

L 'évaluation des pratiques de lecture dans la presse en ligne : du journal-papier au journal sur Internet

Ceren BİLGİCİ
Yrd. Doç. Dr. Kerem RIZVANOĞLU

université sorbonne nouvelle-paris 3
cerenbilgici@gmail.com
galatasaray üniversitesi, iletişim fakültesi
krizvanoglu@gsu.edu.tr

Özet

Çevrimiçi Basında Okuma Pratiklerinin Değerlendirilmesi: Kağıt Gazeteden İnternette Gazeteye

Günümüzde, sayısal iletişim ortamların hızlı teknolojik evrimi sayesinde internet, yazılı basının yeni yayın organı olmuştur. Yazılı basın alanında bu durum yeni yazım tekniklerinin doğmasına ve okuyucuların haber okuma alışkanlıklarının değişmesine neden olmuştur. Bu araştırmanın amacı iki farklı medya üzerinde yayınlanan haberlerin okuyucu üzerindeki etkilerini karşılaştırmaktır: Basılı gazete ve gazetelerin internet yayını. Araştırma, internet üzerindeki yayınların haberi anlama, akılda tutma ve habere yorum yapma alanlarındaki etkilerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Gazetelerin internet yayınlarının gelişimiyle birlikte ortaya çıkan yeni okuma alışkanlıklarını analiz etmek için çalışmanın birinci ayağında 120 öğrenciyle bir anket çalışması yapılmıştır. Niteliksel bir analizin gerçekleştirildiği ikinci aşamada, günlük hayatlarında haber takibi için internette yararlanan 20 üniversite öğrencisiyle bilgisayar başında bir gözlem testi gerçekleştirilmiş, bunu takiben bir post-değerlendirme anketi ve yarı-yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. "Görev gözlem" metoduyla gerçekleştirilen gözlem bölümünde ve tamamlayıcı etaplarda, "Le Monde" gazetesi ve aynı gazetenin internet yayını "lemonde.fr" internet sitesinden yararlanılmıştır. Sonuçlar "yeni" okuyucunun basılı gazeteden ve internet yayınlarından haber okurken farklı yaklaşımları benimsediğini göstermiştir.

anahtar kelimeler: gazete, internet, okuma, kavrayış, akılda kalıcılık

Résumé

De nos jours, grâce à l'essor du numérique, la diffusion des informations en tant que médias écrits ont trouvé un nouveau milieu de publication : le journal sur Internet. Au niveau de la presse écrite, cela a entraîné un changement des traitements journalistiques et a créé une grande influence sur les habitudes de s'informer des lecteurs. Cette recherche a pour objectif de comparer les effets créés sur les lecteurs par les informations publiées sur deux différents médias : le journal-papier et le journal sur Internet. Elle vise ainsi à analyser les effets de nouveaux médias d'information sur la compréhension et la mémorisation des informations et la réaction des lecteurs. Nous analyserons les nouvelles habitudes de lecture apparues après l'apparition des versions électroniques en nous basant sur notre analyse quantitative réalisée auprès des 125 étudiants. Dans la deuxième partie de notre recherche, nous approfondirons cette perspective globale d'après les résultats de notre recherche d'observation, du questionnaire de post-évaluation et des entretiens semi directifs réalisée avec les 20 étudiants francophones qui pratiquent les nouveaux médias numériques dans leur vie quotidienne pour s'informer. La version papier du quotidien « Le Monde » et la version électronique « lemonde.fr » sont les supports utilisés pour notre travail d'observation basée sur la méthode de « l'observation de tâche ». Les résultats de cette recherche nous justifient que le « nouveau » lecteur a des habitudes et des pratiques de lecture différentes sur le site Internet d'un quotidien et sur le journal-papier.

mots-clés : quotidien, Internet, lecture, compréhension, mémorisation

Abstract

Evaluation of the Reading Practices in Online Press: From Newspaper to Online Journal

Nowadays, as a result of the technological developments, Internet seems to emerge as a new medium for press. This new shift from print media to Internet brought new news writing techniques and a diversification in the news reading experiences and routines of the readers. This research aims to compare the effects created on the readers by the news published on two different types of media: newspaper and the news websites. It thus aims at analyzing the effects at different levels: the comprehension and the memorization of news and the reaction of the readers towards the news. In the first stage of the research, a survey is conducted with 120 students to analyze new practices of reading, which appeared after the emergence of the electronic versions of print media. The second qualitative stage of the research employs a "task observation" method, a post-evaluation questionnaire and a semi-structured interview with 20 university students who are typical users of news websites. In this stage, "Le Monde" newspaper and its web version "lemonde.fr" are used as the research media. The findings suggest the notion that the "new" reader adopts different approaches in reading news from two different media.

keywords: *newspaper, Internet, reading, comprehension, memorization*

1. Introduction

« Il y a encore dix ans, le Web passionnait les foules. Aujourd'hui, il fait partie de la vie de tous les jours. C'est un outil » (Nielsen et Loranger, 2006 : 14). Les usages du Web sont plus divers et de nouveaux usages apparaissent, tandis que progresse, de jour en jour, le nombre d'internautes et, notamment, ceux qui sont connectés au haut débit (Balle, 2007 : 655).

Le réseau Internet utilisé, premièrement aux Etats-Unis en 1969, est devenu public pour l'usage commercial et civil à partir de 1990. A travers le monde, Internet a connu un progrès et une expansion importants en très peu de temps. Un des aspects les plus sous-estimés du phénomène Internet est la rapidité avec laquelle les journaux ont adopté cette nouvelle technologie. A partir de 1995, les principaux titres des pays occidentaux ont créé des sites Web alimentés par leur contenu quotidien et cela, a une époque où une faible proportion de la population était connectée (Tarlé, 2006 : 6). Le domaine du journalisme a été marqué par une transformation marquante grâce à Internet. La mentalité des grands groupes de média s'est transformée et ils ont commencé à investir dans le domaine du journalisme sur Internet. Ils ont réussi à conquérir en très peu de temps une position puissante sur ce nouveau marché, en procédant d'abord à la transformation des contenus des versions écrites en versions Web puis en produisant des informations directement pour la version électronique. Au niveau de la presse écrite, cela a entraîné un changement du fonctionnement du secteur et des traitements journalistiques en même temps que les modes et les habitudes des lectures.

