

SLC n° 18, décembre 2024, pp. 242-257

## **Les pratiques journalistiques à l'ère du numérique : véritable course à l'audience au détriment des règles éthiques et déontologiques des médias**

Bi Kahou Albert DJE  
Enseignant-Chercheur,  
Maitre de Conférences  
Département des Sciences du Langage et  
de la Communication  
Université Alassane OUATTARA  
(Bouaké-Cote d'Ivoire)  
Email : [djeybs@yahoo.fr](mailto:djeybs@yahoo.fr)

### **Résumé :**

La pratique journalistique est une activité professionnelle vieille de plusieurs centaines d'années. Elle existe sous plusieurs formes en fonction du média ou du support qu'elle utilise. L'une des formes journalistiques les plus anciennes est la presse écrite ou presse imprimée. Elle joue cependant un rôle essentiel dans la société car elle concourt à l'information des citoyens et participe à la diffusion des courants de pensée et d'opinion dans tous les compartiments de la société. S'il existe depuis toujours des règles éthiques et déontologiques qui président à la pratique journalistique, force est de constater de nos jours, au non-respect de ces principes sacro-saints du journalisme du fait de l'avènement du journalisme multimédia. Cette innovation technologique balaie du revers de la main la pratique admise du journalisme. Au centre de cette désescalade journalistique une raison majeure : la course à l'audience au détriment de toutes normes. Redonner au journalisme ses lettres de noblesse quel que soit le support utilisé, demeure l'objectif principal de cette contribution scientifique. La presse imprimée doit survivre à la concurrence farouche de la presse électronique.

**Mots clés :** *Presse imprimée – web journalisme - Professionnalisme – Ethique – Déontologie – Actualité.*

### **Abstract :**

The journalistic profession is hundreds of years old. Depending on the type of media used, it takes a variety of forms. The written press is the oldest form of journalism. However, it has an essential place in society helping to inform citizens and spreading currents of thoughts and opinions throughout spheres of the society. Though journalism has always been governed by rules of ethics and deontology, these principles are increasingly being disregarded with the advent of multimedia journalism. Multimedia journalism is a technological innovation that is outrightly sweeping aside the generally accepted practice of journalism. At the

core of this journalistic descalation lies a major motive : the pursuit of readership at the expense of standards. Restoring journalism to its rightful position, no matter what the media, remains the principal purpose of this scientific contribution. The printed press has to resist the fierce competition from the online Press.

**Key words:** Print media - Web journalism - Professionalism - Ethics - Deontology - News.

## Introduction

Le monde contemporain semble être placé de plus en plus sous le règne sans partage des médias et de leur toute-puissance, souvent même au-dessus des Etats souverains, des gouvernements, des entreprises et des organisations sociales et culturelles. Force irréprouvable de l'image, universalité des réseaux, apport d'instantanéité des techniques numériques ; tout concourt à faire des médias l'élément central des jeux du pouvoir. Dans toutes les sociétés, ils sont à la fois instruments des initiatives sociales, point de référence, mais aussi et surtout éléments perturbateurs et contre-pouvoir, parfois involontaires, parfois conscients. Une telle puissance requiert de toute évidence la problématique de la responsabilité des médias surtout aujourd'hui à l'ère du numérique. Les apports des techniques de numérisation et de télécommunication, le triomphe de l'économie de marché et l'effacement tacite des frontières ont changé les rapports de force. Tout le monde quel que soit son rang social plie devant les médias. Si les grandes entreprises composent avec eux, les organisations politiques et sociales les courtisent ou tentent de les circonvenir. Fort de toutes ces considérations, un questionnement taraude l'esprit de tout chercheur. Aux nombreuses préoccupations déjà existantes au sujet des médias et du journalisme, s'ajoute avec force et acuité la question de responsabilité dans la pratique journalistique à travers les médias numériques et leurs différents supports au détriment de toutes les règles déontologiques et éthiques. Ainsi, il convient de se poser les questions suivantes :

- Pourquoi la course à l'actualité ?
- L'éthique et la déontologie existent-elles encore ?
- Le public est-il bénéficiaire d'une telle situation ?
- L'écriture journalistique ne devrait-elle pas respecter des normes ?
- Internet, un mal nécessaire ?

Autant de questions à élucider dans cette investigation.

L'on semble ne pas vivre en ignorant l'actualité au quotidien. L'éthique et la déontologie existent mais leur mise en pratique semble problématique au regard de la diversité des pratiques journalistiques du fait des nouvelles technologies d'information et de communication.

