



HAL
open science

Entre enjeux de production et de diffusion, comment les médias d'information adaptent-ils leur contenu sur les réseaux socionumériques? L'exemple des formes brèves de l'actualité sur Instagram, un format qui répond à des stratégies éditoriales

Sarah Lebocey

► To cite this version:

Sarah Lebocey. Entre enjeux de production et de diffusion, comment les médias d'information adaptent-ils leur contenu sur les réseaux socionumériques? L'exemple des formes brèves de l'actualité sur Instagram, un format qui répond à des stratégies éditoriales. Sciences de l'information et de la communication. 2023. dumas-04347035

HAL Id: dumas-04347035

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04347035>

Submitted on 15 Dec 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



**Entre enjeux de production et de diffusion,
comment les médias d'information adaptent-ils leur
contenu sur les réseaux sociaux numériques ? L'exemple
des formes brèves de l'actualité sur Instagram, un
format qui répond à des stratégies éditoriales.**

**Sarah
LEBOCEY**

Sous la direction de Lucie ALEXIS

Laboratoire : G.R.E.S.E.C

UFR LLASIC
Département Information-Communication

Mémoire de master 2 - 24 crédits

Parcours : Audiovisuel et Médias Numériques

Année universitaire 2022-2023

**Entre enjeux de production et de diffusion,
comment les médias d'information adaptent-ils leur
contenu sur les réseaux sociaux numériques ? L'exemple
des formes brèves de l'actualité sur Instagram, un
format qui répond à des stratégies éditoriales.**

**Sarah
LEBOCEY**

Sous la direction de Lucie ALEXIS

Laboratoire : G.R.E.S.EC

UFR LLASIC
Département Information-Communication

Mémoire de master 2 - 24 crédits

Parcours : Audiovisuel et Médias Numériques

Année universitaire 2022-2023

Remerciements

Je tiens à exprimer ma plus vive reconnaissance à Lucie Alexis, ma directrice de mémoire, qui a su me réorienter quand il y avait besoin. Ses conseils éclairés et son soutien au cours de ces derniers mois m'ont été précieux.

Je tiens également à remercier mes amies et camarades de classe Marion Brochet, Léa Chareyre et Marion Cadorel pour tous leurs conseils, leur soutien et surtout leur bonne humeur au quotidien.

Enfin, je tiens également à adresser mes remerciements aux membres de mon jury, Laurie Schmitt et une nouvelle fois Lucie Alexis, pour le temps et leur expertise qu'elles accorderont à ce mémoire.

Sommaire

Introduction	6
Questionnements.....	7
Des termes victimes de nombreux néologismes	9
Méthodologie mise en œuvre.....	10
Plan du mémoire	15
PARTIE 1 - LES RESEAUX SOCIONUMERIQUES, DES ESPACES PLEINEMENT INTEGRES DANS LES STRATEGIES DES MEDIAS D'INFORMATION	17
Chapitre 1. Les mutations des productions journalistiques, un phénomène corrélé à la démocratisation des réseaux sociaux numériques.....	19
1. De nouvelles logiques impulsées par les réseaux sociaux numériques	19
2. Des évolutions dans les pratiques éditoriales	20
3. Des mutations dans les pratiques informationnelles.....	23
4. L'information à portée de main	24
Conclusion du chapitre 1	25
Chapitre 2. La brièveté audiovisuelle, une forme qui s'adapte aux évolutions du domaine médiatique	27
1. Qu'est-ce que la brièveté ?	27
Conclusion du chapitre 2	29
PARTIE 2 - LES ENJEUX ECONOMIQUES DES SYNTHESSES D'ACTUALITE SUR INSTAGRAM POUR LES MEDIAS D'INFORMATION FRANCEINFO, 20 MINUTES, BRUT ET HUGODECRYPTE	30
Chapitre 3. Des logiques de financement qui influencent les stratégies d'éditorialisation	31
1. Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte, 4 médias d'information aux origines variées	31
2. Des origines qui se devinent à travers le format synthétique de l'actualité	35
3. Les formes brèves de l'actualité, une porte d'entrée vers d'autres médiatisations ?	38
4. Entre promotion de contenus et redirections, un format qui découle de logiques économiques ..	41
Conclusion du chapitre 3	43
Chapitre 4. Des pratiques informationnelles plurielles et une complémentarité entre les formats d'actualité.....	44
1. La fin des « longs » formats de l'actualité ?.....	44
2. Des liaisons entre les différents formats de l'actualité	50
Conclusion du chapitre 4	54
Conclusion de la partie 2	55
PARTIE 3 - ENJEUX DE VISIBILITE ; FRANCEINFO, 20 MINUTES, BRUT ET HUGODECRYPTE ADAPTENT-ILS LE FORMAT SYNTHETIQUE DE L'ACTUALITE SUR INSTAGRAM AU REGARD DE PRATIQUES DE CONSOMMATION INFORMATIONNELLES ?.....	56
Chapitre 5. Le temps comme paramètre qui guide la construction de la forme synthétique de l'actualité sur Instagram	57
1. La sémiologie du temps.....	57
Conclusion de la partie 3	61
Conclusion	62
Bibliographie	63
Sitographie	66
Table des illustrations.....	67
Table des annexes	67
Table des matières	86

Introduction

Au regard de l'extension du domaine médiatique (Lafon, 2017), de nouveaux acteurs ont émergé tandis que d'autres ont évolué. Des médias d'information, tels que Aj+, Brut ou encore Hugo Décrypte sont parvenus à se créer une place aux côtés des médias traditionnels. D'après le dernier rapport "Digital News Report" de l'Institut Reuters publié en 2022, 38% des Français intégreraient les réseaux sociaux numériques dans leurs pratiques informationnelles hebdomadaires, soit une hausse de 22 points de pourcentage depuis 2013 (Anthéaume, 2022). Ce pourcentage est en constante évolution ces dernières années, bien que la télévision reste encore le premier support utilisé.

L'ensemble des médias d'information et *pure players* mettent en place diverses stratégies (identité visuelle, organisation du contenu, éditorialisation, etc.) pour accroître le flux et la visibilité de leur chaîne/ compte dans un contexte de forte concurrence. Beaucoup de ces stratégies sont inspirées de précédentes, par exemple de la presse écrite, l'objectif est toujours le même ; capter l'attention et fidéliser. Dans un quotidien où tout semble s'accélérer, la "*fast culture*" (Cheymol & Lochard, 2011) et l'urgence (N. Aubert, 2018a) trouvent peu à peu leur place dans les pratiques de consommation d'information d'actualité. Pour parer à ces mutations dans les pratiques informationnelles et tenter de truster l'audience, les médias d'information font évoluer leur stratégie éditoriale, comme le soulignent Nathalie Pignard-Cheynel et Lara Van Dievoet :

La transformation des modes de consommation, des temporalités et des modalités d'accès à l'information, ainsi que l'émergence de formats natifs ont pour effet de pousser les médias à d'adapter et à produire des contenus adaptés au mobile. (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019)

En lien avec la démocratisation du smartphone et ses évolutions exponentielles, les formats synthétiques de l'actualité diffusés sur les réseaux sociaux numériques offrent la possibilité, pour les « mobinautes » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019), de se tenir au courant des dernières actualités, bien souvent en moins de 2 minutes.

Tous les médias d'information ne proposent pas de synthèse d'actualité à leur audience. Toutefois, pour ceux le faisant, un ensemble de stratégies d'éditorialisation sont déployées pour répondre à des enjeux économiques et de visibilité. Au sujet de ce format "court", Cécile Meynard et Emmanuel Vernadakis affirment que ces dynamiques sont :

Caractéristiques de la vie moderne, la discontinuité, la fragmentation et la rapidité de la société numérique sont en lien direct avec le bref. (Meynard & Vernadakis, 2020)

Questionnements

Dans le cadre de ce mémoire, les pratiques journalistiques seront étudiées au regard de l'éditorialisation du format synthétique de l'actualité. Comment ce format est-il construit pour une diffusion sur les réseaux sociaux numériques, en particulier Instagram ? Comment l'information est-elle organisée, esthétisée et mise en visibilité ? La construction de notre analyse repose sur la problématique suivante : **Entre enjeux de production et de diffusion, comment les médias d'information adaptent-ils leur contenu sur les réseaux sociaux numériques ? L'exemple des formes brèves de l'actualité sur Instagram, un format qui répond à des stratégies éditoriales.**

La synthèse, également appelée un format condensé, récap, digest et autre, désigne de fait d'extraire les informations principales d'un objet souvent plus "long" et qui traite le sujet plus en profondeur. Le terme « format » désigne le fait que l'information est passée par un processus de mise en forme (construction, agencement, esthétisation, etc.) pour répondre à des critères de diffusion. Le format en question est donc standardisé pour intégrer les contraintes de diffusion liées aux réseaux sociaux numériques tout en tentant de s'adapter aux pratiques des audiences visées.

À la lumière de la diversité des 4 médias d'information retenus dans notre corpus ; Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte, nous formulons une première hypothèse de l'existence de liens entre les origines des médias d'information et leurs productions journalistiques actuelles. Plus précisément, nous chercherons à savoir si les origines d'un média d'information influencent les stratégies éditoriales de la synthèse de l'actualité. De surcroît, ce format refléterait des logiques de financements propres à chaque média d'information. Pour cela, nous nous intéresserons à l'historicité des 4 sujets sélectionnés pour tenter de dégager des logiques propres aux médias traditionnels et pure players.

La seconde hypothèse sera la suivante ; chaque média d'information met en place des stratégies éditoriales sur les réseaux sociaux numériques, dans le cas des productions brèves qui traitent de l'actualité, ces stratégies sont orientées de sorte à répondre aux pratiques informationnelles sur Instagram. Ainsi, la mise en visibilité de l'information serait structurée de manière à répondre à des usages identifiés, notamment la rapidité en matière de

consommation de l'information. Cette interrogation nous amènera à questionner les pratiques informationnelles des mobinautes (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019) sur les réseaux socionumériques, qui se caractérisent par des "sessions de micro-connexion" dans un contexte où l'utilisateur cherche parfois à "parer au plus pressé" (N. Aubert, 2018a).

Enfin, la troisième hypothèse portera sur d'éventuelles logiques de complémentarité entre la forme brève de l'actualité et les autres formats proposés, qu'ils soient plus "long" (comme les journaux télévisés ou les articles entièrement consacrés à un sujet) et plus "court" (comme les "flash info"). En ce sens, le format synthétique de l'actualité s'intégrerait potentiellement dans des logiques d'éditorialisation et de programmation.

Dans l'article intitulé, « Analyse de la réception des messages médiatiques Récits rétrospectifs et verbalisations concomitantes » publié dans la revue *Communication & Langages*, parue en 2009, Marie-Pierre Fourquet-Courbet et Didier Courbet, professeurs en science de l'information et de la communication, décrivent la réception de la manière suivante ;

La réception est cependant fondamentale. Les théories de la communication médiatique expliquent que la signification sociale d'un « message » médiatique naît de l'interaction entre un texte, plus généralement un dispositif médiatique, et des sujets sociaux ou des publics « récepteurs », socialement contextualisés. » (Fourquet-Courbet & Courbet, 2009)

Nous chercherons alors à comprendre comment le format synthétique de l'actualité est appréhendé par les médias d'information pour répondre aux pratiques informationnelles des publics. L'objectif pour les médias d'information étant le respect du contrat de communication (Croissant, 2022) afin d'étendre l'audience. Valérie Croissant, maîtresse de conférence en sciences de l'information et de la communication, enseignante à Université Lumière Lyon 2, dans un article de *Les Enjeux de l'information et de la communication*, paru en 2022, intitulé, « Les publics de l'information en ligne : « faire public » au temps de l'information par les réseaux socionumériques », exprime le fait que les contenus d'information d'actualité sont construits dans le respect des attentes des publics, le message médiatique peut alors être perçu comme une co-construction entre les professionnels (les journalistes) et les usagers.

Le sujet de ce mémoire, la synthèse d'actualité numérique, est à la croisée de deux grandes thématiques ; les réseaux sociaux numériques et l'écriture journalistique. Pour répondre aux hypothèses posées, il sera nécessaire d'invoquer diverses disciplines rattachées aux sciences humaines et sociales. L'information et la communication (SIC) sont des sciences pluridisciplinaires qui vont s'intéresser, entre autres, au journalisme, aux technologies, aux médias, etc. Leurs mobilisations permettront d'étudier les relations entre les publics, les technologies, la société et les médias. Pour comprendre les enjeux de production et de diffusion des synthèses d'actualité, il est nécessaire d'étudier l'ensemble des dynamiques qui gravitent autour de cette notion, les effets et les influences.

Des termes victimes de nombreux néologismes

Dans le cadre des recherches, il conviendra d'étudier les « réseaux socionumériques ». La difficulté première est le fait que ce terme n'est pas stabilisé et est l'objet de nombreux néologismes. En effet, souvent appelés uniquement « réseaux sociaux » ou « plateformes numériques », les confusions sont importantes dans le domaine des SIC autour de cette notion. L'orthographe elle-même peut varier d'un auteur à un autre, Arnaud Mercier et Nathalie Pignard-Cheynel choisissent la syntaxe suivante ; « réseaux socionumériques ». Les réseaux socionumériques sont des acteurs présents sur internet et qui adoptent une stratégie de plateformes, tels que Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, etc. Ce sont des infomédiaires dont le rôle est de mettre en relation les contenus, dans notre cas les productions journalistiques, avec les publics.

Il sera également nécessaire de différencier les « médias traditionnels » qui sont pour la plupart des producteurs de contenu journalistiques issus du modèle éditorial ou du modèle du flot (Bullich & Schmitt, 2019), c'est-à-dire des médias de diffusion (Lafon, 2017) qui ont choisi d'étendre leur offre en investissant le champ du numérique, entre autres par l'ouverture de sites internet ou de compte sur des réseaux socionumériques. Les « médias d'information *pure players* » sont, quant à eux, des médias d'actualité apparus avec l'avènement du web dit « 2.0 ». Ces derniers se déclinent exclusivement de manière dématérialisée. Pour une meilleure fluidité dans la lecture du mémoire, les termes « média traditionnel » et « *pure player* » ont été employés.

Les infomédiaires sont des espaces numériques où se rencontre une diversité d'acteurs (producteurs de contenus, publics, annonceurs, etc.), ils intègrent des logiques de plateformisation (Bullich, 2021). Parmi eux, nous pouvons citer Facebook, Twitter, Instagram ou encore YouTube. Vis-à-vis des productions journalistiques, en imposant des contraintes et imposent des pratiques éditoriales aux médias d'information.

Ensuite, une notion centrale est la pratique journalistique, définie comme l'ensemble des travaux de rédaction/ production et les stratégies d'éditorialisation de contenu déployé par des professionnels, les journalistes. Comment cette pratique a-t-elle évolué pour s'adapter aux mutations sociotechniques et aux pratiques de consommation de l'information ? Derrière cette notion sont dissimulés de nombreux enjeux. Le travail journalistique pour une diffusion mobile est désigné par le terme « Mojo » . Étienne Damome parle alors de « pratiques du mojo » qu'il définit dans son article “Journalisme mobile. Usages informationnels, stratégies éditoriales et pratiques journalistiques”

la place grandissante du téléphone dans la profession, particulièrement à l'heure des nouveaux médias, a attiré une multitude de travaux sur ce que l'on a appelé Mojo – Mobile Journalism aux États-Unis – pour désigner cette forme de nouveaux médias dans lesquels les informations sont collectées et éditées à l'aide d'une connexion Internet via des appareils mobiles tels que le smartphone et la tablette. (Damome, 2020)

Méthodologie mise en œuvre

Dans l'ouvrage “Médias et médiatisation, Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques”, Emmanuel Marty reprend les idées développées par Bonville, pour la constitution d'un corpus médiatique. D'après les propos, ce dernier doit répondre à “trois critères à prendre en compte pour la constitution d'un corpus médiatique : la pertinence, l'exhaustivité et l'homogénéité.” (Marty, 2019), nous avons pris en compte ces recommandations pour établir notre corpus.