Comme nous expliquent *Arnaud Dufour* et *Solange Ghernaouti-Hélie*, aujourd'hui, la révolution informationnelle a un grand effet sur le traitement et la conservation de l'information et modifie le mode de fonctionnement des organisations et de la société tout entière. « Elle est particulièrement importante dans la mesure où elle touche à la manipulation de l'information donc la connaissance. Son impact se porte sur les mécanismes de génération du savoir, ce qui permet de penser que la révolution informationnelle sera source d'innovation future. » (Ghernaouti-Hélie et Dufour, 1999 : 96). Les dimensions psychologiques sont, en effet, essentielles dans l'attrance pour les nouvelles technologies, car celles-ci rejoignent le profond mouvement d'individualisation de la société contemporaine. « Trois mots sont essentiels pour comprendre le succès des nouvelles techniques : autonomie, maîtrise et vitesse. Chacun peut agir, sans intermédiaire, quand il veut, sans filtre ni hiérarchie et, qui plus est, en temps réel. Je n'attends pas, j'agis et le résultat est immédiat. Cela donne un sentiment de liberté absolue, voire de puissance, dont rend bien compte l'expression surfer sur le Net. Ce temps réel qui bouscule les échelles habituelles du temps et de la communication est probablement essentiel comme facteur de séduction. » Ainsi, les nouvelles technologies ont obtenu une

dimension sociale : Un monde ouvert accessible à tous (Wolton, 2000 : 87). Toute révolution dans les médias crée en même temps une adaptation de la société avec les supports. Et pour pouvoir réaliser cette transformation, il faut commencer par analyser et donc comprendre les habitudes, les pratiques de lecture et les réactions de la société en plein changement face aux nouveaux médias.

Cette recherche vise ainsi à analyser les effets des sites Internet des quotidiens sur la compréhension et la mémorisation des informations et la réaction des lecteurs. Notre objet de recherche consiste l'évaluation de la relation entre le lecteur et l'information dans les médias numériques en évolution. Notre question de départ est : « Les nouveaux médias numériques en évolution ont-ils un impact sur l'évaluation des pratiques de lecture dans la presse? » Cet article a pour objectif de comparer les effets créés sur les lecteurs par les informations publiées sur deux différents médias : le journal papier et le journal sur Internet. Aujourd'hui, le phénomène Internet fait l'objet de nombreuses recherches dans les sciences sociales. Désormais, des recherches centrées sur l'utilisateur restent toujours insuffisantes. Ainsi, notre recherche vise à analyser l'effet de l'Internet sur les pratiques de lecture de la presse au niveau des utilisateurs dans le cadre de l'ergonomie Web afin de mieux comprendre l'utilisabilité des sites de la presse en ligne. Le but est de créer un modèle de base qui sera utilisé pour améliorer les recherches concernant l'interaction homme-machine dans le domaine des nouveaux médias d'informations.

2. La relation entre le lecteur et l'information après Internet

Nous proposerons l'historique des publications d'informations sur Internet à un niveau global et verrons comment dans le temps il s'est transformé en un nouveau média qui a une fonction importante dans la recherche d'informations. Ainsi, on comprendra les rôles respectifs du journal-papier et du journal sur Internet pour pouvoir ensuite analyser les effets des nouveaux médias sur la relation entre le lecteur et l'information.

L'histoire des journaux sur la toile

Ce sont les journaux américains qui ont été les premiers à créer les versions électroniques. De 1980 à 1995, les journaux américains travaillent sur les alternatives techniques, éditoriales et commerciales à l'imprimé (Estienne, 2007: 68).

Le *San Jose Mercury News* qui a lancé sa version électronique en 1993, est considéré le premier journal à lancer son édition en ligne. Peu après, en 1994, *The Chicago Tribune*, *The New York Times*, *The Los Angeles Times* et

The Boston Globe qui le suivent avec leurs sites Internet. Au début, ces journaux ont préféré intégrer des services de distribution électronique appelés « serveurs propriétaires », comme ceux d'AOL, de *Compuserve* ou de *Prodigy*. Ces réseaux fermés étaient réservés à des abonnés qui payaient pour accéder aux services de ces journaux (Estienne, 2007: 69). C'est à partir de 1995 que les journaux américains ont commencé à rêver d'acquérir un public plus large en utilisant le Web. En 1996, la plupart des grands journaux américains avaient leur édition en ligne. Entre les années 1995 et 1998, la fréquentation des sites ont doublé chaque année ainsi que les investissements des grands journaux qui voulaient profiter de la notoriété de leur marque sont multipliées.

Puis, en Europe la mentalité des grands groupes de média dans ce domaine s'est transformée et ils ont commencé à donner de l'importance à l'Internet en tant que nouvel espace de publication globale. En France, les premiers sites Web des journaux sont créés entre 1995 et 1996. *Libération* ouvre la voie, en 1995, avec la mise en ligne de son quotidien, suivi de près par *Le Monde* et *Les Echos*. *Les Dernières Nouvelles d'Alsace* qui lance son site en septembre 1995, est le premier titre de la presse régionale sur le Web. Entre 1998 et 2000, la plupart des journaux français a créé son site Web (Balle, 2007 : 205). *La Tribune*, *L'Equipe* et *Le Figaro* font partie des derniers grands quotidiens à s'être lancés sur le Web entre 1999 et 2000.

Les effets des nouveaux médias sur la relation entre le lecteur et l'information

La réception des messages en provenance des médias est en effet mystérieuse, pour une bonne part : nous opérons une sélection, spontanément ou volontairement, délibérément et consciemment, nous explique Francis Balle (Balle, 2007 : 599). D'après Balle, les points essentiels dans le parcours de ces messages sont l'attention, la perception, la compréhension et la mémorisation. Dans cette partie de la recherche, la relation entre le lecteur et l'information sera traitée en trois principales parties utiles pour la comparaison entre le journal sur Internet et le journal-papier : la compréhension de l'information, la mémorisation de l'information et aussi la réaction des lecteurs à l'égard des informations car l'interactivité est la propriété la plus importante des nouveaux médias. Ainsi, nous distinguerons les effets directs du support utilisé pour la lecture et verrons à quel point réussissent les médias au niveau de la transmission des informations.

La mémorisation

La mémoire sert à l'appel des connaissances nécessaires pour pouvoir agir convenablement au moment qu'il faut. Dans ce processus, il existe un système de filtre pour déterminer les connaissances qui seront utilisées et qui ne seront que gardées dans l'esprit. Dans ce système de filtre, il y a un codage

qui sert à préciser le moyen d'accéder à chaque connaissance. Si ce travail d'étiquette est réalisé à un bon niveau, la connaissance requise peut être facilement retrouvée (Preece, Rogers et Sharp, 2002: 52).

Selon les chercheurs, un lecteur ne mémorise que 10 % des informations reçues. Et comme les enquêtes le montrent; les journaux, la radio et la télévision n'utilisent que moins de 10 % des informations diffusées par les agences de presse. Alors, nous constatons qu'un lecteur ou un auditeur ou un téléspectateur ne retient finalement que 1 % des informations disponibles. Cette partie de la recherche vise à déterminer le pourcentage de mémorisation des lecteurs sur les nouveaux milieux d'information.

D'après les recherches faites par les spécialistes de Sony il y a plusieurs années, la mémorisation des informations par une personne de culture de moyenne est de 18 % quand elles sont entendues à la radio, de 19 % quand elles sont lues dans les journaux et de 52 % quand elles sont vues à la télévision. Mais ce pourcentage atteint 75 % si le moyen en question est l'ordinateur car une activité cognitive liée à l'information s'ajoute à la vision, à l'écoute et à la lecture (Agostini, 1997). Le lecteur effectue plusieurs opérations pour obtenir les informations sur Internet : connexion en ligne, lecture, vision, écoute, sélection des thèmes, utilisation des liens en hypertexte. Par contre, le lecteur du journal papier a une autre chance; le plaisir de la prise en mains et du feuilletage créent l'occasion pour le lecteur de se confronter avec plusieurs informations sans s'en rendre compte. Ainsi, une mémorisation inconsciente d'informations se réalise.