Pour une résolution adéquate de cette problématique, plusieurs techniques d'investigation seront utilisées.

En effet, des enquêtes *in situ*, la recherche documentaire numérique, l'analyse de contenu et de discours, la revue de presse, etc. sont autant de méthodes que nous allons mobiliser dans le cadre de cette recherche.

Pour ce faire, nous partirons de la description de la presse écrite et des TIC en passant par la mutation du journalisme induite par les nouveaux médias et terminer par des propositions en vue de la sauvegarde la pratique journalistique par la presse papier.

### **1- Panorama de la presse écrite et des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication)**

Les médias, de façon générale, sont les reflets, mais aussi les guides des sociétés : ils leur renvoient une image de leur développement, ils accompagnent, informent et orientent les grands mouvements de l'opinion. Aujourd'hui, dans leur essor, les médias ont bénéficié tout à la fois de l'accroissement des curiosités et des connaissances d'un public de plus en plus nombreux de l'évolution brutale ou progressive des systèmes politiques vers la démocratie et enfin du développement technologique dans la collecte des nouvelles, la fabrication des supports d'information et de communication et leur diffusion. Dans cet univers des médias, une question lancinante nous vient à l'esprit : un journal pour quoi faire ? A cette interrogation, Betty Truck et Henry Allain Matt (1973. p.5) disent ceci :

S'informer, c'est communiquer. Communiquer c'est-à-dire s'apparenter à un groupe, s'identifier à une personne ou à un évènement, tendre la main à la vie, refuser de n'être qu'un assemblage isolé de molécules tourbillonnant dans l'ordre trop parfait de la nature.

Pour ainsi dire, nous sommes immergés dans un bain d'informations politiques, économiques, scientifiques, humaines, techniques et sociales qui ne nous font plus saliver. En effet, autrefois, nous qu'émeillions des nouvelles, aujourd'hui nous sommes sollicités de toute part par elles. Ce qui ressemble à un état de siège dont nous sommes victimes et ceci développe chez nous un complexe obsidional. Grâce et/ou à cause de l'information, nous vivons l'époque tribale des temps modernes.

### **1.1. La presse écrite : pionnière des médias de masse traditionnels**

Dans son acception la plus commune, le terme de médias désigne les moyens d'information contemporains : presse écrite, radio, télévision, affichage, cinéma et désormais internet et ses différents supports. En dépit la diversité actuelle des médias, la presse écrite reste le premier d'entre eux car son monopole s'est exercé jusqu'à la découverte des ondes hertziennes. En effet, les termes de « presse radiophonique », puis de « presse audiovisuelle » qui ont désigné ces nouveaux moyens d'information, en conservant le premier mot qui désignait le vecteur de l'information - l'écrit – illustrent bien la primauté de ce dernier. La presse écrite joue un rôle essentiel dans la société car elle concourt à l'information des citoyens et participe à la diffusion des courants de pensées et d'opinion dans tous les compartiments de la société.

Dans les jeunes démocraties, la presse écrite est un secteur très encadré et règlementé. Elle est le secteur médiatique qui a connu plutôt la libéralisation avant les autres médias à la faveur du multipartisme dans les années 1990, notamment en Côte d'Ivoire et dans la plupart des pays de la sous-région ouest africaine dont le Burkina-Faso, le Togo, le Mali, etc.

Aujourd'hui encore, malgré la rude concurrence imposée à la presse écrite par les autres médias notamment internet, il faut reconnaître que si la télévision montre et que la radio annonce, la presse écrite reste le média de masse qui explique l'actualité et les faits aux citoyens.

### **1.2. Les médias numériques, véritables réseaux de diffusion de l'information et de la communication**

Avec le phénomène d'internet, nous assistons à la mondialisation et à la rapidité de l'information.

En effet, de tout ce que internet représente comme avantages, l'interactivité demeure le progrès le plus intéressant de ses fonctions. Internet inaugure ainsi une véritable révolution de l'information. La question de l'histoire des médias numériques est en lien avec la manière dont se sont constitués les dispositifs techniques et les services associés dans un univers où les médias de masse, la presse, la radio et la télévision paraissaient être installés définitivement en position dominante.

Les TIC se distinguent de plus en plus des médias de masse par l'individualisation de leurs usages, par l'interactivité qui conduit l'utilisateur à choisir ses programmes, ses données et avec la connexion à l'internet, ses services en ligne, à naviguer dans son ordinateur ou sur le web suivant des stratégies qu'il construit lui-même, sans

rapport avec le dirigisme de l'audio diffusé qui impose son mode de réception et son mode de consommation à travers la grille des programmes.

