

Les médias sociaux s'érigent, de plus en plus, comme sources d'information fiables !

Les médias sociaux sont devenus une source d'information importante pour les Américains. On peut parler de croissance rapide pour cette source d'informations qui a doublé en moins d'un an... Le phénomène est réel chez nous aussi !

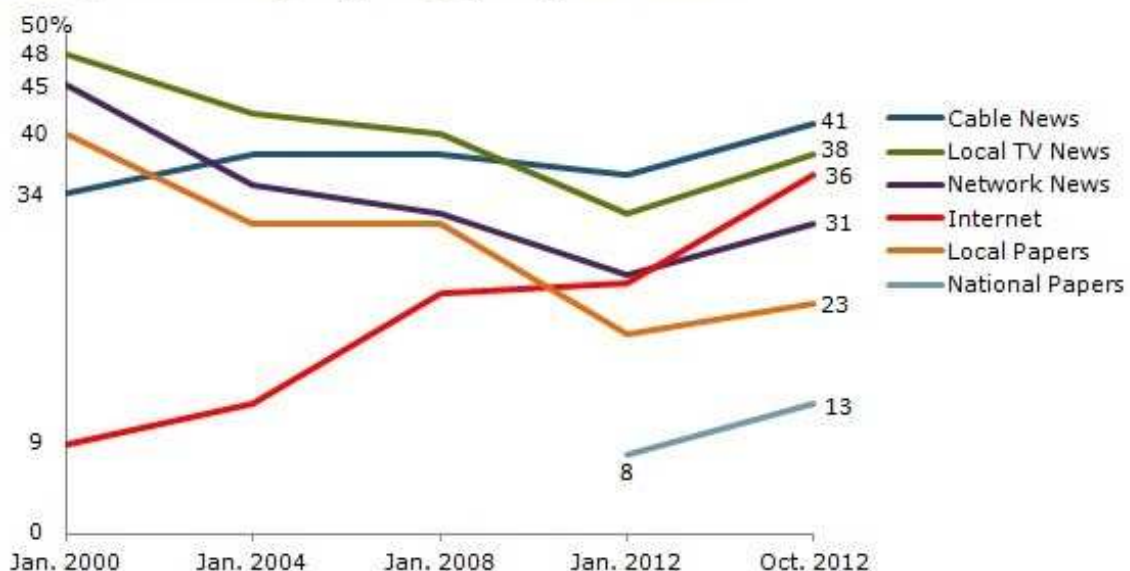


Le Pew Institute, le think tank de Washington DC qui réalise des enquêtes sur les comportements, les tendances et les attitudes des américains, vient de livrer une étude intéressante qui montre que, même si la télévision reste le média privilégié en matière d'information, les médias sociaux prennent une part de plus en plus importante. Dans le contexte de la campagne présidentielle, l'internet a dépassé la presse écrite et même les chaînes-info en termes de fréquentation; les médias sociaux ne sont pas étrangers à cette réalité ! Selon l'étude du Pew

Institute, publiée le 25 octobre dernier(1), 17% des Américains s'informent de la campagne électorale par le biais des médias sociaux; Facebook, Twitter et YouTube surtout. Lorsqu'ils veulent s'informer à propos sur le duel Obama/Romney, 36% des Américains cherchent leur information sur le net, soit une augmentation de 11% par rapport au début de l'année 2012, la croissance est même de 400% par rapport à l'aube des années 2000. La presse écrite stagne (23% pour la presse locale - 13% pour la presse nationale qui profite cependant de la campagne pour augmenter légèrement son impact) tandis que les chaînes d'information continue, qui étaient encore devant internet en janvier 2012, sont reléguées à la quatrième place des sources d'informations. La télévision, média préféré des Américains par tradition, reste la référence puisque les chaînes du câble et les télévisions locales sont les sources d'actualité les plus consultées dans le cadre de la campagne présidentielle.