Les nouveaux médias ont créé les nouveaux modes de lecture. Et ces nouveaux modes influent sur la mémorisation des informations. Le feuilletage du journal est remplacé par le « *zapping* » du journal sur Internet (Agnès, 2002: 128). Les lecteurs numériques sautent d'un document à l'autre grâce à la liaison hypertexte. Quel que soit le média utilisé, il existe deux différentes modes de lecture : les lectures attentives et les lectures superficielles (en quoi consiste le *zapping*). Dans le premier, le journal papier est plus pratique tandis que pour la deuxième le journal sur Internet est un meilleur choix (Agnès, 2002: 130). Selon les données du projet de recherche « *Eyetrack* » du centre de recherche américaine *Poynter*, il existe deux catégories de lecteurs : les lecteurs méthodiques et les lecteurs balayeurs. Les lecteurs méthodiques font une lecture linéaire tandis que les lecteurs balayeurs (*scanners* en anglais) utilisent très souvent la barre de navigation. Pourtant, d'après les résultats de cette recherche, les lecteurs appartenant à ces deux catégories lisent au total une même longueur de textes (Poynter, 2008).

« *Les premières études de lectorat montrent un taux de mémorisation des informations lues sur écran très faible. Le signe qui en témoigne est le fait*

que la plupart des lecteurs internautes préfèrent d'imprimer les articles ou les documents qui les intéressent. Ainsi, ils refont du papier avec ce qu'ils considèrent comme important » dit l'auteur Yves Agnès dans son livre Manuel de Journalisme. En plus, la plupart des internautes qui veulent lire à loisir un document, ils l'éditent avec leur imprimante bien que le disque dur de leur ordinateur a toute capacité de la stocker.

La compréhension

« Il y a compréhension quand il y a correspondance entre le sens du message attribué par la source et celui attribué par l'audience » nous déclare la théorie classique de l'information. Il existe de divers facteurs qui influent sur la compréhension comme la vitesse de présentation des médias retenus (auditifs, visuels ou audiovisuels), la simplicité des arguments et de leur nombre, la redondance du message, l'existence des signes familiers. Selon *Jean-Noel Kapferer*, la compréhension varie aussi selon l'âge, le niveau d'intelligence, la profession, la classe sociale, les intérêts, le style de vie, les pays (Balle, 2007 : 671).

D'après les éléments que nous possédons sur les performances des lecteurs des journaux sur Internet, le taux d'abandon en cours de lecture est encore plus fort que pour le journal papier. Cela crée la nécessité de faire des textes très courts : 2000 signes, 1,5 feuillet standard qui veut dire deux pages-écrans sont une limite pour que l'information soit lue (Agnès, 2002: 108). En plus, la linéarité de la lecture implique la compréhension : nul ne peut garantir à un journaliste écrivant en hypertexte que le lecteur suivra son article de l'attaque à la chute, sans obliquer vers un autre document. Cela a pour conséquence une mauvaise compréhension de l'information. En plus, ce mode de consommation des informations sur Internet incite à de nouvelles techniques journalistiques. La lecture sur l'écran a ses propres dynamiques et les modes de lectures sont en transformation permanente. D'après les recherches, les gens lisent rarement les informations sur Web mot à mot; au lieu de cela, ils « balayent » la page, sélectionnant différents mots et phrases. Dans les recherches portant sur la manière de consulter les sites Web, on constate que 79% des utilisateurs ont toujours balayé n'importe quelle nouvelle page qu'ils ont trouvée par hasard; seulement 16% ont lu mot à mot. En conséquence, les pages Web doivent utiliser de nouvelles techniques comme l'utilisation des mots-clés accentués, des listes en traits, la technique d'une idée par paragraphe (les utilisateurs sauteront au-dessus de toutes les idées additionnelles s'ils ne sont pas attrapés par les premiers mots dans le paragraphe) (Nielsen, 2007).

Pour la question de la lisibilité, tous les deux médias ont de contraintes semblables : les pages par colonnes (par exemple quatre), de bonnes illustrations, l'attractivité des titres et des chapeaux des articles.

L'attention crée la possibilité de se focaliser sur la connaissance qu'on veut acquérir. La réalisation de cela est liée au but, au désir qu'on a et au support qu'on utilise (Preece, Rogers et Sharp, 2002: 122). C'est pour cette raison qu'il est indispensable que le média utilisé pour accéder à une information désirée doit être moyen le plus convenable possible pour que le lecteur arrive à focaliser son attention. L'attention a deux différents aspects : la sélectivité (pourquoi est-on attentif à tel message plutôt qu'à tel autre ?) et l'intensité car l'attention se partagent toujours entre plusieurs objets et dépendent de la volonté d'être plus ou moins soutenue (Balle, 2007 : 670).

Le journal-papier semble avantageux au niveau de la compréhension. Premièrement, comme le lecteur a l'habitude de lire le journal-papier qui est un des médias traditionnels d'information, le support ne cause pas de déconcentration qui bloquera la lecture. De nos jours, c'est une pratique stabilisée. Le journal-papier a son autonomie par rapport à tout autre support tandis que le journal sur Internet a besoin de l'ordinateur avec une connexion. C'est pourquoi pour bien saisir les enjeux de la lecture sur l'écran, il est nécessaire de considérer la lecture, non pas uniquement dans sa spécificité linguistique, mais comme une activité humaine instrumentée. Les nouveaux médias de l'information sont révélateurs de la symbiose entre l'exercice de la pensée et le support (Lorthiois, Grimbert et Ouhmimid, 2005). Modifier les pratiques d'accès à une information, influe sur la compréhension. Pour que le lecteur arrive à se concentrer en lisant et donc à comprendre une information, nécessitent des connaissances et des pratiques dans les nouveaux supports.

Le rôle de design des sites et les « bannières » qui apparaissent sur l'écran, peuvent bloquer la concentration du lecteur en train de lire et gêner la compréhension de l'information. En plus, le lecteur connecté à l'Internet a un espace libre qu'il peut utiliser en surfant. Les journalistes ne peuvent pas contrôler ou prévoir les autres activités du lecteur qui est en train de lire l'information, cela peut naître deux conséquences : le lecteur peut chercher des informations complémentaires qui lui serviront pour comprendre l'article ou le lecteur qui surfe sur l'Internet peut perdre sa concentration et ainsi, la compréhension peut diminuer.