L'avènement d'internet a constitué un terreau fertile pour la promotion de la démocratie et l'expression numérique. Avec l'internet grand public, les discours prophétiques se sont fait entendre sur l'avènement de la démocratie dite électronique car l'interactivité de ce média se prête à une participation active des citoyens. Dans cette dynamique, internet a été perçu comme un véritable remède à la crise de la démocratie représentative, un outil pour combattre la désaffection des citoyens pour la politique. Cette liberté d'action qui est offerte au numérique favorise la manipulation et la diffusion de fausses informations.

## **2. Journalistes et journalisme**

### **2.1. Le journaliste, un médiateur social**

Un journaliste professionnel selon le Code du travail français<sup>1</sup>, est celui qui, a pour occupation principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession, dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques ou dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources. La presse écrite reste le média dominant et le principal pourvoyeur d'emplois. Cela tient à la très grande diversité de l'offre des titres.

En outre, le travail de journaliste doit être compris comme un travail de médiation entre les publics auxquels il s'adresse et l'ensemble des univers sociaux où émergent les événements dont ils vont rendre compte. La médiation journalistique et médiatique est donc une succession d'opérations qui visent à construire le sens des événements qui se déroulent, à les rendre intelligibles et les inscrire dans des univers de référence des publics dans leur système de valeur. Les dispositifs techniques de production et de diffusion sont conçus pour assurer l'acheminement des productions des journalistes sur l'ensemble du territoire. La logique de ce dispositif est certes économique, mais également citoyenne et politique conformément aux principes du droit à la liberté d'information et de communication et l'égalité pour l'accès aux nouvelles.

Dès le départ, l'information est un besoin social. L'individu ressent la nécessité profonde de se faire une opinion sur des événements susceptibles de modifier le gouvernement du groupe. Ce

---

<sup>1</sup> Le **code du travail** français est un recueil organisé de la plupart des textes législatifs et réglementaires applicables en matière de droit du travail, et qui concerne essentiellement les salariés sous contrat de travail de droit privé, les salariés du secteur public étant généralement soumis à des statuts particuliers.

besoin social peut se décomposer en deux parties comme suit : un besoin de connaissance et un besoin de communication humaine.

De nos jours, avec le modernisme et le développement des moyens de communication, les contacts humains physiques deviennent d'autant plus rares. Peu à peu, l'individu se sent isolé ; et le contact qu'il a perdu, en fonction même de la nature de la société moderne, il le retrouve en ouvrant un journal, en écoutant la radio, en regardant la télévision ou encore en naviguant sur internet. Là, il découvre à travers les problèmes de ses contemporains, ses propres problèmes, donc son appartenance à un groupe. En cela, l'information est sécurisante pour l'homme moderne. Toutefois, l'homme éprouve aussi le besoin de se divertir, de se détendre. Il recherche la libération des contraintes auxquelles il est soumis. Et, les médias lui offrent l'occasion de se détourner de ses soucis. Enfin, l'information est curative. L'homme a besoin d'une psychothérapie sociale. Il se libère des contraintes de la société par une activité autorisée. Friand des faits divers constitués de scandales de tous genres (sang, sexe, drame...) qui alimentent ses rubriques. L'homme s'y jette souvent avec avidité. Par cet acte, l'on se défoule, se libère des instincts profondément enfouis dans son subconscient par une société répressive comme le soutient le philosophe, Sigmund Freud (1896).

L'information journalistique a des caractéristiques que l'on peut résumer comme suit :

- information et évènement (rapprocher l'information de celle de l'évènement) ;
- nouveauté et instantanéité (la fraîcheur, temps minimum pour la diffusion) ;
- pertinence et conformité aux valeurs de références du public (en référence à la société au sein de laquelle elle va être diffusée) ;
- l'information journalistique, un objet économique (valeur marchande).

## **2.2. La pratique journalistique sur internet : l'expression politique des internautes**

Il est donné de constater que la grande majorité des internautes n'est pas investie dans l'internet politique. Par conséquent, elle se contente de la consultation des actualités sur le web et certains participent parfois aux petits sondages sur les sites des médias, voire des commentaires occasionnels sur les articles. De façon générale et de manière ouverte, les forums des sites des médias se prêtent aussi à des formes de débat politique autour des questions d'actualité et

témoignent de la contribution émanant du grand public et une grande variété d'opinion. C'est un espace d'échange idéal où les questions sensibles peuvent être abordées et donner lieu à des échanges vifs qui font fi de la bienséance langagière et de la civilité comme le démontre Maud Vincent (Octobre 2020) dans son analyse du forum de l'émission « On ne peut pas plaire à tout le monde ». C'est le lieu de constater que les fora médiatiques n'élèvent donc pas toujours la qualité des débats et peut devenir un défouloir de préjugés et jugements personnels.