Campaign News Sources: All Are Growing, But Internet Up Most

Percent of U.S. adults who regularly get campaign news from these sources



Source: Pew Research Center

PEW RESEARCH CENTER'S PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM

Si l'internet connaît une croissance rapide dans le segment informatif, il le doit assurément aux médias sociaux. L'enquête du Pew Institute met en évidence que, plus que les sites d'information traditionnels, ce sont Facebook, Twitter et YouTube qui connaissent l'accroissement le plus net; ces trois médias ont doublé leur impact en tant que source d'information. Avec un chiffre de 12%, Facebook est désormais aussi informatif que la radio... Et lorsque l'on demande aux Américains

pourquoi ils fréquentent davantage les médias sociaux pour s'informer, leurs trois motivations principales sont :

- le côté pratique : on peut s'y connecter à toute heure ;
- la richesse de l'information : différentes sources venant de tous azimuts ;
- la profondeur de l'information : beaucoup de journalistes américains disposent de leurs médias sociaux et y ont parfois plus de liberté que dans les rédactions traditionnelles; en outre de plus en plus de blogueurs indépendants offrent une information fiable et libre de toutes entraves.

L'enquête du Pew Institute met enfin en évidence que les Américains multiplient les sources d'information, ils ne se contentent plus d'une seule source, ils croisent les canaux afin d'avoir une information la plus complète possible.

Et chez nous ?

Le phénomène est palpable en Europe également ! Médiamétrie, la société française de mesure d'audience des médias et d'analyse des comportements en matière de médias, confirmait, en mars dernier(2), que 2011 avait été une année charnière pour l'information, une année marquée par l'émergence des réseaux sociaux en tant que source d'information. Il convient de préciser que 2011 fut une année riche en matière d'actualité (révolte dans le monde arabe, mort de Ben Laden, affaire DSK, tsunami au Japon, mariage de Kate et William en Grande-Bretagne, le mouvement des Indignés, retrait des troupes US d'Irak, situation économique...) et que cette richesse a probablement catalysé l'engouement vers les médias sociaux en tant que source d'information. Toujours selon Médiamétrie, en janvier 2012, plus d'un mobinaute sur trois (34,2% précisément) a consulté un site ou une application d'actualité. Dans l'une de ses chroniques MédiaTIC, Alain Gerlache confirme que les internautes sont friands d'information : "*Les internautes cherchent à s'informer en direct. D'abord sur les réseaux sociaux qui ont la primeur. Ensuite ils se tournent vers les sites d'information pour en savoir plus*"(3). Alain Gerlache qui nous confiait d'ailleurs au début de cette année que "*les médias sociaux peuvent être les vecteurs de démarches journalistiques*"(4), ce qui tendrait à créditer la profondeur, et donc la pertinence et la qualité, de l'information que l'on peut y trouver. L'émergence de la vidéo sur les tablettes et les smartphone renforce l'impact des médias sociaux informatifs, trois internautes sur quatre et un mobinaute sur trois regardent des vidéos, un phénomène qui s'est amplifié par les médias sociaux, aujourd'hui 20% du trafic sur YouTube sont générés par Facebook(3).

Vidéos, augmentations sensible de l'internet nomade/mobile, actualité en live et H24, diversité des sources, qualité et pertinence de l'information... autant de paramètres qui expliquent la montée en puissance des médias sociaux comme source d'information !

(1) *Internet gains most as campaign news Source, but cable still leads*, on pewresearch.org consulté le 1er novembre 2012

(2) *Hotspot internet - le web : social, live et vidéo*, on mediametrie.fr, consulté le 1er novembre 2012

(3) *L'information sur les médias sociaux attire de plus en plus d'internautes*, par Alain Gerlache, on rtbf.be, 15 mars 2012.

(4) *A propos de journalisme-citoyen*, par Olivier Moch, 9 janvier 2012, on oliviermoch.be

Olivier Moch
© Communication, novembre 2012


www.oliviermoch.be