La réaction

Contrairement au journal papier, le journal sur Internet crée l'occasion aux lecteurs d'intervenir directement. Ainsi, les internautes ont la chance de contacter directement l'auteur de l'article qu'ils ont lu (Agnès, 2002: 65). Cela les fait réagir. Bien sûr, ces services sont utilisés quelques fois pour les traditionnelles banalités ou les réactions extrémistes, mais ils sont aussi utilisés pour des propositions de sujets, des relances de débats ou des critiques pertinentes. Les forums en tant qu'espaces d'échanges ont un rôle important

pour encourager les lecteurs à réagir et à exprimer leurs opinions, à donner leurs avis.

L'affectivité de l'information joue un rôle important au niveau de la réaction du lecteur. Si le lecteur a un lien fort avec le support qu'il utilise et si l'information qu'il lit sur ce support lui semble affectif, sa réaction serait plus forte. Bien qu'on ne dispose pas de données suffisantes, les premières recherches faites pendant les premières années du journal sur Internet nous montrent que la fréquentation des journaux sur Internet n'était pas aussi affective qu'avec le journal-papier que l'on achète ou auquel on s'est abonné. Pourtant, de nos jours, il faut admettre que toutes ces valeurs sont en plein changement et que les lecteurs ont commencé à parler de « leur » site d'information.

3. Méthodologie

Notre question de départ est : « Les nouveaux médias numériques ont-ils un impact sur l'évaluation de la relation entre le lecteur et l'information dans les nouveaux médias numériques en évolution? » Cette recherche a pour objectif de comparer les effets créés sur les lecteurs par les informations publiées sur deux différents médias : le journal-papier et le journal sur Internet. Nous allons répondre à ces questions : Qui est le nouveau lecteur-internaute ? Quelles sont ses pratiques de lecture ?

Pour cette analyse, nous avons procédé de plusieurs manières. Nous avons essayé de comprendre profondément le lecteur-internaute en réalisant un travail d'analyse quantitative auprès des utilisateurs francophones en se servant d'un questionnaire sur les pratiques de lecture et d'une analyse qualitative basée sur la méthode de « l'observation de tâche », un questionnaire de post-évaluation et les entretiens semi directifs. Pour ce qui concerne l'observation : à partir d'un protocole structuré, nous avons observé comment les lecteurs utilisent les deux supports. Ensuite, nous avons réalisé des entretiens semi directifs juste après que le participant ait répondu à un questionnaire de post-évaluation pour comprendre où en est le lecteur après avoir lu les informations sur ces deux supports.

La première partie de notre recherche, le travail d'enquête vise à analyser le rapport avec l'Internet des lecteurs, le rôle de la version électronique des quotidiens dans la vie des internautes et son effet sur leurs habitudes de recherche d'informations. Ainsi, il nous a servi pour faire une comparaison entre la place de la version papier et de la version électronique des quotidiens dans la vie quotidienne des lecteurs. La méthodologie de ce travail est l'analyse quantitative. Le questionnaire utilisé comporte 29 questions sur la connaissance de l'ordinateur et de l'Internet, la place des journaux-papier et des sites Internet

des journaux dans la vie des lecteurs et la lecture à l'écran. L'échantillon choisi est composé de 125 étudiants francophones, résidant en France. Ces étudiants ont entre 22-27 ans. Pourquoi un tel choix? Ce sont les jeunes qui utilisent l'Internet dans la vie quotidienne et qui connaissent de tout près les nouveautés dans le domaine de la communication, qui font des recherches sur Internet pour leur vie professionnelle ainsi que pour leurs études. Les jeunes internautes étudiants sont curieux d'apprendre les nouvelles technologies et souhaitent les utiliser dans leur vie quotidienne. Comme ils sont jeunes et étudiants, c'est un corpus qui s'intéresse aux actualités donc qui a envie de lire les quotidiens, de faire des recherches d'informations.

60% de ces étudiants sont des turcs, 20% sont des français, 4,8% sont des allemands, 4% sont des grecs, 2,4% sont des italiens, 2,4% sont des polonais, 2,4% sont des canadiens, 0,8% sont des chinois, 0,8% sont des ukrainiens, 0,8% sont des hollandais, 0,8% sont des brésiliens et 0,8% sont des marocains. Tous ces étudiants qui habitent en France, sont francophones, donc ils font des recherches d'informations en français dans leur vie quotidienne. Comme la France est un pays qui accueille beaucoup d'étudiants étrangers venant pour les études, le corpus est composé d'individus de différentes nationalités. Donc, l'échantillon nous représente aussi la diversité de nationalité des jeunes qui ont entre 22-27 ans et qui étudient en France.

La deuxième partie de notre recherche se fonde sur un test réalisé auprès des lecteurs, qui vise à déterminer les différences de lecture sur le journal-papier et sur la version électronique des quotidiens. Les 20 utilisateurs sont choisis parmi les 125 participants de l'enquête traitée dans la partie précédente. Donc, ces utilisateurs avaient déjà rempli un questionnaire qui sert à mieux connaître leur usage d'ordinateur, leur rapport avec Internet, la place des quotidiens dans leur vie et leurs habitudes de lecture d'informations. Ce questionnaire était utile au point d'obtenir des informations plus détaillées sur l'échantillon, bien que les participants de ce test soient choisis exprès parmi ceux qui ont des expériences similaires d'usage d'ordinateur, d'Internet et de l'habitude de recherche d'informations dans leur vie quotidienne.

Le test comprend deux parties principales chacune composée de trois étapes; l'une est liée à la version papier du quotidien *Le Monde*; l'autre à la version électronique du quotidien *lemonde.fr*. Pour la moitié de notre corpus, le test portait en premier sur la lecture du support-papier du *Monde* et ensuite sur la lecture du site *lemonde.fr*. Pour la deuxième moitié, il portait tout d'abord sur la lecture du site *lemonde.fr* et ensuite sur la lecture du support-papier du *Monde*. La raison était d'éviter une attitude pas naturelle des participants qui ont déjà expérimenté une grande partie puisque le principe des tâches était le même pour chaque grande partie.

Quant au test lui-même, premièrement on a demandé aux participants de consulter le quotidien ou le site du quotidien selon la partie. Leur tâche était de consulter ce site ou ce quotidien comme ils font dans leur vie quotidienne, librement selon leurs intentions et pour pouvoir apprendre, lire ce qu'ils voulaient. Ils n'avaient pas de limite de temps pour la première étape. Pendant cette tâche, on a demandé aux participants de réfléchir à haute voix sur leur activité comme dans la deuxième étape. Deuxièmement, leur tâche était de consulter les pages internationales du quotidien ou la rubrique des élections américaines. Et dans la troisième étape, la tâche des participants était de lire une information choisie à l'avance encore sur les élections américaines. Ils avaient quatre minutes pour la lecture. Les informations choisies pour la troisième étape étaient : « *Barack Obama aux prises avec le facteur racial* » (Fig. 1) publié dans *Le Monde* le 11 mars 2008 et « *M. Obama s'impose dans le Wyoming grâce à la mobilisation des jeunes* » (Fig. 2) publié sur *lemonde.fr* le 20 mars 2008. Pendant cette dernière étape, ils ont lu l'information comme ils font pour eux-mêmes quotidiennement. Les tâches ont été suivies avec un enregistrement sonore et notées sur une fiche d'observation structurée. L'observation de tâche comprenait un protocole de *think-aloud* (réflexion à haute voix) où on a demandé aux participants de parler en même temps qu'ils agissent et d'indiquer les raisons de leur choix d'informations. Développée par *Erikson et Simon* (Rubin, 1994: 52), cette technique est utilisée pour évaluer les stratégies d'utilisateurs pour la résolution des problèmes. L'observation des participants, en combinaison avec le protocole de *think-aloud*, permet aux chercheurs de voir où se posent l'incompréhension ou d'autres problèmes d'utilisation et les différentes motivations des participants durant le test. Après le test, les participants ont répondu à un questionnaire composé de questions sur l'article qu'ils ont lu. Ensuite, un entretien de post-évaluation a eu lieu. Cette interview contenait des questions ouvertes sur l'expérience récente du participant. Les participants ont été interrogés sur leurs habitudes de lecture, les problèmes ou des difficultés qu'ils rencontrent pendant la recherche d'informations et sur leurs motivations de lecture.