Au bout du compte, internet contribue à l'expression des citoyens ordinaires qui contournent ainsi les corps intermédiaires, la parole profane prenant place aux cotés de celle des experts consacrés (politiques, journalistes, spécialistes). La tendance de plus en plus est de réduire la démocratie sur la toile à la discussion et au débat spontané alors que l'exercice de la démocratie exige un échange d'argumentations rationnelles propices au dégagement du bien commun. Néanmoins, l'expression numérique elle-même a investi cet espace, le Net devenant un dispositif complémentaire à celui de l'espace public traditionnel.

### **3. L'éthique et la déontologie du journaliste**

L'exercice de la profession journalisme est encadré par un cadre juridique et réglementaire. Cet environnement juridique décline clairement les missions et les fonctions d'un journaliste et d'un média au sein de la société. Les règles éthiques et déontologiques y occupent une place de choix.

#### **3.1. L'éthique journalistique**

L'éthique en effet, est une branche de la philosophie qui traite de la nature générale de la morale, et des choix moraux spécifiques que les hommes sont amenés à faire dans leurs relations avec leurs semblables.

Du point de vue journaliste ce terme recouvre l'étude et l'application des normes de conduite et des choix moraux propres à la profession. Elle rattache d'ordinaire un système de valeur et de principes aux choix auxquels on est conduit à procéder dans le travail et les missions de tous jours. Ces évaluations portent le plus souvent sur de « bons » ou de « mauvais » choix ou sur leur degré de bien ou du mal, car de nombreux choix journalistiques sont pour le moins difficiles. En définitive, les valeurs renvoient à un idéal ou à une situation jugée éminemment souhaitable.

Dans la pratique journalistique, la dimension éthique est toujours prise en compte par les rédacteurs en chef et elle constitue

pour eux une boussole à suivre. Ce qui n'est pas forcément le cas dans le cyber journalisme.

### **3.2. La déontologie du journaliste**

La déontologie du journalistique qui concerne les règles de fonctionnement du métier de journaliste s'applique le plus souvent aux décisions à prendre en matière d'information et représente avant tout un code de conduite que sont censés appliquer les professionnels des médias et notamment les membres de la rédaction. Dans l'exercice de leur métier, ou leur mission d'information, les médias se heurtent naturellement à des droits et à des devoirs contradictoires. De fait, l'éthique journalistique impose de faire des choix dans des situations précises en tenant compte des règles et des principes généraux.

Pour les journalistes et autres professionnels de la communication, ces choix doivent être conformes aux règles et aux conventions de la profession, lesquelles reposent de toute évidence sur des codes de déontologie écrits. Les partisans d'une déontologie journalistique établissent d'ordinaire une distinction entre les principes fondamentaux de l'éthique et l'application quotidienne d'une éthique conjoncturelle, qui nécessite des choix ponctuels et immédiats, n'autorisant guère l'analyse et l'introspection.

Dans la plupart des Etats démocratiques, les principes éthiques et déontologiques des médias sont réglementés par les instances de régulation et d'autorégulation des médias. En Côte d'Ivoire ces missions sont assurées par les instances étatiques de régulation que sont la HACA (Haute Autorité de Communication Audiovisuelle), l'ANP (Autorité Nationale de la Presse). A ces deux institutions il faut ajouter la structure interprofessionnelle des médias UNJCI (Union Nationale des Journalistes de Côte d'Ivoire) et, une instance d'Autorégulation des médias OLPED (Observatoire de la Liberté de la Presse de l'Ethique et de la Déontologie).

### **4. L'instance ivoirienne de régulation la presse écrite : ANP**

L'ANP est une instance de régulation de la presse imprimée et les productions d'informations numériques. Elle est régie par des textes qui en déterminent l'organisation et le fonctionnement. Outre la presse imprimée, la loi numéro 2017-867 du 27 décembre 2017 portant régime juridique de la presse, étend le champ d'application de l'ANP aux productions d'informations numériques.