Pour la méthodologie employée pour répondre à la problématique et aux hypothèses, nous avons décidé d'utiliser un corpus composé de synthèses l'actualité. Dans l'ouvrage « #info - Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook », les auteurs, Arnaud Mercier et Nathalie Pignard-Cheynel ont également utilisé ce type de corpus pour effectuer

des analyses croisées entre les productions médiatiques. À la lecture de leur enquête, cette méthodologie nous a paru être la plus pertinente pour établir des comparaisons, ou inversement des distinctions entre les pratiques éditoriales.

Pour la sélection des médias et des réseaux sociaux numériques, nous avons mis en place une période de veille d'environ 2 semaines. Préalablement, nous avons présélectionné des réseaux sociaux numériques ; Instagram, Snapchat et TikTok. Bien que les études montrent qu'en France, le réseau social numérique le plus utilisé dans les pratiques informationnelles est Facebook, nous avons choisi de l'exclure pour deux raisons. La première est le fait qu'un certain nombre d'études existent déjà au sujet du partage de l'actualité sur Facebook, cela est notamment dû au fait que Facebook fût l'un des premiers infomédiaires à connaître un engouement important, d'un point de vue historique. La seconde raison est le fait que les logiques d'éditorialisation mises en place par Facebook ne sont pas les mêmes que celles des réseaux sociaux numériques plus récents, où l'éditorialisation de contenus offre plus de possibilités (bien que cela soit en train de changer pour Facebook depuis l'intégration des stories et des fonctionnalités liées à Meta). De notre point de vue, les dynamiques liées aux réseaux sociaux numériques déployés en mobile first (contrairement à Facebook) sont plus intéressantes. Par ailleurs, Nathalie Pignard-Cheynel et Lara Van Dievoet qui expliquent que :

Instagram, propriété de Facebook, est une plateforme plébiscitée par les jeunes qui tendent à désertier Facebook. Ceci en fait, pour les médias, un espace à ne pas négliger. Ils y développent une identité fondée sur les codes d'Instagram, avec la mise en avant de photos et de vidéos, mais également de story, format initié par Snapchat et devenu une valeur sûre d'Instagram (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019)

Nous avons créé des comptes sur Instagram et TikTok et sommes abonnés à une dizaine de médias d'information généraliste (les plus plébiscités en France et suffisamment actifs pour proposer des contenus quotidiennement) ; Franceinfo, Le Monde, Le Figaro, Libération, Ouest France, 20 minutes, Lobs, Aj+, Cnews, Le Parisien, HugoDécrypte, Le Point, TF1 info, Médiapart et Brut. L'objectif était d'effectuer de la veille chaque jour sur les contenus produits par ces infomédiaires, en particulier les synthèses d'actualités. La création de nouveaux comptes dans le cadre du mémoire permet de centraliser les

informations les plus pertinentes, mais également d'effectuer des comparaisons plus facilement. C'est notamment grâce à cela que nous avons pu entrevoir les choix stratégiques et problématiques de certains médias. Finalement, Instagram a été retenu, car c'est sur ce dernier que les formats synthétiques de l'actualité étaient le plus présents.

Dans un second temps, nous avons établi des critères pour sélectionner les médias d'information que nous allions retenir. Le critère principal a été défini grâce à l'ouvrage « #info - Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook », dans lequel les auteurs expliquent leur sélection :

Ce qui a guidé notre choix était la volonté d'équilibre entre divers types de médias : médias nés en lignes ou préexistants, médias audiovisuels ou issus de la presse en ligne (Mercier Arnaud & Pignard-Cheynel Nathalie, 2018)

Dans la même logique, nous voulions un corpus très diversifié ; médias traditionnels et *pure players* mais également des médias d'information publics et privés, avec des moyens variés (intégrés dans de grands groupes et avec peu de ressources, notamment humaines). Ces médias d'information devaient répondre à des impératifs en termes de rayonnement, à savoir un minimum de 100 000 abonnés sur Instagram, mais aussi en termes de pratiques éditoriales ; ils devaient tous proposer une synthèse d'actualité généraliste quotidiennement sur Instagram. Enfin, ils devaient appartenir à des groupes différents (pour plus d'hétérogénéité).

Compte tenu de ces différents critères, la liste s'est rapidement réduite à 5 possibilités ; Franceinfo, 20 minutes, Cnew, Brut et HugoDécrypte. Cnew a été exclu, car il appartient au même groupe que Brut, à savoir Canal+. Notre corpus était ainsi constitué de 4 médias d'information ; deux médias traditionnels, dont un public et l'autre privé, Franceinfo et 20 minutes. Franceinfo, acteur important de l'audiovisuel français est rattaché à France Télévision, ce média d'information créé en 1987 est issu des modèles de la radio (première station de radio à proposer une information en continu en France) et de la télévision (diffusé sur le canal 27 de la TNT).

20 minutes, est le premier journal gratuit à l'échelle nationale. Créé en 2002 et appartenant au modèle éditorial, ses actionnaires principaux sont le groupe Sipa Ouest

France et le groupe Rossel. Ce média d'information, dont les contenus sont accessibles gratuitement, est financé par les annonceurs.

Brut, *pure player*, né en 2016, est l'un des pionniers dans la diffusion de vidéo d'actualité sur les réseaux socionumériques. Appartenant au groupe Canal+, le média d'information trouve ses financements auprès d'investisseurs privés. Depuis peu, alors que tous les contenus étaient gratuits, Brut relève désormais du modèle *freenium* depuis l'instauration d'un abonnement payant sur son application Brut.Club (anciennement BrutX).

Enfin, HugoDécrypte média né sur YouTube en 2015, se distingue par ses formats "Récap de l'actu" dans lesquelles il vulgarise l'actualité. Sa stratégie se fonde sur l'éditorialisation de la forme synthétique de l'actualité. Le média d'information composé d'une vingtaine de salariés aujourd'hui a été fondé par Hugo Travers alors qu'il n'avait que 16 ans. Parfois rangé aux côtés des influenceurs, HugoDécrypte est composé de journalistes titulaires d'une carte de presse, raison pour laquelle nous le considérons comme un média d'information à part entière.

À la suite de cette sélection, nous avons établi une période de récolte des contenus, celle-ci s'étend du 8 février 2023 au 10 mars 2023 inclus, soit 4 semaines. Cette durée nous paraît pertinente pour relever d'éventuelles récurrences quotidiennes ou hebdomadaires.

Pour la récolte des synthèses d'actualité, nous avons utilisé notre smartphone pour nous rapprocher au maximum des pratiques informationnelles réelles. L'application XRecorder a été utilisée pour capturer le son et l'image.

Initialement, la récolte s'effectuait en fin de journée pour l'enregistrement des contenus publiés le jour même. Toutefois, ce créneau horaire s'est avéré complexe (la synthèse d'actualité n'est pas toujours publiée à heure fixe et a pu, à certaines occasions, être publiée tard le soir par certains médias d'information). Nous avons donc choisi de changer l'heure de récolte pour que celle-ci soit effectuée le matin pour les contenus publiés la veille. Ce créneau horaire laisse un délai suffisant pour la capture des publications éphémères.

En parallèle, nous avons profité de ce temps de récolte pour effectuer de la veille et faire des lectures au sujet de la brièveté et des pratiques journalistiques sur les réseaux socionumériques.

Au regard de recommandations d’Emmanuel Marty, citées plus haut, notre corpus est donc pertinent, car notre “matériau” (Marty, 2019), les synthèses d’actualité, est adapté aux hypothèses de notre étude. Nous supposons que notre corpus répond à des critères d’exhaustivité, car nous avons fait preuve de diversité dans la sélection des médias d’information. De plus, nous avons également tenté de recontextualiser notre matériau dans les logiques éditoriales. Enfin, il est homogène, car l’ensemble des contenus récoltés (sur une période identique) relèvent tous d’une forme brève diffusée sur Instagram.

Une fois la période de récolte achevée, nous avons, une fois de plus, suivi les conseils d’Emmanuel Marty en procédant à une mise en forme, un nettoyage et un codage des données. Cette étape est nécessaire pour “traduire opérationnellement, sous forme de métadonnées, les variables relatives aux hypothèses motivant l’analyse” (Marty, 2019).

Ainsi, nous avons créé un tableau Excel dont le but était de retranscrire textuellement les contenus audiovisuels afin qu’ils puissent faire l’objet de comparaisons. Dans cette perspective, nous avons construit un tableau source qui serait dupliqué pour chaque média d’information. En abscisse, les paramètres de comparaisons (heure de publication, construction du format, présence de son, relevé des métriques, etc.). En ordonnée, les dates allant du 8 février au 10 mars. En nous appuyant également sur les techniques employées par Arnaud Mercier et Nathalie Pignard-Cheynel, nous avons procédé à des extractions en filtrant par médias (Mercier Arnaud & Pignard-Cheynel Nathalie, 2018), mais aussi en filtrant par date, contenus, etc. En remplissant les tableaux, nous avons eu l’occasion de constater que ces derniers révélaient déjà des récurrences.

Ces tableaux ont été pensés, non seulement pour l’élaboration d’une grille d’analyse, mais aussi pour répondre aux hypothèses quand il s’agit de pointer du doigt une synthèse d’actualité en particulier. En outre, ces 4 documents permettent aussi de procéder des analyses, mais à l’échelle d’un média (et non à l’échelle du corpus dans sa globalité).

Pour appuyer nos résultats, nous voulions aussi procéder à la mise en œuvre d’une méthode qualitative par entretiens semi-directifs. Dans cette optique, nous avons envoyé des mails de demande d’entretien aux quatre médias d’information du corpus le 27 février. Trois d’entre eux sont restés sans réponse (nous ne prenons pas en compte les mails automatisés d’accusé de réception), nous avons eu une réponse de la part de Franceinfo nous indiquant

que notre demande était redirigée vers le service concerné toutefois, à ce jour nous n'avons pas eu de retours. Une relance a été faite courant mars, en utilisant cette fois la page contact des sites, toutes les demandes ont également été laissées en suspens.

Enfin, la dernière étape fut l'élaboration d'une grille d'analyse à partir des 4 tableaux cités précédemment. Pour la construction de cette dernière, nous avons pris en compte les hypothèses et la problématique afin d'y intégrer les éléments nécessaires pour y répondre. Ainsi, pour répondre aux hypothèses de cette étude, il est nécessaire d'opérer des distinctions entre les médias d'information, Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte. Pour cette raison, l'une des entrées (l'abscisse) de cette grille a été réservée pour ces acteurs. En ordonnée, on retrouve les paramètres de comparaison. À la différence des tableaux précédents, cette grille permet la mise en œuvre d'analyses croisées entre les médias d'information du corpus, elle permet d'avoir "une vue d'ensemble" (A. Aubert, 2021).

Pour cette dernière grille, nous nous sommes appuyés sur un guide fourni par notre tutrice de mémoire, Alexie Lucie, ainsi que sur les travaux d'Aurélie Aubert. Comme recommandé dans le document d'Alexis Lucie, mais aussi au regard des méthodologies employées par Aurélie Aubert, nous avons catégorisé les informations ; "informations liminaires", "usages et accessibilité", "visibilité" et enfin "autopromotion et redirection". La première section apporte des informations sur les médias d'information et permet de recontextualiser la période de récolte. La seconde section sera mobilisée pour répondre à l'hypothèse qui porte sur l'adaptation aux pratiques informationnelles. La troisième section apportera, non seulement, des réponses à l'hypothèse venant d'être citée, mais également à l'hypothèse de l'existence de complémentarités entre les formats. Enfin, la dernière section sera mobilisée pour répondre à l'ensemble des hypothèses.

Plan du mémoire

Pour répondre à la problématique de ce mémoire, nous commencerons par une partie théorique dans laquelle nous rappellerons les dynamiques qui gravitent autour des réseaux socionumériques et le contexte dans lequel évoluent les pratiques de consommations de l'information et d'éditorialisation de contenu, notamment en lien avec l'expansion du "web

2.0” et l’essor des technologies de mobilité. Dans cette même partie, nous nous appuyerons sur les travaux de Sylvie Périneau et de Jean-Bernard Cheymol pour tenter de définir et délimiter les contours du format synthétique de l’actualité.

S’ensuivra une seconde partie dans laquelle nous montrerons que la synthèse de l’actualité noue des liens étroits avec les origines de médias. Pour ce faire, nous commencerons par présenter les médias d’information Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte. Puis nous établirons des connexions entre le format synthétique de l’actualité et les origines des médias d’information, pour remonter jusqu’au modèle de financement de ces derniers.

Enfin, dans une troisième partie, nous prendrons des exemples concrets pour vérifier si l’éditorialisation de la synthèse de l’actualité respecte les pratiques informationnelles.

Partie 1

-

Les réseaux socionumériques, des espaces pleinement intégrés dans les stratégies des médias d'information

Dans ce premier chapitre de contextualisation, nous montrerons que les mutations dans les productions journalistiques sont en relation avec la démocratisation des technologies du numérique. Depuis les années 2000 qui ont marqué un tournant dans la production et la diffusion de l'information, en lien avec le « web 2.0 », jusqu'à l'avènement des réseaux socionumériques. De nouveaux acteurs tels que Facebook, Instagram ou Twitter se sont insérés dans le champ de la production médiatique, et en ont modifié les logiques. En parallèle, les innovations techniques offrant plus de mobilité ont émergé. Du premier smartphone doté de l'accès à internet, l'iPhone 7, aux dernières générations que nous connaissons aujourd'hui, en quelques années l'objet s'est instauré dans notre quotidien jusqu'à être considéré comme le « doudou » du XXI^e siècle (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019). Ces techniques ont bouleversé notre rapport à l'information et nos pratiques informationnelles. Par ailleurs, de puissants infomédiaires, les GAFAM, ont pris part à ces changements et sont parvenus à se positionner à des endroits stratégiques pour contrôler l'accès à l'information. Pour faire face à ces changements, les médias d'information s'adaptent au numérique et diversifient leur offre, conduisant ainsi à des évolutions dans le domaine médiatique (Lafon, 2019).

Par ailleurs, dans ce même chapitre, nous verrons ce que désigne la « brièveté » au regard de travaux de Sylvie Périneau et Jean-Bernard Cheymol. Leur propos nous servira de base dans l'étude de la synthèse de l'actualité. Nous verrons ainsi comment elle se positionne en tant que format « court » dans les productions journalistiques.

Chapitre 1. Les mutations des productions journalistiques, un phénomène corrélé à la démocratisation des réseaux sociaux numériques

Ce premier chapitre va permettre d'introduire les notions principales et de mettre en lumière les logiques dans lesquelles évoluent l'éditorialisation de la synthèse de l'actualité. Pour cela, nous expliquerons que l'avènement des réseaux sociaux numériques ont perturbé la production de contenus médiatiques. De là, il sera expliqué la manière dont les rédactions ont dû adapter leurs pratiques éditoriales face aux mutations des pratiques informationnelles. Enfin, dans une dernière partie, nous aborderons l'évolution des comportements de « *snacking* » de l'information.

