans le but de s'informer, montrant un fort attachement aux médias traditionnels audiovisuels et écrits. Le rapport souligne que les différences constatées d'un pays à l'autre en matière d'accès à l'information s'explique notamment par la prédominance des médias traditionnels sur leurs marchés respectifs, bénéficiant pour certains d'une politique de régulation et d'une réglementation qui leur sont favorables. En Allemagne, les grands quotidiens régionaux profitent d'une réglementation limitant l'investissement des chaînes de télévision et radios publiques sur Internet (voir *REM* n°8, p.3).



En l'occurrence, les médias traditionnels en Europe sont les principaux « capteurs » d'audience. Les sites des journaux dominent le marché de l'information en ligne dans la plupart des pays européens observés, exception faite du Royaume-Uni où les sites des télévisions et des radios l'emportent sur ceux de la presse écrite. Aux Etats-Unis, en revanche, les sites web d'information, à l'instar du Huffington Post et des blogs consacrés au divertissement ou aux technologies, engendrent la plus forte audience aux côtés des portails internet comme Yahoo! et AOL. Les blogs et les médias sociaux sont beaucoup plus consultés aux Etats-Unis qu'en Europe : 36 % des Américains interrogés les utilisent comme source d'informations chaque semaine contre seulement 20 % des Européens en moyenne. L'accès à l'information est avant tout lié à la culture de chacun des pays. Près de 90 % des Allemands s'informent au moins une fois par jour, contre 75 % des Britanniques. Des différences apparaissent également selon le genre d'informations diffusées. Les Britanniques (21 %) apprécient particulièrement les actualités ayant

trait au divertissement et à la vie des célébrités. Les Allemands (62 %) sont plus intéressés par les événements se déroulant dans leur région, tandis que les Américains (56 %) sont plus demandeurs d'informations locales. Les Allemands (33 %) comme les Britanniques (37 %) sont férus d'informations sportives ; les Français (12 %), quant à eux, sont plus nombreux à suivre l'actualité culturelle et artistique.



Quant aux informations inter- nationales, elles suscitent davantage l'intérêt des Allemands (64 %) et des Danois (65 %), que celui des Britanniques (48 %) et des Américains (44 %). Internet est le mode d'accès à l'information le plus couramment utilisé par les plus jeunes, tandis que la télévision reste le mode d'accès préféré des seniors. Plus généralement, ceux qui ont grandi avec Internet présentent des habitudes de consommation particulières : ils prennent davantage connaissance de l'actualité sur Internet qu'ils partagent avec leurs amis par l'intermédiaire des réseaux sociaux et se montrent nettement moins fidèles aux médias traditionnels. D'une manière générale, les Européens sont moins enclins (< 50 %) à utiliser les modes participatifs sur Internet pour discuter et commenter l'actualité via la messagerie électronique ou les réseaux sociaux que les internautes américains (70 %).

L'ordinateur reste le mode d'accès le plus utilisé dans les cinq pays étudiés. Néanmoins, le smartphone joue un rôle de plus en plus important dans les habitudes de consommation de l'information en ligne. Un tiers des internautes danois et plus du quart des internautes américains et britanniques prennent connaissance chaque semaine de l'actualité à partir d'un téléphone portable connecté à Internet. De même, la tablette multimédia commence à s'imposer en tant que nouveau support de lecture des informations.



Rappelant que l'industrie des médias connaît un bouleversement continu et rapide, lié au changement de son modèle économique provoqué par l'arrivée d'Internet, le rapport indique que les journaux et les magazines sont les premiers touchés, l'irruption d'une nouvelle technique contribuant systématiquement à une accélération du déclin de leur diffusion imprimée. Parallèlement à l'indéniable développement de l'usage d'Internet en matière d'actualités et d'informations en général, les rédactions des journaux voient leurs effectifs se réduire, les fréquences de parution diminuent et le nombre d'entreprises de presse qui disparaissent augmente dans tous les pays développés.

Reuters Institute Digital News Report 2012 : Tracking the Future of News, Nic Newman, Reuters Institut for the Study of Journalism, University of Oxford, 68 p., reutersintitute.politics.ox.ac.uk, july

2012