Dans le respect des principes d'indépendance et de transparence ainsi que des dispositions législatives et réglementaires en vigueur, l'ANP est investie de tous les pouvoirs nécessaires à



l'exercice des missions et des attributions lui permettant d'assurer effectivement le contrôle et la régulation des activités du secteur de la presse et de ses opérateurs. A cet effet, elle a pour mission entre autres :

- d'exercer, à titre exclusif, des fonctions de régulation, d'instruction, et de sanction qui lui sont conférées par des textes législatifs et réglementaires en vigueur ;
- de garantir le pluralisme de la presse ;
- de veiller à la bonne application, par les journalistes et des productions d'informations numériques, des dispositions les régissant ;
- de prendre à l'encontre des opérateurs défaillants ou contrevenants du secteur, les sanctions, prévues par les dispositions en vigueur.

Outre les sanctions, l'ANP forme, accompagne, récompense, conseille et assiste juridiquement les professionnels de la presse et les opérateurs économiques intéressés par le secteur.

Le secteur de la presse en Côte d'Ivoire est très vaste. Au titre de l'année 2021, selon l'ANP (2021. pp. 12-19) on dénombre soixante-neuf (69) publications imprimées qui ont animé le paysage ivoirien dont vingt-deux (22) quotidiens, vingt-quatre (24) hebdomadaires et vingt-trois (23) mensuels et autres périodicités. Par ailleurs, l'ANP a relevé cinquante-deux (52) productions d'informations numériques dans l'écosystème médiatique ivoirien.

Pour assainir davantage l'univers médiatique en Côte d'Ivoire, des dispositions juridiques sur la nécessité d'encadrement des médias en ligne<sup>1</sup> ont été adoptées. Cette loi prévoit des sanctions à l'encontre de tous les contrevenants.

En effet, le code pénal ivoirien en son article 173 réprime la publication, la diffusion, la divulgation ou la reproduction par quelque moyen que ce soit, de fausses nouvelles fabriquées de toutes pièces, falsifiées ou mensongèrement attribuées à un tiers. Cette infraction est punie d'un à trois ans de prison ferme assortie d'une amende allant de 500 000 à 50 000 000 de francs CFA, soit 769 Euros à 76923 Euros.

---

<sup>1</sup> Côte d'Ivoire : Le président Ouattara annonce une loi contre les fake-news-  
<https://www.ouestaf.com/cote> d'ivoire. Consulté le 20 juin 2023.

## 5. L'entrée en scène d'internet : véritables bouleversements des attentes et des pratiques journalistiques

L'irruption des nouvelles technologies dans le traitement de l'information a totalement bouleversé les habitudes, du public comme des journalistes.

En effet, toute nouvelle opportunité de diversification électronique pour la presse s'accompagne d'une multitude de discours, souvent prophétiques. Entre les visions des « apocalyptiques » annonçant le meurtre du papier par l'électronique et celle des plus « intégrés<sup>1</sup> » imaginant une nouvelle vie pour l'écrit grâce à l'écran, l'espace devient très restreint pour des analyses empiriques et distancées des éventuels changements en cours.

Les TIC recouvrent tout à la fois plusieurs moyens et supports de diffusion de l'information. Les uns après les autres, ces innovations ont permis d'accélérer la diffusion de l'information, de multiplier les sources, d'augmenter le volume de connaissance transmises en un temps donné. Ces mutations technologiques, toujours destinées à satisfaire une consommation de masse dans une économie toujours plus mondialisée, confirme chaque jour la thèse si chère à Mc Luhan (1967)<sup>2</sup> à savoir que : « Le monde est un village. L'information y circule vite, beaucoup et tout le temps ». Le réseau internet en est devenu l'artisanat principal et emblématique.

### 5.1. Le journalisme en ligne pour l'audience

Sur internet, les pourvoyeurs d'information de tous ordres ont fort à faire face à l'impératif technologique. Ils se trouvent confrontés simultanément à une autre exigence, tout autant primordiale : savoir répondre aux nouvelles attentes d'un public gourmand de nouveauté, avide de réactivité, friand d'interactivité. De nouveaux réflexes naissent chez eux pour satisfaire les exigences surprenantes, parfois paradoxales, de leur public. La lecture des articles de presse sur internet se fait en temps record. L'internaute réclame simultanément à l'exhaustivité, des informations courtes et condensées. Il entend en effet, répondre à sa soif immédiate par une lecture rapide. Son œil doit pouvoir absorber de nombreux éléments dans le laps de temps le plus court possible. Les défis auxquels font face les journalistes en ligne sont la conquête d'une audience plus

---

<sup>1</sup> Pour reprendre les termes d'Umberto Eco.