Figure 1: L'article du Monde



Figure 2 : L'article du Monde.fr

Le test a été réalisé avec vingt participants. L'échantillon a été sélectionné parmi les étudiants francophones résidant en France et âgés de 23-27 ans. Un peu moins de la moitié (8) étaient des hommes et un peu plus de la moitié (12) des femmes. Ils sont tous étudiants en sciences sociales : 65% dans le domaine de la communication, 15% dans le domaine de l'économie internationale, 10% dans le domaine des études européennes et 10% dans le domaine de la sociologie. Pour éviter les différences de connaissances de la langue française au niveau de la compréhension des informations, tous les participants choisis sont des étrangers francophones qui font leurs études en France et ont une maîtrise comparable de la langue française. 50% des participants étaient turcs, 25% grecs, 10% polonais, 5% italiens, 5% chinois et 5% ukrainiens. Ils ont un niveau moyen d'expérience d'ordinateur, d'Internet et les habitudes semblables pour s'informer. Ces critères ont permis de minimiser les différences individuelles afin d'arriver à obtenir des données objectives et crédibles.

En tant que spécialiste du design d'interfaces multimédia, Jakob Nielsen le déclare : pour faire un travail d'enquête dans le domaine de l'usage des nouveaux médias dont la méthode est quantitative, utiliser un corpus de 20 personnes est convenable et satisfaisant. D'après ses études, même si parmi ces 20 participants se trouve un « *outlier* »¹, ce qui fait 6% d'un tel travail, la marge d'erreur sera +/- 19% (Nielsen, 2000). Alors, cela nous montre que notre travail d'enquête qui vise à constater l'effet de l'apparition des versions électroniques des quotidiens sur la lecture d'informations et les problèmes de leurs usages, nous conduit à des constats importants et crédibles. Selon les recherches de *Jacob Nielsen*, même cinq utilisateurs sont suffisants pour trouver 85% de problèmes d'utilisabilité sur un site Web (Nielsen, 2000).

4. Résultats – Discussion

A. L'effet de la version électronique sur les habitudes de lecture

La première partie de notre recherche, le travail d'enquête vise à analyser le rapport avec Internet des lecteurs, le rôle de la version électronique des quotidiens dans la vie des internautes et son effet sur leurs habitudes de recherche d'informations. Ainsi, il nous a servi pour faire une comparaison entre la place de la version papier et de la version électronique des quotidiens dans la vie quotidienne des lecteurs.

D'après les résultats de notre analyse, nous constatons que:

- La plupart des lecteurs utilisent surtout les sites Internet des quotidiens pour la recherche des articles ou des dépêches.

¹ Ce mot anglais veut dire en français "un utilisateur qui se trouve hors de la norme".

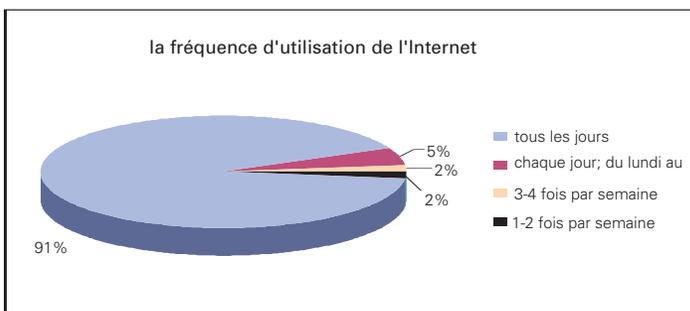
- La plupart des lecteurs lisent plus attentivement sur le journal papier.
- Les internautes préfèrent plutôt imprimer quand il y a une information qu'il faut absolument comprendre. Ceci nous montre qu'il n'existe pas de problème de mise en page sur les sites mais ce qui complique la compréhension c'est le support donc l'ordinateur.
- Les lecteurs même s'ils sont jeunes et habitués aux nouvelles technologies, aiment plus faire la lecture sur le journal-papier.
- Les lecteurs lisent sur les sites des quotidiens parce que c'est pratique et parce qu'ils n'ont pas assez de temps pour lire des informations longues comme celles des journaux-papier.
- La plupart des jeunes n'a pas d'abonnement à un site de quotidien.

L'analyse de nouvelles habitudes de lecture d'informations apparues après l'essor de la version électronique des quotidiens nous avons guidé pour comprendre le lecteur-internaute et les raisons qui influent sur ses habitudes de lecture. Les détails de notre analyse quantitative sont montrés ci-dessous.

La connaissance informatique de l'échantillon

Chaque personne qui a répondu à notre enquête utilise l'ordinateur. Nous constatons que de nos jours, l'ordinateur trouve sa place dans leur vie quotidienne. En plus, l'utilisation de l'ordinateur est devenue une habitude et une nécessité pour eux. La grande majorité des utilisateurs de l'ordinateur du corpus de cette recherche utilisent l'ordinateur tous les jours (Tab. 1). 56% utilisent l'ordinateur depuis 5-10 ans et 34% l'utilisent depuis plus de 10 ans.