1. De nouvelles logiques impulsées par les réseaux sociaux numériques

Les années 2000, caractérisées par l'avènement du web 2.0, ont marqué un tournant dans les logiques de production et de diffusion de l'information. De nouveaux acteurs, en particulier les réseaux sociaux numériques, se saisissent de cette nouvelle technologie et des fonctionnalités offertes par celle-ci (Charon & Le Floch, 2011). Ces acteurs natifs du web, dit « *pure players* » (Lyubareva & Marty, 2022) investissent le champ médiatique et vont, pour beaucoup, se positionner en tant que diffuseur de contenus. Facebook, déployé en 2004 et Twitter en 2006, sont des acteurs emblématiques du web 2.0. Ils ont pris une place prépondérante dans ce que Arnaud Mercier et Nathalie Pignard-Cheynel ont appelé « l'écosystème socio-numérique de l'information » (Mercier Arnaud & Pignard-Cheynel Nathalie, 2018). Cet écosystème est marqué par la naissance de relations entre les différents acteurs du numérique, y compris les utilisateurs de par leurs contributions rendues possibles avec le web 2.0.

En parallèle, les innovations techniques, notamment celles liées à la mobilité, sont nombreuses. En 2007, Apple commercialise l'iPhone (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019), considéré comme le premier smartphone doté d'un accès internet tel qu'on le connaît aujourd'hui. Le smartphone séduit et se propage rapidement dans nos sociétés. À ce propos, les auteurs Nathalie Pignard-Cheynel et Lara Dievoet, affirment que « Le mobile est aujourd'hui considéré comme la technologie ayant connu la plus forte diffusion, et ce, fait exceptionnel, à l'échelle mondiale » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019). Lecteurs,

télespectateurs, internautes et maintenant mobinautes (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019), les pratiques informationnelles évoluent rapidement. Le support devient un enjeu majeur dans les modalités d'accès aux contenus journalistique, l'écran est agrandi pour faciliter la lecture et la navigation, les fonctionnalités sont plus poussées pour garantir un accès rapide aux requêtes et l'ergonomie est pensée pour une utilisation mobile. C'est dans cette optique que sont commercialisés peu de temps après les tablettes, conçues avant tout pour accéder aux informations d'actualité. Parfois présenter comme « une formule *e-paper* » (Charon & Le Floch, 2011), la production des contenus se développe pour des diffusions dématérialisées.

Ce contexte a permis la naissance de puissants infomédiaires. Situés en position d'intermédiaire entre les producteurs de contenus et les utilisateurs, ces acteurs ont une place stratégique dans l'écosystème socionumérique de l'information. Par le biais de l'agrégation de contenu, ils parviennent à créer d'important flux de trafic sur leur plateforme de diffusion et captent une grande part du temps d'attention des « mobinautes » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019). Ces acteurs sont, par exemple, incarnés par ceux que l'on désigne sous les l'acronyme « GAFAM », constitué de Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft. Cette position d'oligopole leur assure un contrôle important sur l'accès aux productions journalistiques diffusées sur les réseaux socionumériques, comme Instagram et Facebook, tous deux la propriété du groupe Meta.

Face à l'arrivée de ces nouveaux acteurs qui investissent le domaine médiatique (Lafon, 2017), les médias traditionnels s'inquiètent de la reconfiguration du secteur et de l'importance que prennent les plateformes dans cette recomposition.

2. Des évolutions dans les pratiques éditoriales

Le tournant dans les logiques de production qui vont réorganiser les pratiques de consommation de contenu médiatiques en incorporant de nouveaux versants de marchés, les infomédiaires, autrement dit la plateformes (Bullich, 2021), est à l'origine de nouvelles logiques économiques. En effet, aux côtés des modèles du flot et éditorial (Bullich & Schmitt, 2019) va naître un modèle initié par le web 2.0, celui du courtage informationnel. Dans son article « Les formes publiques de courtage informationnel : l'exemple des services

géoCulture » datant de 2020, Olivier Thuillas reprendre les propos de Pierre Moeglin et définit ce modèle de la manière suivante :

Courtage informationnel a été défini par Pierre Moeglin, il donne des clefs pour observer les plateformes d'accès aux contenus numériques culturels en plaçant au cœur de l'analyse le rôle central d'intermédiation joué par le courtier. Ce dernier occupe la fonction centrale et commercialise la mise en contact, c'est-à-dire le fait de trouver le produit correspondant au désir précis d'un consommateur. (Thuillas, 2020)

Pour les médias traditionnels, ces mutations sont des éléments essentiels à prendre en compte pour conserver leur audience. Pour les rédactions de presse, l'intégration de ces nouveaux supports de diffusion peut présenter des contraintes. Dans un premier temps, les formats doivent correspondre aux normes des réseaux socionumériques. Papier, écran d'ordinateur ou de smartphone, chacun de ces supports comportent des conceptions différentes. Sur un petit écran, le nombre de caractères doit être restreint pour correspondre aux attentes des mobinautes. À titre d'exemple, pour la structure d'un article destiné web, il est primordial de le prendre en compte la ligne de flottaison, c'est-à-dire l'ensemble des éléments qui sont visibles sans nécessiter de *scroll*. Sur les sites internet et les applications, ce sont les temps d'affichage qu'il faut prioriser, c'est-à-dire rationaliser et équilibrer l'ensemble des éléments pour éviter la fuite de trafic. D'après Nathalie Pignard-Cheynel et Lara Dievoet, « La lenteur d'une application constituerait même le premier facteur de désinstallation, pour près des trois quarts des utilisateurs » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019). Sur les réseaux socionumériques, les images (photos, vidéos, GIF, images fixes) sont à privilégier pour correspondre aux critères imposés par les formats natifs du web, tel que les *stories*, les narrations doivent donc être repensées. Indispensable pour la survie des médias d'information, cette présence numérique présente des enjeux économiques majeurs comme expliqués par Sara Germain et Camille Alloing qui citent Welbers et Opgenhaffen :

La nécessité pour les médias d'offrir des publications conformes aux standards des plateformes apparaît dès lors comme essentielle pour ceux qui souhaitent assurer une certaine viabilité économique à leur organisation. (Germain & Alloing, 2022)

Ces contraintes liées à Internet sont le fruit des évolutions des pratiques de consommation. En effet, les comportements évoluent au même titre que les innovations technologiques. Le smartphone offre un accès presque instantané et abondant à

l'information, favorisant ainsi le « grignotage de l'information » ou le *snacking* (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019). Dans une interview accordée à la radio FranceInter en mars 2023, Éric Fottorino, journaliste, écrivain et ancien dirigeant du quotidien Le Monde et cofondateur de 1 hebdo, résume correctement la situation en déclarant : « Longtemps l'effort c'était de chercher l'information, maintenant c'est de la hiérarchiser ». Les producteurs de contenu médiatique sont alors dans l'obligation de repenser leurs stratégies d'éditorialisation et de diffusion pour conserver leur visibilité. C'est dans cette optique que se développe le *mobile journalism*, également désigné MOJO (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019), dont l'objectif premier est de concevoir l'information pour une diffusion mobile en premier lieu (*mobile first*). Que ce soit dans la capture des images, notamment en lien avec les innovations qui touchent le smartphone et l'émergence des pratiques amateurs à grande échelle ou bien dans la mise en visibilité de l'information.

Avant tout plébiscité par les médias natifs du web, les *pure players*, le MOJO trouve sa place dans beaucoup de rédactions. Les infomédiaires, en particulier les réseaux sociaux numériques, encouragent cette nouvelle manière de penser l'information qui augmentera logiquement le nombre de contenus publiés sur ces mêmes plateformes et par conséquent le trafic de manière générale. En ce sens, ils vont mettre à disposition un ensemble d'outils au service de ces évolutions éditoriales. Par exemple, le groupe Meta va proposer le « Meta Business Suite » qui est un outil à la fois d'aide à la conception et de planification qui permet de coordonner la diffusion de contenus sur Facebook et Instagram.

Par ailleurs, comme évoquées précédemment, les pratiques sur smartphone ne possèdent pas les mêmes logiques que celles sur d'autres supports, les rédactions doivent donc s'adapter à ce « tournant numérique » (Alexis, 2019). Sur les réseaux sociaux numériques, le multimédia, c'est-à-dire la superposition de différents médias dans un même contenu (texte, image, son, vidéo, etc.), est de rigueur. De ce point de vue, la mise en forme de l'information se rapproche davantage des logiques de la télévision que de la presse. Nathalie Pignard-Cheynel et Lara Dievoet montrent l'importance, en termes de visibilité, que représente l'intégration des nouveaux canaux de diffusion pour les médias d'information :

Si le texte occupe toujours une place importante dans les productions des médias, notamment de presse écrite, le mobile est un canal privilégié pour la consommation de la vidéo (début 2019, YouTube représentait quand même près de 40% du trafic Internet mondial sur mobile !) (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019)

3. Des mutations dans les pratiques informationnelles

Depuis 1987, Kantar Public onepoint conduit des études sur les évolutions des pratiques de consommation de l'information des Français. Au sujet des sources privilégiées pour l'accès à l'information, le baromètre 2022 indique :

La télévision restant le média le plus mobilisé (48%, +2 points), la radio et la presse écrite étant toujours plus faiblement utilisées (à respectivement 13% et 6%). En revanche, pour ceux qui s'informent sur Internet, le recours aux réseaux sociaux comme source d'information (26%, +6 pts) prend le pas sur les sites et applis de la presse écrite (21%, -8 pts). (www.kantarpublic.com)

Cette étude permet de mettre en évidence le fait que la télévision reste un accès majoritaire à l'information, bien que talonnée par Internet. Toujours d'après cette même étude, les Français sont, en 2022, 32% à s'informer des actualités en premier lieu sur Internet dont 22% via leur smartphone. Toutefois, bien que ces mutations dans les pratiques d'informations, liées notamment à l'émergence des logiques de plateformes, semblent peu à peu se stabiliser, on observe un clivage générationnel (Lombardo & Wolff, 2020) important dès lors que l'on prend en compte l'âge des répondants. À titre comparatif, dans leur ouvrage, « La presse en Ligne », Jean-Marie Charon et Patrick Le Floch citent une enquête menée par Olivier Donnat en 2009, cette dernière révèle que en 2008, qu'un tiers des Français ne disposent pas de connexion internet à leur domicile. À cette période ils estiment que « 40% de la population échappaient donc au public potentiel de la presse en ligne » (Charon & Le Floch, 2011).

Réalisée en 2016 sur un échantillon composé de 1 820 étudiants âgés de 18 à 24 ans, l'étude menée par Arnaud Mercier, Alan Ouakrat et Nathalie Pignard-Cheynel témoigne de ce clivage. Sur graphique présenté ci-dessous, on remarque que 68% des 18-24 ans privilégiaient, déjà en 2016, le smartphone pour suivre l'actualité (Mercier et al., 2018).

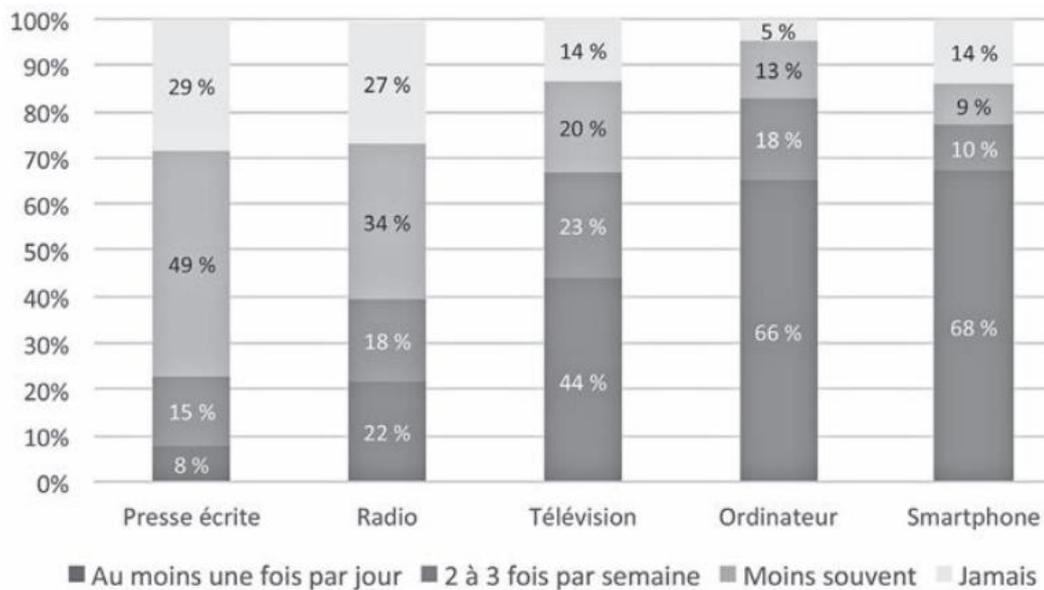


Figure 3. Mode de suivi de l'actualité des 18-24 ans (total = 1 820)

Figure 1. Terminaux les plus utilisés pour accéder à l'information chez les 18-24 ans en 2016

Les logiques des médias traditionnels sont donc peu à peu effacées aux profits des pratiques popularisées par les « générations Y » et « génération Z » nées en même temps que l'Internet et les nouvelles technologies de transportabilité.

4. L'information à portée de main

Le smartphone s'est introduit dans nos habitudes, pour la plupart d'entre nous, les comportements se sont modifiés pour prendre en compte ce terminal. Le nombre de fonctionnalités proposées par ces derniers sont si nombreuses qu'il serait aujourd'hui impossible de les compter ; du minuteur à la l'agenda en passant par la carte bancaire, cette technologie remplace bon nombre d'objets, Nathalie Pignard-Cheynel et Lara Dievoet utilisent la métaphore du « couteau suisse » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019) pour qualifier cette dimension tout-en-un. Cette centralisation des fonctionnalités et objets est l'un des facteurs principaux qui peuvent expliquer la naissance de dépendance envers ce dernier.

De plus en plus, on voit apparaître des études qui portent sur des troubles psychologiques, tels que la FOMO (*fear of missing out*) qui ne se traduit pas une peur de

rater un rater une information. Ce trouble, parmi tant d'autres, témoigne de l'assujettissement des corps qu'il peut exister envers le mobile, parfois assimilé au doudou du XXI^e siècle.

Les notifications, ces alertes pour ramener et mobiliser l'attention (Bullich, 2021) vers les plateformes, favorisent le « *checking permanent* », cette notion est définie comme :

Une inspection brève et répétitive du contenu dynamique de l'appareil, et une « habitude » très ancrée dans l'usage du smartphone, parfois effectuée de manière automatique, sans y prêter attention et sans volonté d'une recherche d'information. (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019)

Ces comportements de micro-connexion sont une explication à la diffusion massive de formats de courte durée sur les réseaux socionumériques. Les médias d'information et infomédiaires ont pensé à la création de contenu suffisamment court pour pouvoir se positionner dans ces intervalles de micro-connexion, peu importe le lieu. Les mobinautes se trouvent donc parfois face à des contenus d'actualité sans même le vouloir.

