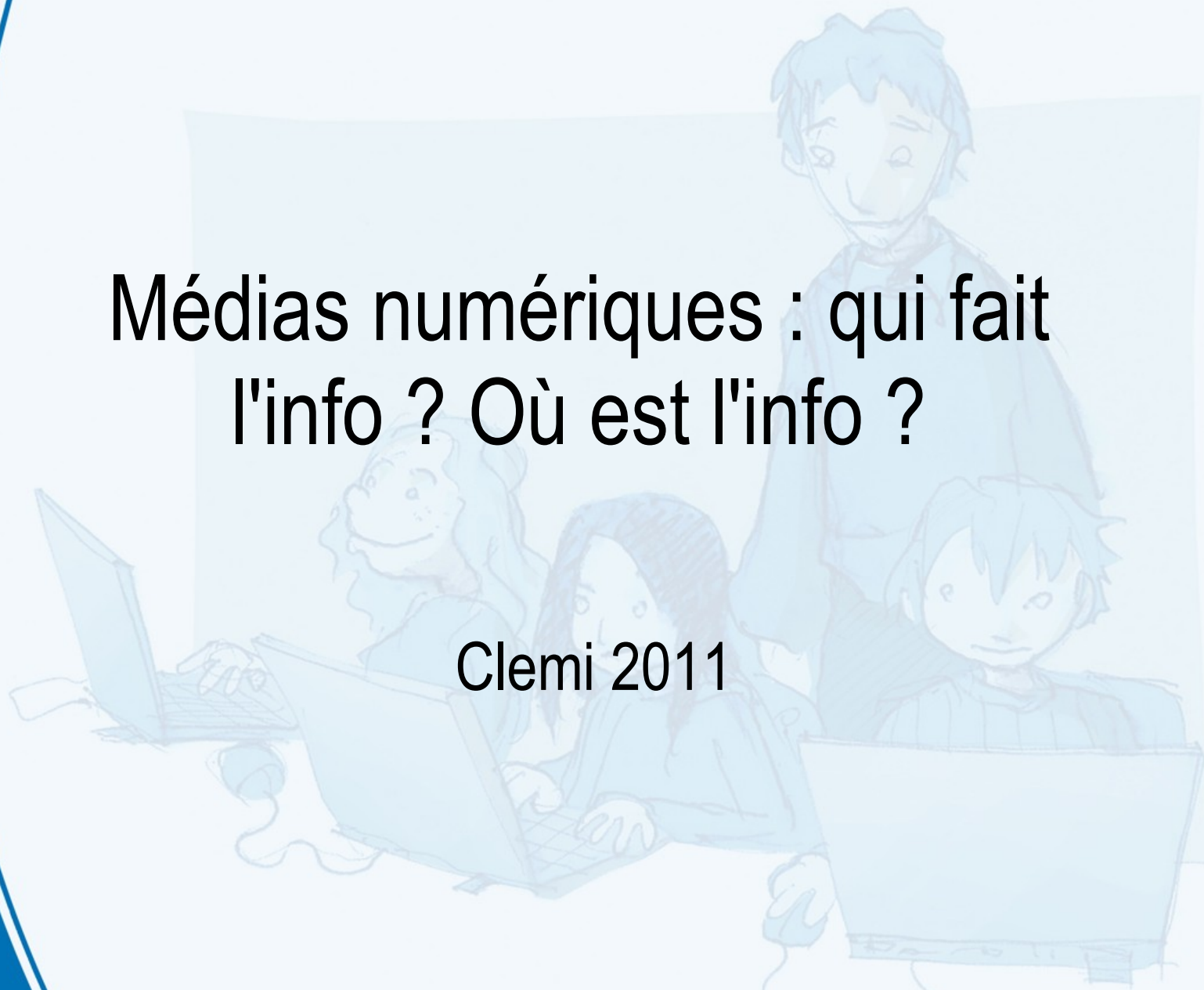


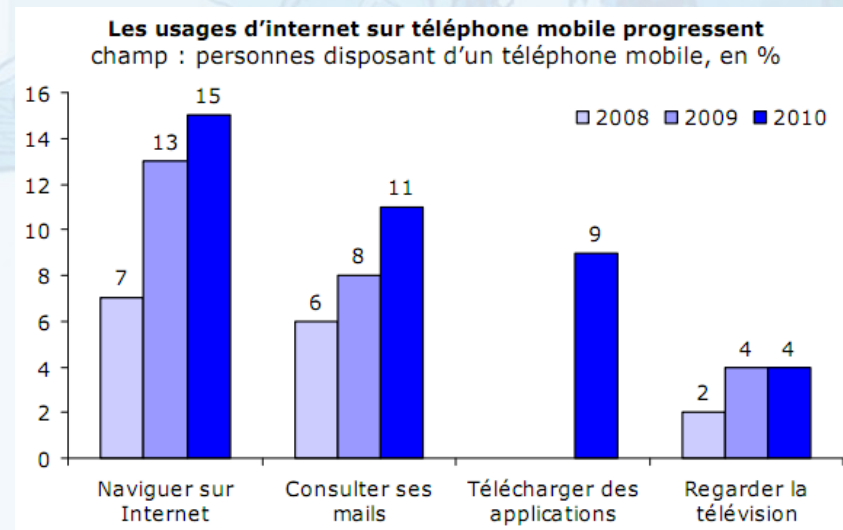
# Médias numériques : qui fait l'info ? Où est l'info ?

