

Slow news

Description

(*informations lentes*)

Expression anglophone désignant le flux volontairement ralenti des nouvelles ou la possibilité de s'informer selon son propre rythme. Une information est par définition urgente, en tout cas du point de vue de celui qui l'envoie. Avec la généralisation de la diffusion des actualités en temps réel sur Internet (alertes, lettres d'information, tweets...), les internautes sont désormais écartelés entre deux états opposés : être connecté ou être déconnecté. La multiplication des sources d'information entraîne les internautes dans un flot continu, grossissant et accéléré de nouvelles. La temporalité est aujourd'hui un nouveau critère de distinction dans la manière d'informer. Face à « l'infobésité », surcharge d'informations, un mouvement baptisé *Slow News* se répand sur Internet, avec pour ambition de ralentir le rythme quotidien lié à notre avidité d'être informé. Né aux Etats-Unis, le mouvement *Slow News* est identifié par l'institut d'études GfK comme l'une des grandes tendances actuelles du Web (« *Slow News, l'information ne presse plus* », Marie-Catherine Beuth, atelier.rfi.fr, 25 janvier 2013).

Des services numériques existent déjà qui permettent à chacun de différer à sa guise la lecture des articles. Les applications Pocket, Instapaper et Readability assurent la sauvegarde d'une sélection de contenus, à partir d'un navigateur web ou d'une application, qui permet de consulter au moment de son choix, hors connexion.

Inventer des outils numériques permettant de paramétrer son temps accéléré à l'information serait « la prochaine étape dans le développement de l'accès à l'information », selon Marie-Catherine Beuth, journaliste et spécialiste des nouveaux médias, qui mène une recherche sur ce thème au sein de l'université américaine de Stanford (John S. Knight Journalism Fellowships). Le mouvement *Slow News* invite à mieux s'informer, comme la *slow food* invite à mieux se nourrir. Selon Alice Antheaume, journaliste, responsable de la prospective de l'école de journalisme de Sciences Po et rédactrice du blog W.I.P. (Work In Progress), les médias devront être capables d'organiser leurs productions afin qu'il existe des temps longs. Ainsi, certains médias en ligne, à l'instar du Huffington Post ou du site de BMF TV, prennent déjà en considération l'éventuel désir de leur audience de marquer une pause, en proposant un décryptage de l'information le dimanche soir pour ceux qui ont choisi de se connecter le temps du week-end. À l'avenir, calibrer la production journalistique en fonction du niveau de connaissance acquise par l'audience constituerait, pour Alice Antheaume, un réel progrès. Des algorithmes adapteront la diffusion de l'information à la temporalité de la consommation de chacun, en repérant le nombre de visites effectuées par

l'internaute sur un site d'information, et éviter ainsi l'inutilité de la redondance. Comme explique encore la journaliste, il s'agit «de produire des types de contenus adaptés à des habitudes variées et des connaissances de l'actualité différentes selon que l'on est très connecté, moyennement connecté, ou pas du tout» (Emission Antibuzz, France Inter, 3 mai 2013).

A l'instantanéité correspond un format court d'article, la brève, et ultra court, le tweet de 140 signes. Se réapproprier le temps consacré à s'informer pourrait relancer l'offre d'articles longs qui tend à décliner dans les pages des journaux. Une étude américaine publiée en janvier 2013 par la Columbia Journalism Review montre que les articles longs, de plus de 2 000 mots, ont disparu des colonnes des grands journaux américains au cours des dix dernières années : – 86 % pour le Los Angeles Times, – 50 % pour The Washington Post, – 35 % pour le Wall Street Journal et – 25 % pour le New York Times (avec encore + 32 % d'articles de plus de 3 000 mots) entre 2003 et 2012.

A cet égard, le succès des webdocumentaires, ces productions multimédias qui enrichissent les sites d'information, comme celui du *Monde*, montre qu'il existe une demande des internautes pour une information en ligne de qualité par rapport au flux des dernières nouvelles (breaking news). Depuis avril 2013, la direction des rédactions du quotidien du soir s'organise en fonction de temporalités diverses, «le temps réel» et «le temps 24 heures» (édition numérique et imprimée), «le temps long» (suppléments hebdomadaires, magazines de fin de semaine, enquêtes et débats). Dans l'esprit slow news, France Culture éditée France Culture Papiers, une revue trimestrielle pour lire ou revenir sur une sélection de ses programmes. Etre «à contretemps», «ralentir l'actualité» est le positionnement choisi par un nouveau mensuel, Au Fait, lancé en avril 2013, composé d'une seule enquête approfondie et d'un unique grand entretien. Aux Etats-Unis, à l'exemple de l'application *The Atavist*, précurseur dans l'offre de récits journalistiques multimédias, le site new-yorkais Narratively, lancé fin 2012, privilégie les articles longs sur des sujets d'information locale de qualité par rapport à l'actualité immédiate.

Avec la généralisation de l'accès à l'information en mobilité, caractérisée par la prise en main de son téléphone portable des dizaines de fois par jour, l'idée des slow news renvoie à la question, certes ancienne mais dont la pertinence s'est accrue avec le Net, des effets néfastes de l'abondance d'information sur l'apprentissage et la compréhension de celle-ci.

«Il est temps de remettre en question l'utilité des nouvelles fast-food, vides de sens, faites pour nous rendre dépendants, car il peut être bénéfique de réfléchir davantage», explique le journaliste américain Peter Laufer sur slownewsmovement.com.

La tendance actuelle dans les rédactions ne semble néanmoins pas très propice au développement des slow news, la réduction drastique des effectifs ne favorisant guère la prise de recul.

Catégorie

1. A retenir

date créée

21 mars 2013

Auteur

françoise