Tableau 1: La fréquence d'utilisation de l'Internet



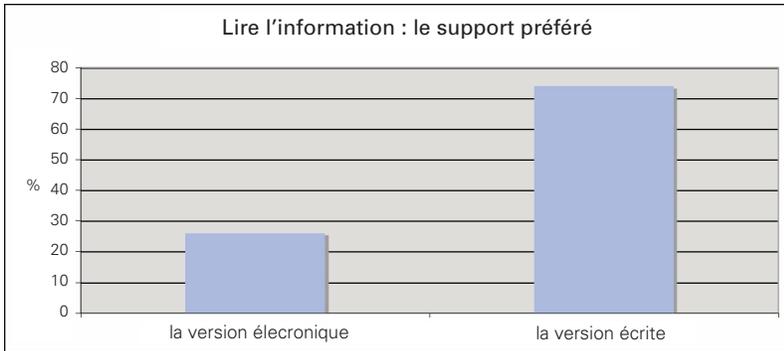
La plupart de ces internautes ont une connexion sur Internet à la maison depuis les années 1998-2003. Tous les utilisateurs se connectent sur Internet à la maison. 45% de ces personnes préfèrent aussi de se connecter au travail et/ou à l'université. Quant aux motifs principaux de l'utilisation d'Internet : 42,4% utilisent Internet principalement pour le courrier électronique, 18,4% pour trouver des informations à propos de ses centres d'intérêts personnels, 16,8% pour ses études, 12% pour trouver des informations à usage professionnel, 8% pour le chat, 1,6% pour des services de commerce en ligne et 0,8% pour les jeux en ligne. 96% des participants déclarent lire des quotidiens tandis que 4% ne lisent pas de quotidiens. Le taux change remarquablement quand on parle de l'achat des quotidiens. 54% des lecteurs de quotidiens ont l'habitude d'acheter des quotidiens pourtant 46% ne l'achètent pas. Parmi ceux qui achètent des quotidiens 49% le font chaque jour, 18% seulement pendant le week-end et le reste plus rarement.

80% lisent les quotidiens sur Internet tandis que 20% n'utilisent pas les versions électroniques. Donc, nous n'allons pas le prendre en considération dans le reste de notre analyse puisque 20% de l'échantillon n'ont pas répondu aux questions sur les habitudes de lecture sur Internet.

La place de la version électronique des quotidiens

45% des lecteurs-internautes visitent chaque jour 2-3 sites de quotidiens pour faire la recherche d'informations, 38% ne visitent qu'un seul site et 17% lisent les informations sur plus de sites. Bien que la plupart des jeunes ayant répondu à notre enquête, ait l'habitude de rechercher des informations sur les sites des quotidiens chaque jour, le taux d'abonnement aux sites est très faible. 86% ne préfèrent pas de faire un abonnement sur un site tandis que 14% de ces étudiants sont des abonnés. Il faut préciser que l'abonnement sur la plupart des sites de quotidiens se sert plutôt à l'utilisation des archives et c'est payant. Donc, comme une des raisons importantes de la recherche d'informations sur Internet pour les jeunes est la gratuité, nous constatons que ceux qui ont déjà l'habitude de consulter chaque jour les sites des quotidiens, ne sentent pas le besoin de s'abonner. La réponse à la question « après avoir commencé à lire les journaux sur Internet achetez-vous de moins en moins les journaux papier ? » est « oui » pour 51% et « non » pour 49%. Bien qu'il n'existe pas une grande différence, nous constatons quand même que ceci nous signale une baisse d'achat pour les journaux-papier. La plupart des jeunes a l'habitude de lire sur Internet. Pourtant, une partie remarquable aime plus faire la lecture sur la version écrite (Tab. 2).

Tableau 2 : Le support préféré pour lire l'information



Lecture à l'écran

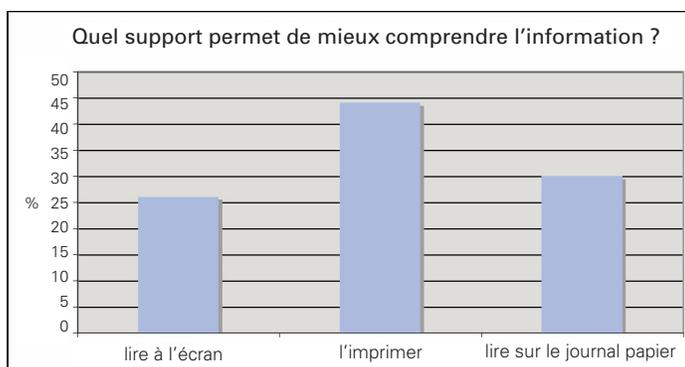
56% des utilisateurs déclarent vivre des difficultés de lecture à l'écran. Pourtant, 44% lisent à l'écran sans aucun problème. Les deux plus importantes difficultés rencontrées par ces internautes sont la fatigue des yeux et l'habitude de lecture.

La plupart des lecteurs-internautes visite les sites des quotidiens surtout pour la recherche des articles et/ou des dépêches, donc pour les informations écrites au sens classique du terme. 80% du corpus s'intéressent plus aux informations tandis que pour 12% la priorité est aux vidéos et aux photos, pour 3% aux forums ou aux blogs et 5% donnent plus d'attention aux archives.

L'effet du support sur la lecture

82% de ces jeunes utilisateurs font une lecture plus attentive sur le journal-papier tandis que 18% lisent plus attentivement à l'écran. Nous constatons qu'au niveau d'attention donc de la concentration projetée sur l'information lue, le journal-papier crée un grand avantage pour les lecteurs. 74% du corpus déclarent lire sur le journal-papier ou fait imprimer celui-ci quand il y a une information qu'il faut absolument comprendre (Tab. 3). Ceci nous montre que la plupart des utilisateurs a une meilleure compréhension et porte plus d'attention en lisant sur papier. 69% des participants déclarent lire les informations du début jusqu'à la fin sur le journal-papier toujours ou la plupart du temps. Pourtant, ce taux est de 44% pour les informations sur Internet. Ceci nous montre que les utilisateurs quittent l'information à la moitié de la lecture ou ne font pas une lecture linéaire, du début jusqu'à la fin sur Internet. Il est plus probable qu'une information sur Internet ne soit pas vue lue en entier. Ceci doit avoir un rapport avec la nature hypertextuelle des sites.

Tableau 3 : L'effet du support sur la lecture



Internet avec sa caractéristique d'interactivité facilite et même encourage l'écriture des commentaires portant sur une information. Nous constatons que 27% de l'échantillon écrivent des commentaires sur un article lu sur le site du quotidien rarement et 69% ne le font jamais. Pourtant, le taux des lecteurs qui ne montre jamais de réaction est de 74% pour le journal papier. 21% font des commentaires en envoyant un courrier au journaliste ou en téléphonant au journal après avoir lu un article sur le journal-papier.

B. Connaître le nouveau lecteur

La deuxième partie de notre recherche se fonde sur un test réalisé auprès des lecteurs, qui vise à déterminer les différences de lecture sur le journal-papier et sur la version électronique des quotidiens. Cette partie vise ainsi à analyser les effets des sites Internet des quotidiens sur la compréhension et la mémorisation des informations et la réaction des lecteurs. D'après les résultats de notre analyse, nous constatons que le « nouveau » lecteur qu'on a analysé lors de ce travail a des habitudes et des pratiques de lecture différentes sur le site Internet d'un quotidien et sur le journal-papier. Le lecteur de nos jours, veut avoir l'essentiel d'une information le plus vite possible. Il a commencé à perdre l'habitude de lire une information en entier. Chaque lecteur-internaute a créé des méthodes différentes pour avoir l'essentiel d'un article le plus vite possible. Certains balayent la page pour trouver des mots qui frappent à l'œil, certains font une lecture très vite des mots-clés, d'autres lisent la première ligne de chaque paragraphe, d'autres ne lisent que le premier et le dernier paragraphe. Pourtant, même s'ils lisent l'essentiel de l'information, ils ont encore peur de la possibilité de rater quelque chose dans l'article. Ils mémorisent les informations plus facilement sur Internet. Par contre, le support n'a pas de rôle remarquable sur la compréhension d'un article et la réaction des lecteurs.