En revanche, l'intérêt des publics pour les formes brèves ne s'est pas manifesté pour la première fois au moment de la démocratisation du numérique et du smartphone. Déjà au XIX^e siècle existaient des formes brèves, telles que les poèmes ou fables, qui selon Cécile Meynard et Emmanuel Vernadakis, témoignent déjà du « goût du petit format d'édition » (Meynard & Vernadakis, 2020)

Conclusion du chapitre 1

Ainsi, les mutations dans les pratiques journalistiques résulteraient de différents facteurs, en particulier l'émergence des réseaux socionumériques et des pratiques informationnelles. Les médias traditionnels ont dû repenser leur stratégie éditoriale pour s'adapter aux contraintes liées à la fois au support de diffusion, aux critères de diffusion imposés par les infomédiaires ainsi qu'aux attentes de mobinaute. Ces mutations dans la production et la diffusion de l'information journalistique ont été nécessaires pour assurer la survie du média d'information.

Les pratiques de consommation de l'information ont-elles aussi intégré de nouvelles logiques. Du lecteur, auditeur, spectateur, internaute et désormais mobinaute, nous intégrons une multitude de supports dans nos habitudes. Bien que jamais détrônée, la télévision est peu à peu rattrapée par le mobile en termes d'accès à l'information. En revanche, nous constatons un clivage générationnel dans l'accès à l'actualité. Dans notre étude, nous

devrons prendre en compte ce clivage pour éviter de commettre des généralités, qui ne reflèteraient pas la réalité française, dans nos propos et des résultats.

Les différentes dynamiques venant d'être citées ont participé à la naissance de « format natif du web » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019). Une partie de ces nouveaux formats, présents sur les réseaux socionumériques, sont pensés et diffusés de sorte à pouvoir s'insérer dans les pratiques de « micro-connexion » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019). L'un d'entre eux est la synthèse de l'actualité numérique, plus communément appelé le « Récap de l'actu ».

Chapitre 2. La brièveté audiovisuelle, une forme qui s'adapte aux évolutions du domaine médiatique

Dans cette partie, nous tenterons de définir ce qu'est la brièveté et de déterminer ses caractéristiques. D'après les travaux de Sylvie Périneau et Jean-Bernard Cheymol, nous verrons que cette dernière ne peut être réduite à une simple donnée de temporalité ou de durée. Nous mettrons en évidence l'importance du contexte et des finalités à prendre en considération pour définir un objet. Enfin, nous nous arrêterons sur la notion de « condensation », une caractéristique propre à la brièveté.

1. *Qu'est-ce que la brièveté ?*

Il serait bien trop ambitieux de prétendre pouvoir définir la brièveté et ses caractéristiques en seulement quelques lignes alors que des auteurs tels Jean-Bernard Cheymol et Sylvie Périneau ont consacré des ouvrages entiers sur son analyse. Toutefois, pour tenter de présenter les caractéristiques constitutives qui nous intéressent dans le cadre de ce mémoire, nous nous appuyerons sur les travaux de ces mêmes auteurs.

Tout d'abord, la notion de « brièveté » ne peut être définie en termes de temporalité, bien que cette dimension en soit l'un des caractères constitutifs. En revanche, la temporalité du format bref est définie par l'objet à partir duquel celui-ci est fragmenté (dans le cadre de la brièveté, ce second objet en question se révèle souvent être un format d'une durée plus longue ce qui permet, bien souvent, d'aborder un sujet plus en profondeur). Néanmoins, définir la forme brève comme une réduction d'un objet plus long, soit une approche quantitative, est une conception négative (Cheymol & Lochard, 2011) qui impliquerait le fait que ces deux contenus auraient les mêmes finalités. Or, la finalité de l'objet va définir la manière dont ce dernier va être pensé structuré et diffusé. En ce sens, les contenus médiatiques n'ayant pas la même finalité ne peuvent être comparés. Le contenu synthétique extrait d'un contenu plus détaillé ne peut être considéré comme un abrègement, une réduction « d'un tout plus grand » (Cheymol & Lochard, 2011). De plus, une approche négative qui reposerait sur l'association de la brièveté au manque de temps, tel que le conçoit Pierre Bourdieu cité par Jean-Bernard Cheymol « nourriture culturelle prédigérée, pré-pensée » (Cheymol & Lochard, 2011), induit le fait que les formes brèves seraient des

constructions inabouties. Cependant, cette vision réductrice ne prend pas en compte le « degré d'émancipation » (Périneau et al., 2019) intrinsèque à la brièveté, c'est-à-dire sa capacité à être « autonome et suffisante » (Périneau et al., 2019).

Dans un second temps, Sylvie Périneau et Jean-Bernard Cheymol s'accordent à dire que les termes « court » et « brièveté » sont souvent victimes d'amalgames. Sylvie Périneau reprend les propos d'Amandine Kervella au sujet de l'association de l'adjectif « court » aux formes brèves et déclare :

Même si « la rapidité, l'urgence, le présent, la nouveauté » vont facilement s'associer aux formes brèves, ce ne sont pas des traits définitoires. (Périneau et al., 2019)

La brièveté relèverait davantage de la sémantique du discours, une forme rhétorique (Périneau et al., 2019) et ne pourrait pas être uniquement analysé sous l'angle du quantitatif. Le « court » est une notion relative à un contexte et un système de pensée propre à chacun. Un objet court ne l'est que par rapport à un second comme le souligne Jean-Bernard Cheymol, « La durée courte s'inscrit en rupture d'un long préexistant » (Cheymol & Lochard, 2011). Cet adjectif ou « effet de prédicat » (Cheymol & Lochard, 2011) pour caractériser une durée, que nous utilisons souvent de manière inconsciente, est indissociable du contexte dans lequel ce dernier est employé. Nous effectuons une comparaison entre deux ou plusieurs objets, raisons pour lesquelles nous pouvons les qualifier. Par exemple, nous considérons une publicité de 3 minutes comme étant longues, en revanche, nous qualifierons un reportage de 20 minutes comme étant courtes alors que la durée du premier est, d'un point de vue quantitatif, bien inférieure au second. Le contexte devient alors essentiel, « court », mais par rapport à quoi ? Dans cette optique, Jean-Bernard Cheymol nous invite à envisager la durée courte comme « une notion proprement temporelle, non essentiellement dimensionnelle » des formes brèves (Cheymol & Lochard, 2011).

Si nous prenons l'exemple de la bande-annonce, cette dernière est une forme brève et courte par rapport au film. Par rapport au teaser qui intègre lui-même d'autres logiques et d'une durée souvent plus courte que la bande-annonce. C'est 3 formats portent sur un même objet, toutefois leurs existences n'ont pas les mêmes finalités, de là, les logiques de productions et de diffusions de chacun seront toutes différentes.

Enfin, l'interlude est voué à s'insérer entre deux objets pour mettre à profit un espace (comme par exemple la publicité entre les programmes). Dans ce cas, la durée du format

sera définie en fonction de l'espace disponible qui lui sera octroyé. Dans le cas présent, ce sont des logiques économiques et de temps qui vont guider la construction du format (Mansour, 2014). En revanche, inculquer une durée courte à un format peut aussi répondre à d'autres finalités, par exemple celles des pratiques d'informations des publics visés. Ce point démontre qu'il existe plusieurs manières de concevoir le forme brève, il n'y a donc pas « une, mais des formes brèves » (Périneau et al., 2019).

Au sujet des synthèses de l'actualité sur les réseaux socionumériques, nous parlons alors de "condensé", qui se présente comme une propriété transversale à toutes les formes brèves. Selon Jean-Bernard Cheymol, la condensation d'un objet ou d'une forme résulte d'un processus au cours duquel les informations les plus pertinentes auraient été retenues « au détriment de l'accessoire » (Cheymol & Lochard, 2011).

Isabelle Pezzini, citée par Sylvie Périneau, explique que les formes brèves peuvent se caractériser selon un "principe d'expansion/condensation", c'est-à-dire qu'elles ont une capacité d'adaptation :

Les formes brèves sont envisagées comme mettant en œuvre le principe d'expansion/ condensation à la fois dans une historicité possible, mais aussi transversalement, d'un média à un autre, d'une pratique à son détournement.(Périneau et al., 2019)

Conclusion du chapitre 2

La brièveté est donc une notion qui ne peut être associée naturellement à l'adjectif « court ». Dans le cadre des contenus synthétiques de l'actualité récoltés dans notre corpus, il conviendra d'expliquer les raisons pour lesquelles nous nous permettons de les qualifier de forme brève ou/ et de « court ».

Bien qu'ils ne soient pas nés avec les technologies du numérique, les formats synthétiques de l'actualité connaissent un engouement important de la part des publics depuis l'essor des pratiques de consommation informationnelles sur les supports numériques.

Partie 2

-

**Les enjeux économiques des synthèses d'actualité sur
Instagram pour les médias d'information Franceinfo, 20
minutes, Brut et HugoDécrypte**

Chapitre 3. Des logiques de financement qui influencent les stratégies d'éditorialisation

Dans le paysage médiatique actuel, les stratégies d'éditorialisation des médias semblent animées par des logiques qui seraient propres à chaque média d'information. Pour expliciter et exemplifier ces liens, pour nous appuyer sur le format synthétique de l'actualité proposé sur Instagram par Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte. Pour se faire, nous commencerons par présenter ces 4 médias d'information, aux origines variées.

Nous montrerons que les origines des médias ont une influence sur la manière de construire et de mettre en visibilité l'information sur Instagram. Ensuite, au travers d'exemple, nous tâcherons de démontrer que la synthèse de l'actualité pour elle-même des logiques autres que la diffusion de connaissances auprès des publics, qu'elle représente aussi un outil stratégique pour les médias d'information.

Enfin, dans la continuité des éléments qui auront été abordés dans le point précédent, le dernier point permettra d'expliquer en quoi la synthèse de l'actualité intègre des logiques économiques.

C'est au cours de cette partie que nous apporterons des éléments de réponses à l'hypothèse 1, qui questionne les origines des médias vis-à-vis de leurs productions et l'hypothèse 4, qui porte sur l'existence de possibles logiques de complémentarité entre les contenus journalistiques.

1. Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte, 4 médias d'information aux origines variées

1.1. Franceinfo

Créée en 1987, la radio Franceinfo est la première station à proposer une information continue en France. Avec l'émergence des infomédiaires, la station de radio, qui souhaite toucher tous les publics, investit de nouveaux supports de diffusion. En 2014, le site Franceinfo est créé et la chaîne Franceinfo naît 2 ans plus tard, en 2016. Cette stratégie multicanal est le résultat d'une ambition clairement annoncée ; celle de devenir un média d'information « global » pour toucher les jeunes publics, comme expliqué dans un article publié sur le site en 2016 :

La nouvelle chaîne souhaite aussi expérimenter de nouveaux reportages qui doivent parler aux plus jeunes. Pour suivre ces nouveaux programmes, vous aurez l'embaras du choix, radio, télé, tablette et smartphone, Franceinfo, à vous les studios. www.francetvinfo.fr

Le média traditionnel a bouleversé ses stratégies d'éditorialisation pour investir la scène du numérique. Aujourd'hui, la chaîne Franceinfo appartient aux groupes publics France Télévision et Radio France. Les réseaux socionumériques sont sous la gestion du groupe France Télévision qui regroupe notamment les marques France.tv, les chaînes France 2, 3, 4, et le label France.tvslash (particulièrement actifs sur les réseaux socionumériques auprès des jeunes générations). D'après un article intitulé « Visualisez ce que représente la redevance audiovisuelle des médias publics français, appelée à disparaître » publié en juin 2022 sur le site francetvinfo.fr, « plus de 85% des budgets de France Télévision et de Radio France viennent de cette contribution [de la redevance audiovisuelle] ». Pour France Télévision, en 2021, la dotation publique s'élevait à 2,5 milliards d'euros.

En 2021, France Télévision, était composée de 9 050 salariés d'après un rapport publié sur leur site internet. Il est difficile de connaître le nombre exact de salariés de la chaîne Franceinfo, toutefois en 2016, on dénombrait environ 200 salariés.

1.2. 20 minutes

20 minutes a été conçu à Zurich en 1999 avant d'être lancé en France en 2002. Le concept repose sur une logique de gratuité de l'information. 20 minutes est le premier journal de presse gratuit à l'échelle nationale. D'après, le site du média d'information, le groupe Sipa Ouest France et le groupe Rossel en sont les actionnaires principaux.

Tout comme le média d'information précédent, le quotidien se décrit comme une « plateforme globale : print, web, mobile, tablette » comme indiqué sur leur site internet. Dans cette optique, le média d'information édite son site internet parmi le premier en France. Dans leur ouvrage, Jean-Marie Charon et Patrick Le Floch, présentent une étude de Médiamétrie NetRating datant de 2010, dans laquelle il est indiqué que le site de 20minutes.fr se classe 4^e des sites d'information les plus visités de France, derrière Lefigaro.fr, Lemonde.fr et Leparisien.fr (Charon & Le Floch, 2011).

Aujourd'hui, sur le site internet, 20 minutes affiche clairement l'audience visée. En effet, il est indiqué que les « Jeunes actifs urbains sont le cœur de cible de 20 minutes » .

On dénombre un effectif d'environ 200 salariés, dont la moitié environ sont des journalistes. En raison de sa stratégie qui repose sur le principe de la gratuité, le quotidien est entièrement financé par la publicité.

1.3. Brut

Fondé en 2016, le média d'information Brut, est présent sur Facebook et Twitter puis investit rapidement les autres réseaux sociaux. À l'initiative de Guillaume Lacroix, fondateur de la société de production Studio Bagel, et Renaud Le Van Kim, ancien producteur du Grand Journal de Canal+, le pure players s'impose rapidement comme un média d'information novateur. Le concept de Brut repose sur l'éditorialisation de vidéos d'information et *live* pensés pour une diffusion sur les réseaux sociaux.

Souvent qualifié de « nouveau média », Brut vise une audience jeune. En 2017, un article Le Monde, titrait « Brut, le médias des « millennials », explose sur les réseaux sociaux. « Millennials » ou « génération Y », désigne les personnes « nées entre le début des années 80 et le milieu des années 90. C'est la première véritable génération à grandir avec Internet, l'ordinateur ».

En ce qui concerne les dirigeants, Le studio Bagel est un multi-channel network (MCN) appartenant à Canal+ (groupe Vivendi).

Le modèle économique de Brut est porté par plusieurs sources de financement. La première provient d'investisseurs tels que Xavier Niel, François Pinault ou encore la BpiFrance. À son origine, Brut proposait des contenus exclusivement gratuits, aujourd'hui, le modèle relève davantage du *freenium*. Sur leur site internet, <https://www.brut.app/>, on peut lire la mention suivante à propos de l'application Brut :

L'app Brut. est une application mobile gratuite téléchargeable depuis l'App Store et Google Play. Sur l'app, certains rendez-vous live inédits et documentaires sont uniquement accessibles en accès payant.

Le prix pour bénéficier de l'intégralité des contenus est de 4,99€/ mois. Ces logiques de *paywall* (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019), c'est-à-dire le blocage de contenu dans une visée économique n'a que récemment été instauré par Brut. Enfin la dernière

ressource de financement provient de l'audience générée sur les différentes chaînes et médias du groupe.

Aujourd'hui, Brut est un média d'information international, ses vidéos comptabilisent plusieurs milliards de vues. De plus, Brut s'est implanté aux quatre coins du monde ; Chine, Japon, États-Unis, Inde, etc. On estime à environ 350 le nombre de salariés qui travaillent pour le média d'information, dont 250 en France.