Clemi 2011



# Quelques chiffres

- 94 % des 12-17 ans disposent d'une connexion internet à la maison
- 80 % des jeunes de 15 ans ont un mobile : 10 % des moins de 10 ans et 98% des 18-24 ans



# Les pratiques sur internet

51 % des élèves de 3e passent plus de 3h par jour sur Internet, dont plus de la moitié avec l'accord tacite des parents

3 % des élèves de 3e y passent plus de 10 h par jour !

80 % des filles utilisent de préférence les réseaux sociaux (Facebook, MSN, chats...)

40 % des garçons préfèrent les jeux en ligne et 30 % regarder des vidéos

# Autour des usages...

45 % des jeunes utilisent Internet tous les jours

60 % ont une pratique solitaire de l'Internet, sans connaissance ou contrôle des parents

86 % des lycéens ont un compte Facebook

76 % des jeunes pensent que les infos de l'Internet ne sont pas toutes fiables

73 % des jeunes pensent qu'Internet a toujours été présent à la maison



# S'informer en priorité

## Les lycéens

44 % choisissent la télévision

▣ 30 % choisissent Internet

▣ 15 % choisissent la presse écrite

## Les étudiants

45 % choisissent Internet

▣ 25 % choisissent la télévision

▣ 20 % choisissent la presse écrite

# Le rapport aux médias

61 % font le plus confiance à la presse écrite

14 % font le plus confiance à la télévision

10 % font le plus confiance à la radio

10 % font le plus confiance à Internet

# Web et actualité

- 1 vers tous : de l'expert vers les profanes.  
Vecteur : le journaliste
- Tous vers tous : l'ère du web participatif.  
Vecteur : l'internaute
- Moi et mon réseau. Vecteur : l'internaute de confiance qui partage ses informations avec moi

# « Pure Players »

- Médias en ligne qui ne sont pas issus d'un média traditionnel
- Un modèle économique qui se cherche encore
- La revendication d'une « autre info »



# Médiapart

- Lancé en mars 2008 par Edwy Plenel
- MediaPart = « comme média à part et comme média participatif »
- Se veut un « média d'acclimatation » = pour rassurer un public novice
- Le contenu: des articles de qualité, des enquêtes, des blogs, les archives...
- Une information professionnelle et payante
- Le déclenchement de l'affaire Woerth-Bettencourt a fait gagner au site 5 000 abonnés au mois de juin  
[http://www.wat.tv/video/buzz-2-mediapart-affaire-bettencour-2wtmn\\_2exyh\\_.html](http://www.wat.tv/video/buzz-2-mediapart-affaire-bettencour-2wtmn_2exyh_.html)

# Rue89

- L'info à trois voix : internautes, rédaction professionnelle, experts.  
« *La ressource sur Internet, très riche, doit être triée, filtrée, hiérarchisée, mise en perspective. Rue89, c'est du « participatif encadré ». On utilise les ressources de nos internautes* »

*Pascal Riché, mai 2008, rédacteur en chef*

- Le contenu : une quinzaine d'articles par jour, dossiers thématiques, vidéos, liens, blogs hébergés. Déclinaisons thématiques
- Rue89 le mensuel
- Gratuit mais on peut les soutenir sur le « mur »

# Le web social en temps réel

<http://www.clemi.ac-versailles.fr/spip.php?arti>



# Twitter

- Tweets = gazouillis, on parle de « micro-blogging »
- Que suis-je en train de faire ?
- <http://twitter.com/>
- @clemiversailles



# Avec les élèves...

- Revue de presse, comparaison de sites
- Proposer des commentaires
- Travail sur la source / l'auteur

# D'autres façons de chercher l'info

- Newsmap
- Newspapermap
- Google news timeline
- Newseum

# Les mémotices, des outils pour les élèves

- Sur le site [www.ctoutnet.fr](http://www.ctoutnet.fr)
- Publication : valider l'info en ligne
- Questionnaires et quizz à utiliser avec les élèves

# Ressources académiques pour approfondir

- [Www.clemi.ac-versailles.fr](http://www.clemi.ac-versailles.fr)
- Clemiversailles sur twitter et facebook
- Stages : faire son journal en ligne, actualité et médias : identifier, valider
- Stage doc : actualité médiatique
- Tice à la carte sur les réseaux sociaux



# Rendez-vous le 4 mai

- Colloque Qui fait l'info ? Où est l'info ?
- <http://www.intertice.fr/Colloque-Medias-numerico>
- Tables rondes, ateliers de formation.

# Sources

TNS Sofres – Digital Life – octobre 2010

Nielsen – juin 2010

Letudiant.fr – novembre 2010

MNH Le Parisien – novembre 2010

■  
Fréquence-école – mars 2010

UNAF – octobre 2009

Credoc – décembre 2010