<sup>2</sup> McLuhan Marshal est un sociologue canadien né en 1910. Il s'est fait connaître comme le prophète inspiré dans le rôle social de la communication. Il est auteur de plusieurs ouvrages dont *The Mechanical Bride* (1967), *La Galaxie Gutenberg* (1968), *Pour comprendre les media* (1964) et traduit en français 1968, et *Medium is a message* en 1968.

jeune, la fidélisation des internautes zappeurs par nature, etc. en définitive, le plus crucial des défis de la presse en ligne s'avère être la quête d'un modèle économique pertinent.

L'avènement du cyber journalisme ou de la presse en ligne a favorisé ce que Remy Rieffel (2009. p.63) a appelé « l'internationalisation et l'industrialisation du secteur ». Dans le secteur des médias de masse, le fait que la conception, la production et la diffusion des contenu soient de plus en plus imbriqués, est ce qui est désigné par la dynamique de la convergence entre l'audiovisuel, l'informatique et la télécommunication. Ceci a donné naissance à un marché géant, décloisonné et à vocation planétaire dans lequel la technique joue un rôle essentiel, mais où l'information et la culture tiennent également une place prépondérante.

De toute évidence, l'on peut aisément résumer les principales mutations qui ont affecté le monde de l'information et de la communication sur internet en quelques mots : règne de l'audimat, et la course à l'audience, recherche de scoop et du spectaculaire, exploitation du registre de l'émotion.

## **5.2. Le cyber journalisme : la mutation à marche forcée d'une profession**

Le cyber journalisme a intensifié certaines dimensions de la presse. Il faut remarquer avec raison que les extensions électriques des publications donnent à certaines dimensions de l'activité médiatique (documentation, communication, transaction, actualisation) une importance bien supérieure à celle qui leur est habituellement réservée sur le support papier.

La dimension de la documentation de la presse franchit ainsi un palier. En premier lieu, la technologie numérique élargit les potentialités des extensions électroniques en matière de stockage des données et d'indexation de la recherche. L'extension électronique permet également l'information en ajoutant des données sonores ou vidéo non insérables dans la revue imprimée. De même, la dimension de transaction est elle aussi très développée. Elle porte le plus souvent sur le contenu même de la publication avec des procédures électroniques d'abonnement ou de paiement d'un article. Il ne faut pas aussi omettre de dire que l'actualisation de l'information est potentiellement plus rapide sur internet que sur le papier. Dans cette même ligne de mire, Vuilod Frédéric (2009.p.428) fait une observation très pertinente en ces termes : « Avec ces rédactions web, les journaux s'ouvrent la possibilité, pour la première fois de l'histoire des médias, de concurrencer les radios et

les télévisions sur le terrain de l'information en continu ». Toute chose qui participe de la dynamique de la presse multimédia.

Compte tenu des atouts de la presse multimédia, les ventes de la presse papier sont en chute libre. De façon plus concrète, voyons ce que cela donne au niveau de la presse imprimée en Côte d'Ivoire.

## **6. Les statistiques du marché de la presse en Côte d'Ivoire : volumes et chiffres de ventes**

Les distributeurs tiennent mensuellement à la disposition de l'autorité de régulation les chiffres de vente des journaux et écrits périodiques pour une diffusion trimestrielle<sup>1</sup>

Ces chiffres sont transmis à l'ANP par la société *Edipresse*, qui assure la distribution de la majorité des titres sur le marché ivoirien.

Au titre de l'année 2021, ce sont 18.732.202 exemplaires de journaux qui ont été mis sur le marché, pour une vente de 3.674.607 exemplaires et un chiffre de vente totale 1.113.983.100 F CFA, soit 170073 Euros

Ces chiffres sont en baisse par rapport à ceux de l'année 2020, avec un taux de décroissance de -23,21%. Cependant, l'ANP a relevé que les chiffres de vente du premier au troisième trimestre 2021 étaient en légère augmentation avant de basculer de -12,32 au quatrième trimestre de la même année.

Ces chiffres démontrent que les populations adhèrent de moins en moins à la presse imprimée au profit de la presse multimédia.