1.4. HugoDécrypte

En 2015, Hugo Travers, étudiant à SciencePo, lance une chaîne YouTube intitulée « HugoDécrypte ». À travers cette chaîne, il ambitionne de produire des contenus d'actualité qui seraient accessibles et compréhensibles par le plus grand nombre, mais en particulier la jeune génération. Dans ces vidéos de courte durée en comparaison à un journal télévisé classique, HugoDécrypte vulgarise l'actualité. Le nombre d'abonnés à la chaîne grossit rapidement et l'étudiant en communication devient un influenceur dans le domaine des contenus journalistiques. L'ensemble des contenus diffusés sont accessibles gratuitement.

Selon les propos d'Hugo Travers dans une interview accordée à France Inter en mars 2023, son média d'information est composé d'une vingtaine de personnes. Bien qu'Hugo Travers ne soit pas diplômé d'une école de journalisme, plusieurs membres de son équipe possèdent une carte de presse, raison pour laquelle nous estimons qu'HugoDécrypte est un média d'information et non un influenceur.

Le *pure player* est financé par la monétisation de ces contenus vidéos, notamment sur YouTube, ainsi que part des partenariats.

2. Des origines qui se devinent à travers le format synthétique de l'actualité

2.1. Entre producteurs et agrégateurs d'information

Le 29 mars 2023, lors d'une interview organisée par France Inter, Hugo Travers, fondateur du média d'information HugoDécrypté a déclaré :

On a des formats de résumé, cours, d'actualité qui peuvent s'apparenter à ce que peuvent faire pas mal de médias, où effectivement c'est des informations qu'on trouvera dans d'autres médias. (France Inter, 2023)

Quand nous nous intéressons au contenu du corpus, nous observons que des sources sont citées pour chacune des actualités. Concernant les synthèses d'actualité sur Instagram, HugoDécrypté se positionne donc comme un agrégateur de contenu. Par exemple, pour les actualités du 24 février 2023, ce ne sont pas moins de 14 sources qui ont été mobilisées pour produire la synthèse du jour. Parmi celles-ci, figurent 2 médias de notre corpus, à savoir Franceinfo et 20minutes. De ce constat, nous avons cherché à savoir, parmi nos 4 médias d'information, lesquels étaient des agrégateurs et producteurs de contenus en ce qui concerne la synthèse d'actualité.

Concernant Franceinfo, même si nous n'avons pas vérifié sur l'ensemble des 105 actualités citées au cours de la période de récolte, de ce que nous avons pu observer, les actualités étaient toujours associées à un article plus détaillé sur le site comme le montre l'exemple ci-dessous :



Figure 2. Capture d'écran de la story du 24/02/2023 et du site Franceinfo

Pour 20 minutes, le constat est le même, dans la grande majorité des actualités diffusées, un lien cliquable était présent pour rediriger vers l'article complet. Tandis que pour Brut, dans une grande majorité, bien qu'aucune source ne soit citée en dehors des crédits image, nous n'avons pas trouvé de contenu associé. Toutefois, les logiques de diffusion de Brut étant plus complexes que celles des deux médias précédents, nous ne pouvons pas affirmer que ce média d'information soit un agrégateur de contenu. Franceinfo et 20 minutes ont tout deux un site internet où sont centralisées une grande partie des productions, si bien qu'il est plus simple d'identifier un contenu par une recherche sur un moteur de recherche.

Cependant, nous pouvons supposer que dans le contexte de la production de la synthèse d'actualité sur Instagram, les médias traditionnels Franceinfo et 20 minutes sont des producteurs de contenus, tandis que les pure players, HugoDécrypte et Brut en seraient des agrégateurs.

2.2. Des logiques d'éditorialisation inspirées des médias traditionnels, le cas de Franceinfo et 20minutes

La grille d'analyse présente en annexe 1 permet de rendre compte des différents éléments comparatifs cités ci-dessous.

Franceinfo a la particularité d'être issu de logiques croisées entre la radio et la télévision. Dans notre corpus, ce média est le seul provenant de la télévision. La manière dont l'information est mise en visibilité évoque la structure du journal télévisé.

Tout comme pour un journal télévisé, un présentateur ou une présentatrice nous accompagne tout au long du visionnage, en arrière-plan, on distingue des studios rappelant ceux d'une chaîne de télévision. La synthèse est entrecoupée de scènes face-caméra et d'images superposées à de la voix off. De plus, l'ensemble des actualités sont présentées de manière orale et les contenus textuels font échos aux propos du présentateur. Enfin, l'ensemble des actualités sont annoncées dès l'introduction. L'ensemble des éléments cités précédemment sont des dynamiques caractéristiques d'un journal télévisé.

En comparaison à 20minutes, Brut et HugoDécrypte, Franceinfo est les seuls à proposer ce type d'architecture. De ce constat, nous pouvons présumer que les origines du média d'information ne se sont pas tout à fait effacées malgré une diffusion sur les réseaux sociaux numériques.

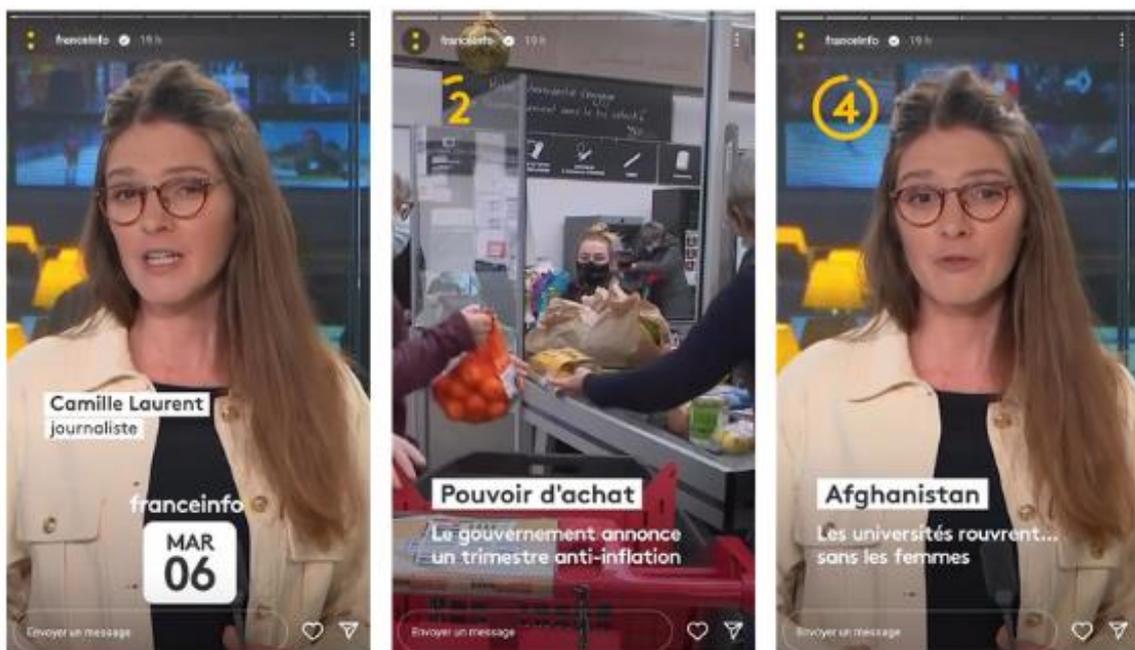


Figure 3. Extrait de la synthèse d'actualité du 06/03/2023 de Franceinfo

Cette hypothèse peut être réaffirmée en analysant la stratégie de 20 minutes. Bien que cela ne soit pas aussi marqué que pour Franceinfo, il est possible d'identifier des attributs de la presse pour le quotidien. Dans ce corpus, 20 minutes est le seul à utiliser la redirection par des liens dans toutes les synthèses récoltées. Ces derniers pointent vers les articles présents sur le site. Ce mode de fonctionnement n'est pas sans rappeler les stratégies de la presse lors de la naissance du web 2.0. Pour répondre aux logiques du numérique, la plupart des médias de presse ont créé un site internet sur lequel étaient dématérialisés des articles ou même des journaux entiers.

La synthèse d'actualité permettrait donc d'identifier des logiques d'éditorialisation générationnelles, en tout cas en ce qui concerne les médias traditionnels qui se sont insérés sur les réseaux socionumériques.

3. Les formes brèves de l'actualité, une porte d'entrée vers d'autres médiatisations ?

3.1. La redirection et l'autopromotion

La grille d'analyse, en annexe 1, permet de présenter la manière dont les 4 médias d'information étudiés mettent en visibilité l'information dans le cadre de la synthèse de l'actualité. Dans l'ouvrage datant de 2018, « #info : Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook », Arnaud Mercier et Nathalie Pignard-Cheynel affirment que :

Pour beaucoup de médias, Facebook représente l'une des plus importantes portes d'entrée vers leur article en ligne voire la principale, notamment pour les usages mobiles. Si la part de Facebook comme source de trafic pour les sites des médias varie fortement de l'un à l'autre, on peut estimer qu'elle s'inscrit dans une fourchette allant de 15% jusqu'à 50% pour des médias qui ont fortement investi la première plateforme sociale. (Mercier Arnaud & Pignard-Cheynel Nathalie, 2018)

Ces propos illustrent parfaitement la stratégie utilisée par 20 minutes. Dans la grille d'analyse 1, nous observons que sur l'ensemble des médias d'information, 3 d'entre eux intègrent des stratégies d'autopromotion ou de redirection à travers la synthèse de l'actualité,

seul Franceinfo n'intègre pas ces logiques. Au sujet de l'autopromotion, 20 minutes invite, dans chaque synthèse, à consulter des articles présents sur son site internet, Brut fait la promotion de « l'app.Brut » son application dans 5 synthèses sur 22 récoltées et HugoDécrypte propose de consulter sa chaîne YouTube dans une synthèse sur les 30 récoltées. Pour Brut et 20 minutes, les stratégies d'autopromotion et/ou de redirection sont intégrées dans les actualités tandis que pour HugoDécrypte, une slide à part a été conçue.

Il nous semble important de décrire ce que nous appelons « redirection » qui se caractérise par un lien accessible directement dans le contenu de l'« autopromotion » quant à elle, permet de mettre en avant des contenus proposés par le même média d'information. Ce dernier point peut se traduire par un argumentaire court en faveur de ce contenu, des éléments pour donner envie et éveiller la curiosité ou encore, cela peut relever d'une incitation par l'emploi verbal/ textuel de verbes d'action comme « *Découvrez* » ou de « *déictiques d'ostension* » (Bigey & Simon, 2018).

3.2. La synthèse d'actualité, un teaser de l'information ?

Lorsque les médias d'information traditionnels se sont introduits sur les réseaux sociaux numériques, leur objectif était de séduire de nouveaux publics, comme le souligne Laurie Schmitt dans un article de 2015 ; « Articuler les médias entre eux est guidé par la volonté des acteurs d'élargir les « cibles » en s'adressant à plusieurs « niches » (Schmitt, 2015). Certains réseaux sociaux numériques étaient utilisés, et le sont encore parfois, comme des ponts pour accéder aux sites d'information. C'est par exemple le cas de Ouest France ou encore Le Monde sur Facebook. Sur Instagram, la stratégie d'éditorialisation et de diffusion de 20 minutes est similaire, la publication pointe vers un contenu extérieur à la plateforme.

Ce qui nous intéresse ici n'est pas tant la redirection ou le lien en lui-même, mais plutôt les informations et les éléments qui le complètent. Au cours du visionnage des images récoltées, nous nous sommes rendu compte que les actualités présentées dans la synthèse ne permettaient pas toujours de rendre compte de l'information, c'est-à-dire que le format n'est pas « autonome » (Périneau et al., 2019) dans le sens où l'information nécessite un apport extérieur au format proposé pour être compris. Ici, l'apport extérieur en question est apporté par le lien qui permet d'accéder à l'article intégral présent sur le site du média d'information.

De ce point de vue, nous pouvons considérer que la synthèse d'actualité est pensée tel un *teaser* de film, conçu pour susciter l'envie. Dans le cas de figure présent, l'envie de lire l'article dans sa globalité. L'exemple ci-dessous permet d'exemplifier ce qui vient d'être énoncé :

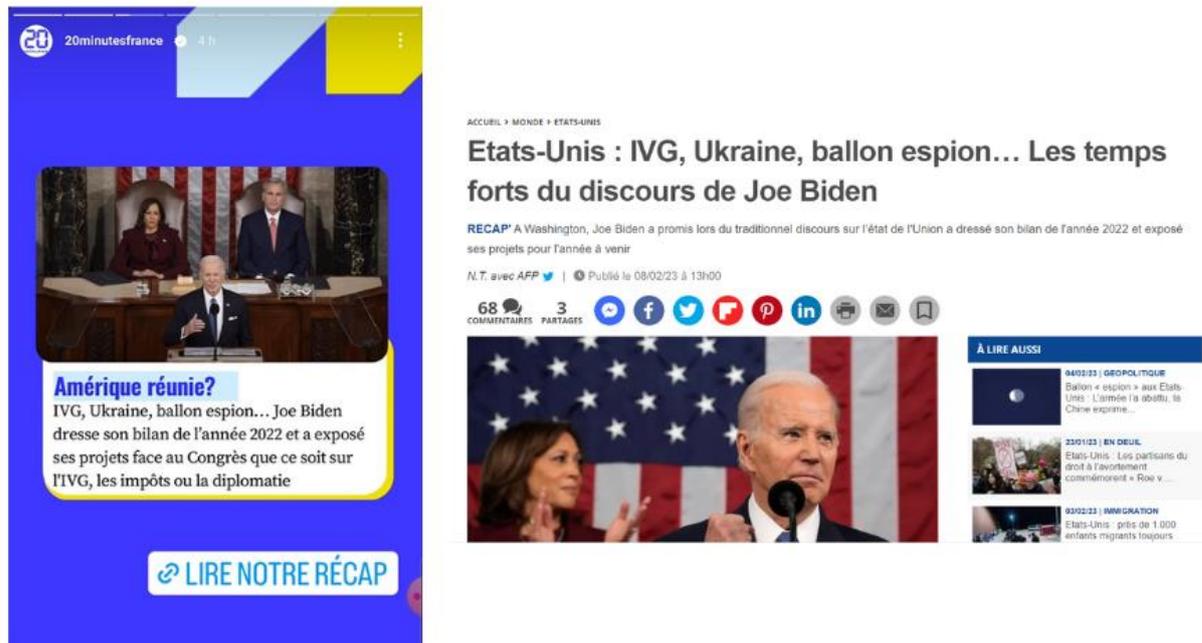


Figure 4. Extrait de la synthèse d'actualité sur Instagram de 20 minutes du 08/02/2023 et article associé présent sur le site

À la lecture de cette actualité, nous comprenons que cette dernière présente davantage les caractéristiques d'un appel à la lecture, tel un titre, que de réelles informations d'actualité. Les réponses au sujet du « bilan de 2022 de Joe Biden et ses projets » sont explicités dans un article (édité quelques heures plutôt) sur le site 20minutes.fr, accessible via le lien « lire notre récap ».

Bien que cette stratégie fût longtemps payante sur certains réseaux sociaux numériques, principalement Facebook et Twitter, nous nous posons aujourd'hui la question de sa légitimité sur Instagram. Les pratiques de consommation des publics ne sont plus les mêmes que celles d'il y a plusieurs années. Sur mobile, premier moyen d'accès à Instagram, les comportements de « grignotage de l'information » (Pignard-Cheynet & Dievoet, 2019) sont de mises. Dans le cas de 20 minutes, la synthèse d'actualité ne peut être « grignotée » si l'utilisateur est dans l'obligation de lire plusieurs articles dont le temps de lecture de chacun nécessite plusieurs minutes d'intention.