Les détails de notre analyse qualitative sont montrés ci-dessous.

Les différences de lecture

Nous constatons qu'après l'essor de la version électronique des quotidiens, les pratiques de lecture d'informations ont commencé à montrer des différences selon le support.

L'échantillon choisi est sélectionné parmi les participants de notre analyse quantitative. Ces 20 étudiants francophones comportent les aspects représentatifs de notre corpus. Les résultats de cette étape de l'observation de tâche nous montrent que les différences des pratiques de lecture se montrent en faisant le choix d'informations aussi bien qu'en les lisant.

- Sur le journal-papier, la plupart des lecteurs consulte chaque page du journal de la première jusqu'à la dernière et lisent les informations qui attirent leur attention dans chaque page. Pourtant, sur la version électronique, ils choisissent les articles parmi les titres qui se trouvent sur la page d'accueil du site et ils ne vont pas sur les rubriques précises: « *Sur Internet, je regarde plus ce qui m'intéresse parce que tout est affiché sur la page d'accueil mais sur le journal-papier, je dois consulter chaque page, je perds beaucoup de temps.* » (U7)

- La plupart des lecteurs lit le titre de l'article avant de regarder la photo sur le journal-papier comme sur Internet. Ceci nous justifie les recherches de l'Institut *Poynter* (2008) les internautes remarquent d'abord les titres et le texte, avant même de voir les images en visitant les sites d'actualités (Nielsen et Loranger, 2007: 254). Pourtant, si la photo sur le journal-papier n'est pas un portrait, concerne une action et est en couleur, elle a plus de chances d'être retenue. Sur la version électronique, la photo est plus attirante quand elle est placée au début de la page ou juste à côté du titre de l'information.

- La plupart des lecteurs saute des paragraphes plus fréquemment sur Internet que sur le journal-papier; ils disent que c'est plus facile sur Internet et que comme il y a beaucoup d'informations sur le site du quotidien, ils ont envie de passer d'une information à une autre: « *Quand je lis sur Internet je saute plus facilement et je lis chaque première ligne de chaque paragraphe* » (U1).

- En lisant une information sur le journal-papier, les plus grandes difficultés des lecteurs proviennent de la longueur des articles et du grand format du quotidien. « *Le journal-papier est pratique parce qu'on peut le porter partout avec nous* » explique U5 et elle ajoute « *Mais le grand format est un inconvénient en lisant dans le transport, j'arrive même pas à le plier* ». La plupart n'arrive pas à lire un article d'une page entière et pense que plus de photos et plus d'intertitres faciliteraient la lecture de l'information sur le journal-papier. Comme les recherches nous montrent les textes brefs sont plus sûrs d'être lus en entier. Une information condensée en quelques paragraphes peut être

considérée comme très efficace. De nos jours, les lecteurs veulent accéder rapidement aux faits, dû à l'urgence et de précipitation. De plus, comme on lit plus lentement sur un écran (environ 25% moins vite) que sur le papier, le texte doit être plus court (environ 50% de moins) (Ronez, 2007: 20). Pour le confort de la lecture, il semble judicieux de ne pas dépasser les cinq pages écran pour un article et trois seulement en l'absence de sous-titres et d'encadrés (Martin-Lagardette, 2003: 163).

- Pourtant, la plupart dit que c'est plus facile et satisfaisant de lire sur le journal-papier due à l'habitude de lecture. Selon U5 « *La lecture sur papier est plus complète et concrète pour moi, pas abstrait comme l'info d'un site qui va disparaître d'un moment à l'autre. C'est le média qui te prend par la main et influe sur ta façon de lecture* » U17 nous précise : « *En lisant sur papier, je suis plus focalisée et attentive aux articles. Pourtant, je lis plus vite sur Internet.* »

- La plus importante difficulté qui empêche la lecture sur la version électronique est la grande quantité d'informations publiées sur le site. Soit les lecteurs n'arrivent pas à choisir un article, soit il y a beaucoup d'informations sur une page-écran et cela bloque la concentration sur un seul article parce qu'ils ont toujours le sentiment de rater une information sur le site comme nous indique U1 « Il y a trop d'informations sur une page, je n'arrive pas à choisir ce que je veux lire ». U2 explique : « *il y a trop d'informations sur Internet, je sais jamais s'il y a une information que je n'ai pas vu, ça m'embête* ». « *C'est difficile de trouver ce qui m'intéresse parce qu'il y a beaucoup de choses qui m'intéressent pas* » dit U5. Les bannières et les publicités qui apparaissent sur l'écran dérangent les lecteurs pour la plupart du temps. U2 explique son soucis en disant « *Je finis presque jamais une info à cause des publicités ou des infos qui me clignotent à coté, je perds la concentration* ». U14 « *Les pubs me dérangent trop et je quitte la page s'il y en a beaucoup. Ça m'énerve* ». Pour un peu moins de la moitié des lecteurs, la fatigue des yeux est aussi un problème pour la lecture sur Internet. De plus, le fait que les internautes ne se connectent pas seulement pour lire les informations est un autre inconvénient qui cause à la perte de concentration en lisant sur Internet. « *Quand je lis sur Internet, je ne suis pas tranquille. Il y a plusieurs choses qui interrompent ma lecture comme un nouveau mail reçu ou une alerte de message* » nous explique U15.

- La plupart des lecteurs décident de laisser tomber un article après avoir lu le premier paragraphe sur Internet, soit parce qu'ils ont toutes les informations nécessaires, soit parce qu'ils comprennent que le sujet n'est pas intéressant pour eux ou le style d'écriture n'est pas attirant. U4 explique : « *Si je vois que le sujet n'est pas bien traité, je ne regarde que les mots clés après avoir lu le premier paragraphe* ». Ceci nous justifie les recherches de Nielsen qui dit que chaque paragraphe ne doit contenir qu'une seule idée et une phrase clé : les utilisateurs ne lisent pas les idées additionnelles s'ils ne sont pas attrapés par les

premiers mots du paragraphe. Ils doivent lire la phrase principale et décider s'ils veulent aller à la fin du paragraphe (Nielsen, 1997).

- La plupart des lecteurs-internautes lisent la première phrase de chaque paragraphe d'un article ou balayent l'article pour voir les mots-clés quand ils pensent que l'article n'est pas intéressant au début mais ils regardent très vite pour ne pas rater quelque chose. Comme nous explique Ronez aussi sur un écran, le regard parcourt la surface en repérage-balayage. Comme sur la une d'un journal. L'œil doit percevoir immédiatement la structure de la page et la hiérarchie entre les différents blocs d'information (Ronez, 2007: 19).