## **7. La presse imprimée, média chaud à l'épreuve de la presse en ligne, média froid**

Dans la typologie des médias, il existe un principe fondamental de différenciation. McLuhan (1967) fait une distinction en termes d'ambivalence thermique des moyens d'information et de communication. Pour lui, la presse écrite dans sa version papier est un média chaud au même titre que la radio, le cinéma, la photographie, le livre, etc. En ce qui concerne les médias froids, l'auteur classe internet et ses différents supports, la télévision, le téléphone, les dessins animés dans cette catégorie. Pour soutenir sa thèse il avance ceci : « un médium est chaud lorsqu'il prolonge un seul des sens et lui donne une haute définition<sup>2</sup> ...le téléphone est un médium froid, ou de faible définition, parce que l'oreille n'en reçoit qu'une faible quantité d'information ». (Idem, p.41)

<sup>1</sup> Art. 56 de la loi N° 2017-867 du 27 décembre 2017 portant régime juridique de la presse

<sup>2</sup>En langage technique de télévision, *la haute définition* porte une grande quantité de données.

Dans cette posture épistémologique l'on peut argumenter qu'étant donné que plusieurs raisons militent en faveur du choix de la presse écrite imprimée car les médias chauds sont denses en information et favorisent les liens sociaux. Ce sont des médias qui rassemblent et instaurent une vraie sociabilité. A l'inverse, les médias froids sont taxés de moyens d'isolement, fournissent peu d'informations, et enferment l'individu dans une bulle et cette situation peut facilement déboucher sur la radicalisation car, l'auditeur doit dans la plupart des cas, compléter lui-même ses informations. Sa participation personnelle dans la réception et la compréhension de l'information est très grande.

### **8. La survie de la presse imprimée, une nécessité vitale et historique**

La presse écrite et l'édition doivent résister au gré des innovations technologiques sans cesse croissantes. Etant donné que nul ne peut résister longtemps ou échapper au modernisme, la presse écrite doit impérativement s'adapter à la conjoncture des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Pour ce faire, les patrons de presse écrite doivent diversifier leurs supports de diffusion de l'information. Etre présents sur internet pour assurer le service d'information des citoyens comme dans la presse papier mais aussi et surtout innover pour y opérer des changements qui correspondent aux habitudes de consommation des internautes sur la toile.

De plus en plus, les internautes-lecteurs-consommateurs réclament des informations toujours plus neuves, toujours plus fraîches à toute heure du jour ou de de la nuit. Ils veulent l'information en temps réel, l'actualité en direct. En claire, avec le cyber journalisme, l'on constate un raccourcissement vertigineux du temps de transmission de l'information du journaliste de terrain à l'internaute.

De plus, la presse écrite dans sa version papier doit faire une sociologie de la lecture des journaux. Ceci doit être procéder par la diversification du centre d'intérêt en renonçant au tout politique. Aller à la recherche et à la rencontre des lecteurs. Procéder par la mise en place d'un système d'abonnement en se rapprochant davantage des lecteurs formellement identifiés. Les journalistes de la presse écrite doivent sortir de la culture habituelle du simple compte-rendu des évènements et intégrer une valeur ajoutée : le journalisme d'investigation, le grand reportage, pour toujours accrocher le lecteur par la compréhension des évènements ; même si ceux-ci ne sont plus

d'actualité compte tenu du caractère périssable des informations de l'actualité.

La presse écrite papier ayant un caractère durable en terme d'archivage par opposition aux informations journalistiques sur internet, l'on doit soutenir et encourager le secteur de la presse imprimée pour la mémoire et la sauvegarde de notre histoire commune et l'évolution de l'humanité. Il ne faut pas occulter que la production d'un journal papier respecte plusieurs étapes avant sa mise à disposition au grand public. Le rôle joué par les différentes instances de régulation achève de convaincre de ce que le droit du public à l'information juste et équilibrée est respecté.

Dans la presse écrite, les règles éthiques et déontologiques recommandent aux journalistes l'observation de certains principes à savoir :

- ne pas faire la publicité des atteintes aux bonnes mœurs ;
- être responsable de l'impact de ses écrits sur la société ;
- équilibrer l'information ;
- ne publier l'information dont l'origine, la véracité et l'exactitude sont établies :
- donner les informations de tous les horizons sans distinction d'appartenance politique ;
- s'abstenir de toutes atteintes à l'éthique sociale ;
- décliner formellement ses identités et son organe d'appartenance ;
- être indépendant vis-à-vis des forces économiques, politiques et religieuses.

De manière générale, les rédactions « papier » traditionnelles mettent en place un système de relecture des articles pour éviter le manque de rigueur dont pourrait être victime l'internaute. De même, une erreur malencontreusement glissée dans les colonnes d'un quotidien traditionnel donne parfois lieu à un mot d'excuse dans l'édition suivante. Au bout du compte, nous convenons avec Franck Rebillard (2000.p.168) quand il argumente que :

L'observation de la presse multimédia révèle des situations assez variées et confirme que les rapports entre la presse écrite et le web ne peuvent être convenablement saisis qu'en les analysant comme une rencontre entre leurs dynamiques propres, replacées dans le processus de diversificatio.