Bien que le format soit présenté comme « 02 minutes d'actu » (annexe 3) par le média d'information, le point venant d'être développé nous amène à nous demander si le format proposé relève bien d'une synthèse d'actualité ou s'il permettrait seulement de rediriger les publics vers d'autre contenu médiatique, comme un « teaser invitant à consulter l'intégralité du contenu » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019).

4. Entre promotion de contenus et redirections, un format qui découle de logiques économiques

4.1. 4 synthèses d'actualités différentes pour 4 modèles économiques différents

Après les constatations exprimées ci-dessus, nous avons voulu aller plus loin dans l'analyse des stratégies de redirection et d'autopromotion pour tenter de comprendre les motivations cachées derrière ce format. C'est en croisant les résultats obtenus dans la grille d'analyse du corpus (annexe 1) avec les logiques des financements des chaque média, évoquées en partie une de ce chapitre, que nous avons obtenue des réponses.

Pour rappel, Franceinfo et 20 minutes sont tous deux des médias traditionnels. Toutefois, l'un relève du domaine public et l'autre est un média d'information privé. Cette distinction va avoir une importance sur le financement. 20 minutes est, pour la majeure partie, financée par les annonceurs, c'est-à-dire que le média d'information monétise des espaces sur son site internet pour l'intégration de publicité. La gratuité de l'information, concept far de 20 minutes, est encore de rigueur aujourd'hui, si bien que le média d'information ne peut se passer des annonceurs. En résumé, pour conserver ses financements, le quotidien doit générer du trafic sur son site internet. Ainsi, nous comprenons désormais les raisons pour lesquelles 20 minutes use autant de la redirection à travers la synthèse d'actualité qu'il propose.

Franceinfo est financée à plus de 85% par la dotation publique, le reste provient des revenus générés grâce à la publicité notamment. On peut donc supposer que, contrairement aux autres médias d'information du corpus, le modèle économique est stable. Il est fort

probable que ce financement soit la raison pour laquelle Franceinfo n'a pas besoin de rediriger son audience vers un site ou un support tiers, d'autant plus que l'ensemble des programmes proposés sont accessibles gratuitement. Cela laisse à penser que, contrairement à 20 minutes, la synthèse d'actualité est pensée en premier lieu pour informer les publics.

Au sujet d'HugoDécrype, sur la période du 8 février et 10 mars 2023, nous avons observé une seule autopromotion de contenu, le 10 février (annexe 5). Sur la slide en question, que vous pouvez voir sur la figure 5 ci-dessous, figure un titre « nouvelle vidéo », le logo YouTube, la vignette de la chaîne YouTube ainsi que la vignette de la vidéo, mais aucun *call to action* (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019) ni déictique d'ostension (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019). Toutefois, malgré une présence numérique sur de nombreuses plateformes, la mise en avant d'un contenu sur YouTube n'a rien d'un hasard. La première source de revenus du média d'information provient de la monétisation de ces vidéos sur YouTube, raison qui peut expliquer que ce soit cette plateforme et pas une autre qui soit mise en avant dans la synthèse d'actualité.

Enfin, pour Brut, comme précisé dans le chapitre 3, le financement provient avant tout d'investisseurs privés. Toutefois, depuis peu, le média d'information bloque d'accès à un certain contenu en instaurant une logique de *paywall*. Ces contenus payants sont uniquement sur leur application Brut.Club (anciennement BrutX, le changement de nom a eu lieu le 2 mai 2023). Si l'on s'intéresse à notre corpus de vidéos, on constate que Brut a mentionné et promu 5 fois son application au cours de la période de récolte (annexe 4). Malgré une forte présence numérique sur d'autres supports de diffusion et plateformes, Brut a choisi de mettre en avant son application. Comme pour 20 minutes et HugoDécrype, la synthèse d'actualité jouerait un rôle de redirection et de pourvoyeuse d'audience.

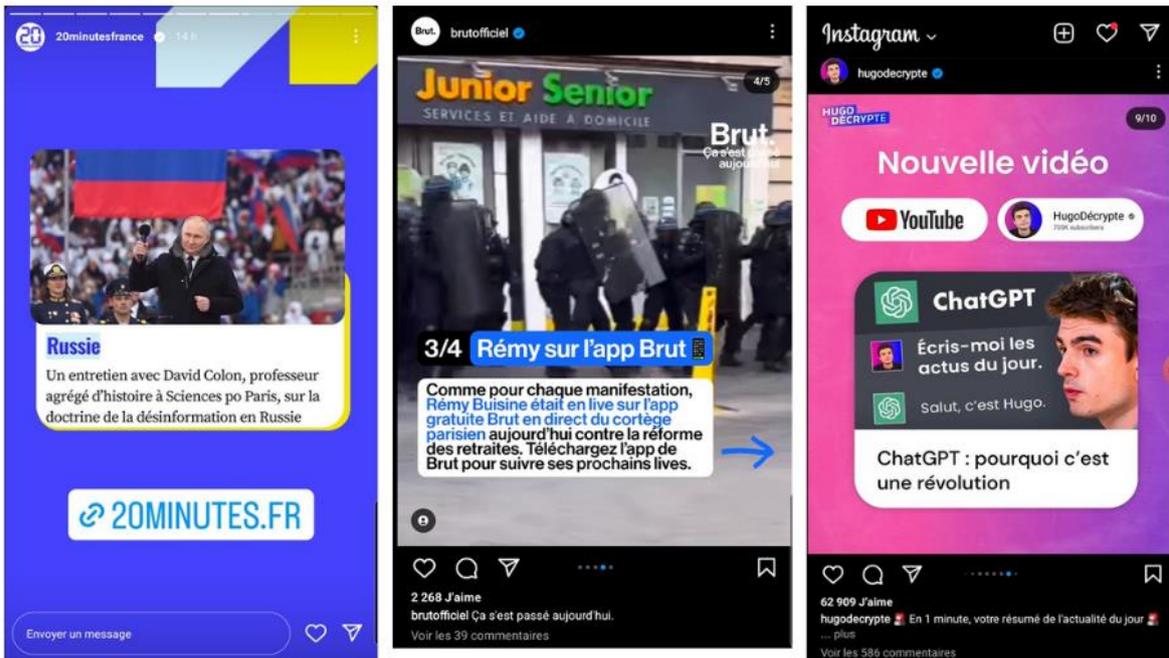


Figure 5. Stratégies de redirection et d'autopromotion de 20 minutes, Brut et HugoDécrypte

Néanmoins, il convient de ne pas faire de généralités ni de réduire la forme synthétique de l'actualité à un objet déployé dans le seul but de rediriger les publics vers des lieux stratégiques, d'un point de vue économique, pour les médias d'information. Franceinfo est l'exemple que cette réduction et ce raccourci ne peuvent être fait.

Conclusion du chapitre 3

Ainsi, il semblerait que l'éditorialisation de la synthèse d'actualité puisse être guidée, entre autres, par des logiques économiques propres à chaque média d'information. De ce point de vue, si on considère que les modèles de financements découlent eux-mêmes des origines du média d'information (médias traditionnels et *pure players*) on peut alors estimer que les origines du média d'information influencent la manière dont sont pensées, agencées et diffusées les médiatisations journalistiques (Rebillard, 2019) sur les réseaux socionumériques. La synthèse d'actualité, et donc plus généralement Instagram, est utilisée comme pourvoyeur d'audience (Mercier Arnaud & Pignard-Cheynel Nathalie, 2018) par les médias d'information.

Chapitre 4. Des pratiques informationnelles plurielles et une complémentarité entre les formats d'actualité

D'après de différents éléments cités précédemment dans ce mémoire, nous observons de nouvelles pratiques en faveur de la brièveté et de la durée « courte ». De ce constat, nous nous interrogeons sur l'avenir des formats « longs » de l'actualité. Par l'adjectif « long », nous entendons ici les formats dont la durée effective est plus longue que celle actuellement proposée par les synthèses de l'actualité, environ 1 à 2 minutes. Pour répondre à cette première question, des études seront mobilisées ainsi que des exemples concrets pour démontrer que non, les formats longs ne sont pas en déclin.

Dans une seconde partie de ce chapitre, nous apporterons des éléments de réponses à l'hypothèse en mettant en évidence des stratégies d'éditorialisation diverses selon les origines du média d'information. Pour cela, nous nous appuyerons sur notre corpus.

1. La fin des « longs » formats de l'actualité ?

1.1. Contextualisation et interrogations

Comme l'ont développé Jean-Bernard Cheymol et Sylvie Périneau, définir un format comme étant « long » ou « court » relève d'un « effet de prédicat » (Cheymol & Lochard, 2011). Nous tenons à réaffirmer ce point, car nous allons nous même faire usage de ces adjectifs pour une meilleure compréhension. Ces termes pour qualifier un format seront utilisés pour effectuer des comparaisons avec la synthèse d'actualité. D'après les données recueillies dans l'analyse du corpus, la durée de la synthèse d'actualité est d'environ 1 à 2 minutes (annexe 1). Ainsi, si l'on considère que la synthèse d'actualité est un format « court », relativement à un journal télévisé par exemple, les médiatisations dont la durée de lecture ou d'écoute est supérieure à 2 minutes seront considérées comme « long » et inversement, une durée inférieure à 1 minute qualifiera la médiatisation de « courte ». Toutefois, il est nécessaire de préciser que cette règle ne relève d'aucune réelle justification scientifique, l'objectif étant principalement de faciliter la compréhension. Un objet étant toujours « long » ou « court » au regard d'un contexte donné. Enfin, ce qui nous permet également de qualifier un format est les éléments sémantiques qui l'accompagnent, ou plus précisément, les rhétoriques utilisées par les médias d'information pour inculquer et produire

« des effets voulus sur autrui » (Alava et al., 2017), ce dernier point sera abordé plus en profondeur dans le chapitre 5.

Dans une société où tout semble s'accélérer, la course contre le temps devient une préoccupation autour de laquelle notre quotidien va s'organiser. Dans son ouvrage, « La Culture de l'Urgence », Nicole Aubert nous propose une réflexion sur le rapport au temps dans notre société, entre autres depuis l'intégration du smartphone dans nos habitudes :

Le processus « en flux tendu » s'applique aussi à la manière dont les individus sont contraints de gérer leur temps, dans un contexte où il s'agit en permanence de parer au plus pressé, où l'urgent l'emporte sur l'important et le temps de l'action immédiate sur celui de la réflexion. Nous avons vu comment les technologies de l'instantané contribuaient à entretenir l'urgence et même, parfois, à la susciter en créant des priorités souvent injustifiées. (N. Aubert, 2018b)

En croisant les réflexions de différents auteurs, notamment les propos qui portent sur les mutations des pratiques informationnelles sur les réseaux sociaux numériques, pouvant se caractériser par des « comportements compulsifs » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019), ainsi que le rapport au temps dans les sociétés hyperconnectées, nous nous sommes questionnés sur l'avenir des formats longs traitant de l'actualité. Ces derniers sont-ils appelés à disparaître ? Les publics sont-ils encore enclins à accorder du temps à des contenus qui ne pourraient être consommés dans les « interstices du quotidien » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019) ?

1.2. Contexte de visionnage et usage du mobile

D'après une étude de Kantar Public onepoint pour le compte La Croix publiée 2022, dont les données ont été récoltées par entretien auprès d'un échantillon de plus de 1 000 personnes sur la période du 5 au 11 janvier 2022, les Français seraient 32% à s'informer en premier lieu sur internet, 22% si l'on inclut uniquement l'accès via le smartphone (exclusion de la tablette et de l'ordinateur). La télévision reste le premier support d'accès à l'information d'actualité avec 48% d'utilisation. Pour ceux s'informant en premier via internet, les réseaux socionumériques sont la principale source d'information pour 26% des interrogés, une hausse de 6 points de pourcentage par rapport à l'année 2021. Les résultats de l'étude sont disponibles à l'adresse www.kantarpublic.com.

Par ailleurs, d'après le Digital News Rapport publié en 2022 par l'Institut Reuters, pour l'ensemble des Français qui s'informent sur internet, l'usage du smartphone s'est considérablement développé, de seulement 23% en 2013 à 66% en 2022, soit une hausse de 43 points de pourcentage l'espace de 10 ans (Anthéaume, 2022).

Dans le cadre de ce mémoire, notre recherche repose sur le recueil de médiatisations récoltées sur Instagram, mais aussi TikTok. À la différence d'autres réseaux sociaux tels que Facebook ou encore Twitter, les deux infomédiaires étudiés intègrent des logiques *mobile first*, cela signifie que les contenus et leurs diffusions sont pensés et structurés pour un visionnage sur smartphone. Si l'on revient aux valeurs intrinsèques de ce support, à savoir la mobilité principalement, l'objet se présente comme déterminant dans l'étude des pratiques de consommation. Ce point est souligné par Nathalie Pignard-Cheynel et Lara Dievoet qui déclarent que :

Le mobile conduit à des formes de consommation d'information nombreuses, fragmentées, brèves et même parfois fortuites. Le smartphone se glisse en quelque sorte dans les interstices de la vie quotidienne et dans un continuum avec d'autres activités (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019)

D'après les éléments venant d'être énoncés (démocratisation des usages sur smartphone dans l'accès au contenu d'information et consommation de l'information par « micro-connexion »), les synthèses d'actualité et plus généralement de médiatisations de courtes durées seraient de plus en plus plébiscitées par les mobinautes. Si l'on considère que les médias d'information adaptent leur stratégie d'éditorialisation aux pratiques des publics visés alors, potentiellement, les formats longs seraient voués à s'effacer peu à peu au profit de la brièveté. Or, cette hypothèse qui avait été proposée aux prémices de ce mémoire a été infirmée au cours des recherches sur le sujet. Les conclusions vis-à-vis de cette hypothèse sont explicitées dans le point suivant.

1.3. Du court au long et inversement

Bien que le smartphone (outil qui favorise la consommation de contenu de courte durée) soit incontestablement ancré dans les habitudes, il n'en demeure pas moins que la télévision reste LE support de prédilection en 2023. Bien que le smartphone gagne un peu plus de terrain chaque année, il semblerait que les Français soient restés fidèles au média

traditionnel. Dans le cas présent, une association est faite entre la télévision et les contenus de longue durée, et ce par rapport au Journal Télévision. Nous sommes conscients que ce raccourci peut influencer notre regard sur ce support de diffusion, toutefois nous tenons à réaffirmer qu'il existe également de formes brèves et de courtes durées proposées à la télévision. Encore une fois, l'objet étudié, la synthèse d'actualité sur Instagram, est mis en contexte et comparé au journal télévisé. Par ailleurs, les consommations de contenus d'actualité à la télévision ne sont pas soumises, ou bien moins, aux pratiques de « grignotage de l'information » (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019) qui ne se caractérisent par des usages courts et répétés. Ainsi, c'est également au regard de cette distinction entre les pratiques, caractérisées de courtes ou longues, que nous nous permettons ce raccourci.