- La lecture incomplète d'une information provient de la longueur, d'une rédaction mal réalisée, du manque d'intérêt, de trop de détails ou de chiffres. U7 précise : « *Je commence à lire, après un paragraphe, je regarde la longueur et si c'est très long, je laisse tomber* » et U19 « *si c'est plus long que quatre paragraphes, j'imprime pour lire ou je ne lis pas* ». U2 agit très nettement : « *si le texte est comblé de chiffres ou si c'est trop lourd et très long, je quitte tout de suite* ». Ceci nous justifie les conseils de Nielsen et de Loranger sur les nouveaux médias : Il faut employer un vocabulaire simple et concis en évitant l'utilisation des mots sophistiqués pour faciliter la lecture des internautes et par respect pour le temps (Nielsen et Loranger, 2007: 262).

- Pour un peu moins de la moitié des lecteurs-internautes, trouver la rubrique d'une information qu'ils cherchent et qui ne se trouvent pas sur la page d'accueil, est un problème important.

Le rôle du support sur la lecture d'informations

Pour pouvoir distinguer les effets du support sur la lecture, sur la compréhension et sur la mémorisation du lecteur, les participants ont répondu à un questionnaire après avoir lu les informations. Le questionnaire comprenait cinq questions. Pour chaque article, il existait une question sur l'idée principale de l'article, une question sur la photo de l'information, une question sur une idée qui se trouvait vers la fin de l'information et une question sur la mémorisation d'une donnée précise de l'article.

Selon notre analyse, le support n'a pas de rôle pour la compréhension générale d'un article. Les lecteurs ne vivent pas de problème de compréhension pendant la lecture ni sur la version électronique ni sur le journal-papier. Pourtant, ils mémorisent plus facilement sur le journal-papier que sur le site du quotidien. Mais ils mémorisent mieux les informations qui se trouvent vers la fin de l'article sur Internet. Pourtant, la plupart des lecteurs ont l'habitude de lire l'article du début jusqu'à la fin sur le journal-papier. Donc, les infos qui se trouvent vers la fin sont les lignes les plus récemment lues. Par contre, nous

constatons que l'attention des lecteurs commence à affaiblir vers la fin de l'article. Quant à la photo de l'article, elle a plus de chance d'être retenue sur le journal-papier. La plupart des lecteurs pensent que le support n'a pas de rôle important pour réagir sur un article. Pour eux, c'est le sujet de l'article qui fait réagir. Ceci nous démontre que faire un commentaire ne dépend pas de support sur lequel ils lisent les informations mais dépend de l'habitude du lecteur. Les lecteurs-internautes lisent plus attentivement sur le journal papier. Finalement, pour la grande majorité des lecteurs, la satisfaction de la lecture est plus grande en lisant un article sur le journal-papier. Le motif principal du choix du journal-papier, la plupart du temps, tient au plaisir de la lecture.

5. Conclusion

Grâce au progrès de la compression numérique et à la technologie dite ADSL, il est désormais possible de véhiculer de gros débits d'informations sur les lignes téléphoniques. Aujourd'hui, 90% des internautes utilisent une liaison haut-débit. Celle-ci modifie sensiblement la façon d'utiliser Internet. Tous les progrès technologiques créent un très grand effet sur les habitudes de s'informer des lecteurs.

Le « nouveau » lecteur s'habitue vite aux nouveautés technologiques qui lui rendent la vie plus facile. Pourtant, il a toujours un côté conservateur au niveau des plaisirs. La sensation de toucher le papier en lisant un quotidien lui donne encore du plaisir. L'élément essentiel qui dirige ses habitudes dans la vie quotidienne, c'est le manque du temps. Ses pratiques de lecture changent parallèlement avec le temps libre qu'il a dans la journée. Son problème principal en s'informant sur Internet, c'est l'existence de trop d'informations sur le site d'un quotidien.

« Opposer les anciens aux nouveaux médias est une problématique dépassée. Il faut les penser ensemble. Certes, ceux-ci sont techniquement plus sophistiqués que ceux-là, mais plus important dans la communication concerne le contenu, et le rôle respectif des différents médias dans une théorie de la communication. Internet et les médias classiques (presse écrite, radio, télévision) sont complémentaires. Ils n'ont simplement pas la même logique. Il n'y a pas de progrès à passer de l'un à l'autre » nous explique Dominique Wolton (Wolton, 2000 : 2). Après les analyses réalisées dans cet article, nous constatons finalement que quelque soit la longueur d'un article publié sur le journal-papier ou quelque soit l'attrance des photos, des vidéos sur la version électronique d'un quotidien, l'important pour le lecteur c'est le contenu. Il convient de noter le rôle respectif des différents médias. La version électronique et la version papier n'ont pas le même rôle et la même place dans la vie quotidienne des lecteurs. L'une accentue le côté pratique, l'autre accentue le plaisir de lecture. Il est exact qu'en principe, tout dépend des besoins quotidiens des lecteurs et de leurs conditions de vie.

Bibliographie

AGNES Yves, *Manuel de Journalisme*, La Découverte, Paris, 2002

AGOSTINI Angelo, *Journalisme au Défi d'Internet*, Le Monde Diplomatique, Octobre 1997

BALLE Francis, *Médias et Sociétés, Edition Montchrestien*, 13^e édition, Paris, 2007

DE WOLK Roland, *Introduction to Online Journalisme*, Allyn&Bacon, United States of America, 2001

ESTIENNE Yannick, *Le Journalisme Après Internet*, L'Harmattan, Paris, 2007

GHERNAOUTI-HELIE Solange et DUFOUR Arnaud, *De l'ordinateur à la société de l'information*, Presses Universitaires de France, Paris, 1999

LORTHIOIS Camille, GRIMBERT Guillaume, OUHMIMID Mohamed, La recherche intitulée « Systèmes d'édition électronique : Webzines Yahoo.fr Vs Yahoo.com », Université Charles de Gaulle Lille 3, 2005

MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *Le Guide de l'écriture Journalistique*, La Découverte, Paris, 2003

NIELSEN Jakob, LORANGER Hoa, *Site Web: Priorité à la simplicité*, CampusPress, Paris, 2007

NIELSEN J., (2000), Why You Only Need to Test With 5 Users, Alert Box, <http://www.useit.com/alertbox/20000319.html>, 19 Mars 2000,

NIELSEN J., (1997), How Users Read on the Web?, Alert Box, <http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>, 10.12.2007

PREECE J., ROGERS Y, SHARP H., *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*, John Wiley & Sons, Inc., New York, 2002

RONEZ Joel, *L'écrit Web*, CFPJ Editions, Paris, 2007

TARLE A., *Presse et Internet Une chance, un défi : Enjeux économiques, Enjeux Démocratiques*, <http://en.temps.reel.free.fr/cahiers/cahier26.pdf>, 06.01.2008

WOLTON Dominique, *Internet et après?*, Edition Flammarion, Paris, 2000

Ergologique: *Conseils en Conception Centrée Utilisateur*, http://www.ergo-logique.com/conseils/conseils.php?id_tip=723, 20.05.2007