En d'autres termes la presse imprimée doit exister pour ce qu'elle représente en termes de crédibilité, de minutie et de documents destinés à l'archivage, certes mais, les maisons d'édition de cette presse doivent diversifier leurs supports en intégrant la presse multimédia dans leur publication et production. Par la force

des choses, les journalistes doivent se former car leur métier se transforme. C'est une des conditions pour pouvoir satisfaire les exigences surprenantes, parfois paradoxales de leur public.

## **Conclusion**

Avec l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, le rapport au lecteur change et mérite d'être soigné. La presse écrite, média ancien et crédible doit faire face à la rude concurrence que lui livrent les TIC. Si le journalisme en ligne mobilise les médias consuméristes à finalité économique, la presse écrite papier quant à elle garde encore son caractère de média politique et citoyen. Toutefois, elle doit se mettre au diapason des médias modernes pour épouser l'ère du temps. Le mode de diffusion, les techniques modernes d'archivage, la satisfaction des besoins d'information des lecteurs doivent être satisfaits. Même si la presse écrite doit modifier de nouvelles méthodes de diffusion, et commercialisation de ses produits, elle doit tout de même, garder son originalité car la presse écrite papier fait preuve de foi et un support de travail pour des études en analyse de discours et de contenu dans le cadre de la recherche scientifique et la formation académique. Il est bon de dire qu'avec l'avènement d'internet, il est facile de comprendre que certains internautes aient cru pouvoir devenir journalistes. Mais il faut dire clairement que l'on ne s'improvise pas journaliste. Certains lecteurs peuvent avoir une science ou une connaissance particulière dans un domaine précis. En fait, ils sont certes d'excellents spécialistes, comme les journalistes professionnels, mais les journalistes doivent considérer ces internautes et leurs sites spécialisés comme des sources de grandes qualités, qu'il faudra confronter à d'autres sources plutôt que comme des concurrents. Pour finir les gouvernants doivent aider le secteur des médias, mais surtout veiller au fonctionnement d'internet avec des règles et principes à respecter au même titre que les autres médias de masse.

## Bibliographie

- ANP, (2022), *Sebeu et Didou dans les coulisses du journalisme*, Abidjan-Cocody, Grand prix de presse, Emprunte numérik.
- AUTORITE NATIONALE DE LA PRESSE, (2021), *Rapport d'activité 2021*, Abidjan-Cocody, ANP.
- AUTORITE NATIONALE DE LA PRESSE, REPUBLIQUE DE COTE D'IVOIRE, (2023), *Cadre juridique et réglementaire de la presse en Côte d'Ivoire*, Abidjan-Cocody, DDPAN.
- BARRAT Jacques, (1992), *Géographie économique des médias, Médias et Développement*, Paris, Litec,
- BETTY Truck, HENRY Allain Matt, (1975), *Tout savoir sur la presse et l'information*, Paris, Edition Filipacchi,
- CHABAUD Pascal, (2002), *Médias, pouvoir et société*, Paris, Ellipses,
- CHARON Jean-Marie, (2003), *Les médias en France*, Paris, Repère, La découverte, [https://www.ouestaf.com/cote d'ivoire](https://www.ouestaf.com/cote-d-ivoire). Consulté le 20 juin 2023.
- LAUGT Olivier, (2000), *Discours d'expert et démocratie*, Paris, L'Harmattan,
- NONJON Alain, (Collection dirigé par), (2012), *Médias, information et communication*, Paris, Ellipses,.
- PIGEAT Henri, HUTEAU Jean, (2000), *Déontologie des médias, Institutions, pratiques et nouvelles approches dans le monde*, Paris, UNESCO,.
- REBILLARD Franck, (2000), in *Réseaux, Communication, technologie, société : Questionner la société de l'information*, « La presse multimédia : Une première expérience de diversification de la presse écrite sur cédérom et sur le web » pp.141-195, Hermes.
- RIEFFEL Rémy, (2005), *Que sont les médias, Pratiques, identités Influences*, Paris, Gallimard,.
- VUILLOD Frédéric, (2000), in *Transversale*, collection dirigée par NONJON Alain, *Médias, information et communication*, Sous la direction de Christine LETEINTURIER et REMY champion, « L'entrée en scène d'internet : bouleversement des attentes et des pratiques », pp. 424-443.