Lors d'une table ronde organisée par France Inter en mars 2023, le journaliste Éric Fottorino a déclaré au sujet des synthèses d'actualité « Je pense que c'est complémentaire, c'est-à-dire que cette capacité à faire un résumé est utile » (France Inter, 2023). Dans cette citation, nous allons nous arrêter sur le terme de « complémentarité ». D'après les résultats soulevés par le biais de l'analyse de notre corpus, nous avons établi des liens entre les redirections et promotions de contenus et les logiques de financements des médias d'information. Dans le prolongement de cette analyse, nous avons constaté que l'ensemble de ces redirections pointaient vers des productions dont la durée de lecture ou de visionnage est supérieure à celle de la synthèse de l'actualité. Nous supposons alors que les formats « longs » susciteraient encore l'intérêt des publics. Par ailleurs, depuis l'émergence des réseaux sociaux numériques des formats natifs du web « longs » ont vu le jour, comme les *lives*, une fonctionnalité proposée par Facebook et qui a contribué à la réputation de Brut.

Si nous prenons l'exemple de TikTok, la plateforme de partage de vidéo créée en 2016, le principe initial était la diffusion de vidéo dont la durée ne pouvait excéder les 15 secondes. Au fil du temps la durée s'est rallongée, passant de 1 minute à 3 et maintenant 10 minutes. Le 1^{er} mars 2022, Le Monde édite un article intitulé « TikTok autorise les vidéos de dix minutes » dans lequel il est écrit :

« Le réseau social TikTok va permettre à ses utilisateurs de poster des vidéos d'une durée maximale de dix minutes, contre trois jusqu'ici, une initiative le plaçant en concurrence plus directe avec son rival YouTube. Cette décision intervient huit mois après un premier relèvement du plafond historique d'une minute à trois minutes. » www.lemonde.fr

D'après cette citation, le rallongement de la durée est proposé pour concurrencer YouTube. La concurrence est un phénomène qui intervient dans un contexte où la demande (les publics) est présente, de manière suffisamment importante pour pousser de nouveaux acteurs à investir le marché dans l'objectif de truster l'audience. Ainsi, si YouTube, figure dans la diffusion de vidéo de longue durée, est concurrencé pour de nouveaux acteurs, cela laisse penser que l'intérêt des publics pour les longs formats est toujours bel et bien présent. Instagram a également choisi de rallonger le temps des stories, de 15 secondes à 1 minute. En parallèle, YouTube propose une nouvelle fonctionnalité, les « YouTube Shorts » en 2021. Ce format vidéo de 60 secondes maximum a été conçu dans l'optique de concurrencer TikTok.

Ainsi, ces exemples démontrent qu'il existe des dynamiques transversales, du court vers le long et inversement, du long vers le court.

1.4. L'extension des pratiques éditoriales

La synthèse de l'actualité étudiée dans le corpus relève de la brièveté au sens de Sylvie Périneau, car la forme repose sur un principe de condensation. C'est un « fragment » (Périneau et al., 2019), qui a fait l'objet d'un processus au cours duquel l'information a été sélectionnée et hiérarchisée au regard d'un objet associé plus complet et détaillé, et dont le sujet est abordé plus en profondeur.

Pour Franceinfo et 20 minutes, les formats « longs » desquels découlent les synthèses d'actualités proviennent de contenu de leur rédaction. Ces deux médias traditionnels ont une expérience bien plus importante dans les productions journalistiques que Brut et HugoDécrypte. Ils ont connu les débuts d'internet et ce sont développés et adaptés à ce dernier. Dans cette logique, ils possèdent tous deux des sites internet sur lesquelles sont centralisés l'ensemble des contenus, c'est le cœur de leur production. Cela est réaffirmé par les stratégies de redirection de 20 minutes développées plus haut.

En revanche, les pure players, qui ont émergé avec la logique de réseaux sociaux numériques, ne possèdent pas de site internet aussi fourni. Ces propos sont à nuancer pour Brut, car, l'activité sur leur site internet est importante, toutefois, son audience l'a connu avant tout par l'intermédiaire des réseaux sociaux numériques et elle se concentre sur ces derniers. HugoDécrypte, quant à lui, a fait le choix de ne partager aucun contenu d'actualité sur son site, seul des informations concernant les adresses, contacts et lien vers

les réseaux sociaux y sont indiqués. On pourrait donc qualifier ce média d'information de *pure players* des réseaux sociaux étant donné que les contenus sont partagés uniquement via ces derniers.

Ces logiques ne permettent pas à HugoDécrypte, de proposer des synthèses constituées de ses propres sources, il est donc un agrégateur de contenu des productions journalistiques des médias traditionnels, du moins en ce qui concerne ce format. Pour Brut, il est difficile d'obtenir une réponse à cette question, raison pour laquelle nous ne préférons pas nous avancer de trop. Ainsi, certaines synthèses de l'actualité ne peuvent exister que par les biais des médias traditionnels et de leur production journalistique (d'après les sources citées par HugoDécrypte, ce dernier s'appuierait presque uniquement sur des médias historiques pour produire la synthèse d'actualité). Cette dépendance permet de mettre en exergue l'importance des formats « longs » traitant de l'actualité.

Enfin, Sylvie Péreineau démontre que la brièveté audiovisuelle n'est pas apparue avec internet ou les logiques de « plateformes » (Bullich, 2021) bien qu'elles aient participé à leurs expansions, ce sont des formes historiques pour lesquelles les publics ont toujours eu un attrait. Pour Meynard et Vernadakis « Les formes longues coexistent avec les formes brèves » (Meynard & Vernadakis, 2020). Ainsi, l'engouement pour la brièveté des formats synthétiques de l'actualité n'entraînerait la disparition des formats longs de l'actualité, tel que le journal télévisé. Toutefois les médias d'information doivent adapter leur pratique éditoriale et de diffusion pour répondre aux mutations des pratiques informationnelles, et ce, sans pour autant faire l'impasse sur les anciennes pratiques. Raison pour laquelle on parle alors d'extension et non soustraction. Cette logique est en lien avec ce que Benoit Lafon a nommé « l'extension du domaine médiatique » (Lafon, 2017). Ce phénomène permet de montrer que l'arrivée d'un nouveau modèle (celui des médias de propagation) n'entraîne pas la fin de l'ancien modèle (celui des médias de diffusion), mais que le domaine médiatique est une co-construction et une « articulation » entre plusieurs modèles.

Si l'on considère que le modèle initié médias de propagation (« nouveaux médias » et *pure players*) se caractérise par la rapidité, l'instantanéité et des pratiques de consommation informationnelle relevant du « *fast* » et donc de manière globale un modèle lié à l'adjectif « court » et n'en demeure pas moins que celui de la diffusion (médias traditionnels) est toujours présent dans nos sociétés. Bien qu'ils ne soient plus autant plébiscités qu'au temps de « l'âge d'or » de la télévision, le journal télévisé reste leader dans de relaie

l'information d'actualité. Toujours d'après l'étude de Kantar Public onepoint pour le compte La Croix publiée 2022, 35% des interrogés déclarent s'informer quotidiennement par les journaux télévisés, les réseaux sociaux numériques sont loin derrière avec seulement 6%.

2. Des liaisons entre les différents formats de l'actualité

2.1. Logiques de programmation

Lors de la récolte des contenus audiovisuels de notre corpus, nous avons eu l'occasion de relever la diffusion de divers formats d'actualité autres que la synthèse. D'après nos observations, il existerait des logiques de programmation sur les réseaux sociaux numériques, comme c'est le cas pour la télévision.

Avant d'aborder les logiques de programmation, nous allons dans un premier temps situer le format bref de l'actualité. Pour exemplifier notre propos, nous allons nous appuyer sur les travaux d'Isabella Pezzini l'ouvrage « Les formes brèves audiovisuelles, Des interludes aux productions web ». Dans le cadre de la brièveté audiovisuelle, l'auteure nous présente les évolutions du *trailer* (bande-annonce de film). D'après ses propos, les synthèses d'actualités proposées par Franceinfo, Brut et 20 minutes s'apparenteraient davantage aux anciens *trailers* de film, fortement ancrés dans des stratégies de condensation. Isabella Pezzini explique qu'à l'époque « on cherchait à synthétiser l'histoire racontée en présentant certaines scènes cruciales prélevées du texte du film » (Pezzini, 2019). En revanche, la synthèse d'actualité de 20 minutes pencherait plutôt vers le *trailer* moderne, car cette dernière ne présente qu'une partie des informations, l'objectif étant « de créer du désir et de l'attente » (Pezzini, 2019). Par exemple, sur l'une des actualités du 10 février, 20 minutes affirment que « 5 profils » sont pressentis pour remplacer Corinne Diacre, cependant, aucune information supplémentaire n'est donnée et le titre de l'actualité, « Qui ? », invite à cliquer sur le lien pour connaître les noms. Ce point rejoint ainsi les idées développées dans la partie 3.2 du chapitre 3 sur les finalités de la synthèse de l'actualité de ce média d'information.

D'une certaine manière, la synthèse d'actualité peut être mise en relation avec le *trailer* d'un film. Pour aller plus loin dans la réflexion, si l'on considère que le *trailer* est comparable à la synthèse de l'actualité, le film représenterait le journal télévisé ou bien l'article dans lesquels le sujet est approfondi, et enfin, le *teaser* (format d'une durée encore plus courte que le *trailer*) serait associé aux formats souvent nommé ; alerte info, *flash info*

ou *breaking news*. Ainsi, ces trois formats font tous appel à un même sujet, mais pour autant, leurs finalités ne sont pas les mêmes. Ils s'articulent et se complètent dans un modèle éditorial. Sylvie Péryneau explique que :

Sur France 2, par exemple, le Frash Info est produit avec un doublage sourd et malentendant et un sous-titrage ; il promet par ailleurs une information concentrée. Pour autant, ce flash ne fait pas doublon avec le journal télévisé, notamment parce qu'en s'assignant aussi ces destinataires, il remplit sa mission de service public. (Péryneau et al., 2019)

Toutefois, contrairement à modèle du flot où les productions audiovisuelles sont régies par une grille de programmation, sur Instagram, il semblerait que les contenus journalistiques ne soient pas organisés par une grille, mais dans des « pratiques de programmation » (Péryneau et al., 2019). Dans les grilles descriptives du corpus (annexe 2,3,4,5) et dans la grille d'analyse (annexe 1), on peut observer que les synthèses d'actualités sont publiées dans des créneaux horaires plus ou moins fixes qui, comme pour la télévision, sont des horaires où la visibilité sera plus grande. Néanmoins, il est nécessaire de préciser que les horaires présentés dans le tableau sont approximatifs, une marge de 2 heures d'erreur est à prendre en compte (beaucoup de réseaux sociaux numériques n'indiquent pas l'heure exacte de publication, dont Instagram).

2.2. Médias traditionnels et pure players, des stratégies de diffusions différentes

On remarque que les médias traditionnels intègrent de logiques d'éditorialisation et de diffusion de contenu qui suivent un cheminement. Pour Franceinfo et 20 minutes, on observe des schémas récurrents composés d'« Alerte info », d'une actualité synthétisée ainsi qu'un article plus approfondi. Les deux premiers formats, ce que l'on pourrait qualifier de « bref » ou « court » sont publiés en story sur Instagram tandis que le troisième, le format « long » se situe uniquement sur le site. En ce qui concerne les publications permanentes, nous ne retrouvons pas de formats longs non plus, seulement de publications brèves qui font échos aux informations déjà mentionnées en story. Nous n'avons pas vérifié pour l'ensemble des actualités, donc nous ne pouvons pas affirmer cela avec certitude. D'autre part, tous les sujets ne font pas l'objet d'une publication sous le format « Alerte info ». Ci-dessous un

exemple de schéma récurrent dans l'éditorialisation de contenu pour Franceinfo et 20 minutes :

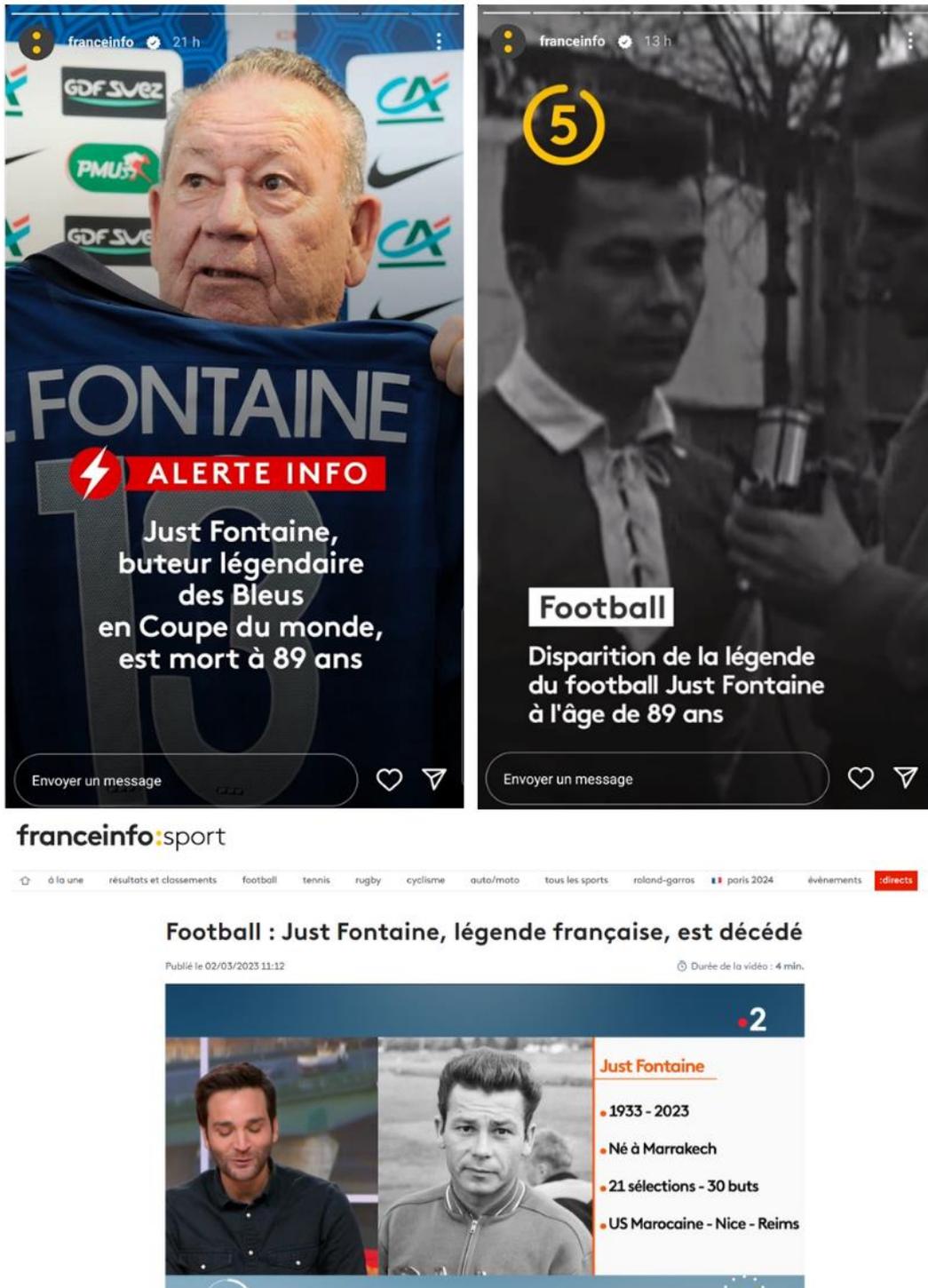


Figure 6. Formats « Alerte info », synthétique (sur Instagram) et article long (sur le site) de Franceinfo



Figure 7. Formats « Alerte info », synthétique (sur Instagram) et article long (sur le site) de 20 minutes

Les schémas récurrents, si tentés qu'il y en ait, sont plus complexes à identifier pour les *pure players* du corpus. Pour HugoDécrypte, le « positionnement identitaire » (Périneau et al., 2019) place la synthèse de l'actualité au centre de la stratégie éditoriale, si bien que

les formats longs ne sont pas aussi présents en comparaison aux médias traditionnels. Pour Brut, les logiques éditoriales sont bien plus complexes à identifier et ces dernières ne semblent pas stabilisées. Parmi l'ensemble du corpus, Brut est le seul dont la présentation du format a été modifiée (puis est revenue au stade initial 3 jours après) au cours de la période de récolte des contenus.

Pour ces raisons, nous porte à croire que le format synthétique de l'actualité proposé par les médias traditionnels s'intègre dans des logiques d'éditorialisation et de programmation plus poussée que celle des pure players.

Conclusion du chapitre 4

Pour conclure ce chapitre, nous dirons que non, les formats longs traitant de l'actualité ne sont pas voués à disparaître, du moins en France, pas dans l'immédiat. L'ensemble des études menées à ce sujet s'accordent sur ce sujet. Par ailleurs, on observe également des exemples qui démontrent que les contenus longs sont à l'heure actuelle, encore plébiscités sur les réseaux sociaux numériques. Ainsi, le format qu'il soit « court » ou « long » dépend avant toute chose du contexte dans lequel la consommation va d'effectuer.

Pour répondre à notre hypothèse de départ, on peut également affirmer qu'il existe, dans une certaine mesure, des logiques de complémentarité entre les productions journalistiques. Toutefois, cela est à nuancer, car il semblerait que cela dépend des médias d'information et de leur origine. Sans trop nous avancer pour éviter de faire de généralité ; les médias traditionnels, de par leur stratégie de diffusion multicanal et leur logique de financements semble davantage développer des complémentarités entre les différents formats qu'ils proposent. Les *pure players* quant à eux, en raison de la concentration exclusivement sur des plateformes numériques et leur financement n'adoptent pas les mêmes logiques. Néanmoins, cela est à nuancer pour Brut qui tente de rédiger son audience vers son application *freenium*, Brut.Club.

Conclusion de la partie 2

Cette partie a permis de mettre en évidence l'influence qu'exercent les logiques économiques propres à chaque média d'information sur le format synthétique de l'actualité. Qu'ils soient traditionnels ou *pure players*, l'éditorialisation de la synthèse de l'actualité est traversée par des logiques de construction similaires entre tous les médias d'information, mais également distinctes.

Sur Instagram, le format synthétique de l'actualité peut intégrer des outils de redirection vers des contenus financièrement plus intéressants pour les médias d'information.

Partie 3

-

Enjeux de visibilité ; Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte adaptent-ils le format synthétique de l'actualité sur Instagram au regard de pratiques de consommation informationnelles ?

Pour cette dernière partie, nous nous focaliserons sur la notion de la temporalité pour analyser la manière dont cette dernière se décline dans le format synthétique de l'actualité. Par ailleurs, pour répondre à notre hypothèse, nous tenterons de savoir l'éditorialisation de ce format qui respecte bien les pratiques de consommation observées sur les réseaux sociaux numériques. En outre, l'objectif est de découvrir si les médias d'information étudiés dans le cadre de ce corpus répondent bien aux horizons d'attentes de leur public.

Chapitre 5. Le temps comme paramètre qui guide la construction de la forme synthétique de l'actualité sur Instagram

Dans ce chapitre, nous présenterons la manière dont la notion de temps est mobilisée et mise en avant par les médias d'information du corpus. Puis, dans la lignée de ce premier questionnement, nous prendrons l'exemple de 20 minutes pour démontrer que le contrat de communication (Croissant, 2022) n'est pas toujours respecté au travers de ce format.

1. La sémiologie du temps

1.1. Des éléments de réassurance et d'accompagnement

Suite à un visionnage exhaustif (A. Aubert, 2021) de l'ensemble de notre corpus et d'après les résultats obtenus de la grille d'analyse (annexe 1), nous avons relevé une logique transversale à toutes les synthèses de l'actualité ; celle de la temporalité. Il semblerait que la notion de temps soit, en effet, mise en avant dans toutes les productions.

D'une première part, dans la manière de présenter et désigner le format en introduction ; Franceinfo annonce qu'il s'agit du "récap du jour", 20 minutes indique "02 minutes d'actu - Récap de la journée", Brut titre "Ça s'est passé aujourd'hui" et HugoDécrypte quant à lui écrit "Les 5 actu du (jour)/(mois)" suivi en description de la mention "En 1 minute, votre résumé de l'actualité du jour" ou "Votre récap de l'actu du jour en 1 min". Pour trois d'entre eux, Franceinfo, Brut et HugoDécrypte, la date du jour apparaît. L'affichage de la date permettrait de rassurer quant à la dimension nouvelle, "fraîche" des informations, tandis que les termes "récap", "aujourd'hui", "minute", etc., à mi-chemin entre le champ lexical du temps et du court permettraient de capter l'attention des utilisateurs, qui rappellent-le, consomment régulièrement de l'information en "snack" sur les réseaux

socionumériques. Nous pouvons les associer à des “effets de prédicats” (Cheymol & Lochard, 2011). Jean-Bernard Cheymol on dit la chose suivante :

L’émission brève pourrait alors être perçue par le téléspectateur comme une source de gain de temps, particulièrement précieuse pour l’individu contemporain obsédé par les risques de perte. (Cheymol & Lochard, 2011)

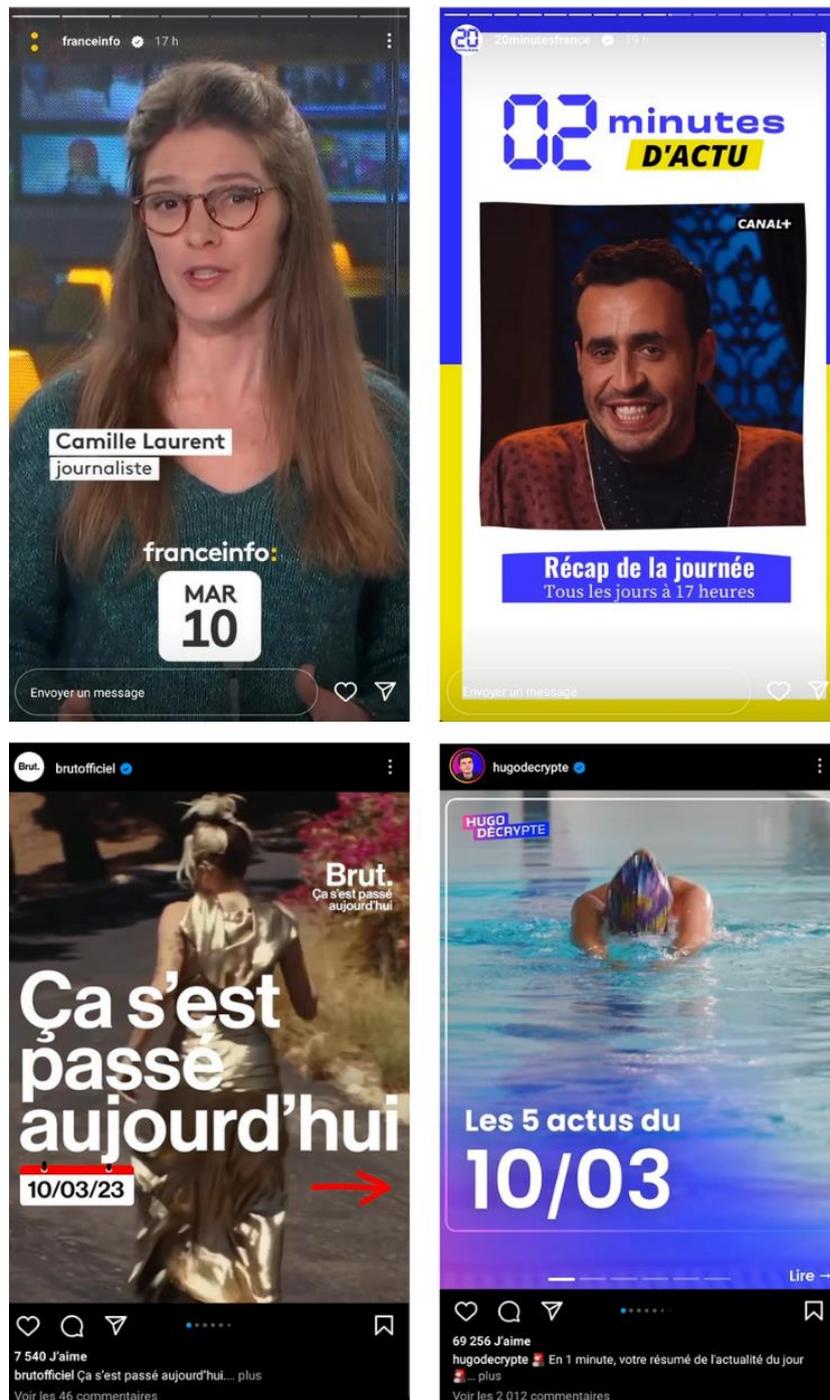


Figure 8. Introductions synthèses d’actualité du 10/03/2023 du Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte

Dans la continuité, ce sont les éléments visuels qui nous ont interpellés. Nous distinguons deux types ; les décomptes de temps et les niveaux d'avancement ou barres d'état. Franceinfo indique le numéro d'actualité accompagnée d'un décompte visuel, Brut indique l'avancement par une numérotation et HugoDécrypte affiche une barre d'avancement à 6 niveaux (l'introduction et les 5 actualités) en bas de l'écran. Seul 20 minutes n'utilise pas de ces outils. Nous supposons que ces éléments permettent de rassurer les publics quant à l'avancement dans la lecture, bien que nous n'ayons pas pu démontrer cela scientifiquement, c'est la sensation que cela apporte. En ce sens, ces assurances pourraient aider, non pas à capter l'attention comme les premiers éléments, mais à retenir l'attention tout au long de la lecture.

De surcroît, en ce qui concerne les publications permanentes, Brut et HugoDécrypte, des "aspérités visuelles" (Pignard-Cheynel & Dievoet, 2019) permettent de se repérer dans la synthèse de l'actualité. Des flèches sont affichées à l'écran, parfois accompagnées de verbe d'incitation à l'action comme "lire", pour indiquer un geste de "swipe" à effectuer par les utilisateurs. En revanche, ces recommandations ne sont pas présentes pour Franceinfo et 20 minutes, car la publication en story automatise le carrousel.

Plus l'attention et l'interaction portées envers une publication est importante en termes de durée, plus l'algorithme d'Instagram fera remonter la publication. Ainsi capter et retenir l'attention permettraient d'offrir plus de visibilité à un contenu et à un compte de manière générale car. Plus nous accordons de temps aux contenus d'un compte, plus celui-ci nous sera recommandé. De la sorte, l'utilisation d'éléments sémantiques et de rhétoriques liés à la notion de temps ou de court/ rapidité serait des stratégies déployées pour les médias afin de créer des "effets voulus sur autrui" (Alava et al., 2017).

1.2. Le contrat de communication

Quand un utilisateur est confronté à des contenus, même par "exposition accidentelle" (Mercier Arnaud & Pignard-Cheynel Nathalie, 2018) comme cela peut souvent se produire sur les réseaux sociaux numériques, il porte en lui des "horizons d'attente" (Croissant, 2022). Concernant la synthèse de l'actualité, en relation avec ce qui a été énoncé précédemment, l'individu s'attend à recevoir les actualités de la journée de manière

condensée. Bien que nous n'ayons mené aucune enquête auprès de la réception, nous supposons que pour la synthèse de l'actualité de Franceinfo, Brut et HugoDécrypte les attentes sont respectées. En revanche, si nous reprenons les propos développés précédemment dans ce mémoire, nous pouvons émettre des doutes sur l'efficacité de la stratégie éditoriale de 20 minutes.

Le premier point que nous avons soulevé porte sur les actualités proposées par le média d'information 20 minutes. Dans une synthèse d'actualité quotidienne, chaque information doit être à propos de ladite journée, c'est-à-dire des actualités dites "chaudes", comme le proposent plus souvent Franceinfo, Brut et HugoDécrypte. Toutefois, lors du visionnage des contenus et de leur report dans le tableau (annexe 3), nous avons remarqué un décalage entre les actualités proposées et leur temporalité. Par exemple, le 15 février l'actualité "L'argent ne dort jamais", le 16 février l'actualité "La fatigue" et le 17 février l'actualité "Fauteuil rouge", dont vous pouvez voir le descriptif ci-dessous, ne peuvent être considérées comme des actualités "chaudes".



Figure 9. Exemples d'actualité proposées par 20 minutes

Il est vrai que les 3 autres médias d'information du corpus ont, à certains moments, proposé des actualités qui ne concernent pas la journée en question. Cependant, comme évoquées précédemment, les informations mises en avant par 20 minutes ne sont que partielles et ne sont pas "autonomes" (Périneau et al., 2019) sans la lecture de l'article associé, comme précisé dans la partie 2 de ce mémoire. Ainsi, les horizons d'attentes ne

seront pas respectés également de ce point de vue ci, car l'utilisateur n'accédera pas non plus à l'actualité dans une temporalité de 2 minutes comme énoncé en introduction.

Enfin, notre dernière remarque portera sur le fait que le média d'information annonce en introduction une publication "chaque jour" or, d'après nos observations, le format n'est pas proposé le week-end (annexe 3).

En nous appuyant sur les remarques venant d'être énoncées, nous présumons que vis-à-vis de la synthèse d'actualité proposée par 20 minutes, les horizons d'attente, et donc plus largement, le contrat de communication (Croissant, 2022) n'est pas respectés. De manière générale, on peut alors dire que la forme (la durée effective réelle) de la synthèse d'actualité proposée ici, répond aux critères des pratiques informationnelles sur les réseaux sociaux numériques toutefois, si l'on prend en compte le fond, c'est à dire l'information en elle-même, cela ne respecte pas les logiques de la synthèse et du format "concis" (Cheymol & Lochard, 2011).

Conclusion de la partie 3

L'ensemble des éléments issus de la sémiotique du temps démontrent que le gain de temps est en effet une centrale dans la synthèse de l'actualité sur Instagram. Sa mise en avant répétée par les médias d'information démontre qu'elle pour but d'attirer l'audience. Bien que cette stratégie soit partagée par Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte, elle n'est pas pour autant respectée jusqu'au bout par tous. L'exemple de 20 minutes démontre qu'il existe des degrés différents dans l'éditorialisation d'un contenu synthétique. Ainsi, si l'on reprend des idées développées par Sylvie Périneau et Jean-Bernard Cheymol, la synthèse d'actualité de 20 minutes relèverait davantage du format « court » que d'une véritable forme de brièveté. Par conséquent, nous supposons que dans ce cas, les horizons d'attente des publics ne seraient pas respectés.

Conclusion

Pour conclure cette fin d'analyse, nous allons commencer dans un premier temps par répondre aux hypothèses proposées pour la problématique « Entre enjeux de production et de diffusion, comment les médias d'information adaptent leur contenu sur les réseaux sociaux numériques ? L'exemple des formes brèves de l'actualité sur Instagram, un format qui répond à des stratégies éditoriales. ».

Tout d'abord, les origines des médias d'information, du moins ceux étudiés dans le cadre du corpus, influenceraient bien les stratégies éditoriales de la synthèse de l'actualité sur Instagram. Nous supposons, par exemple, que si 20 minutes a choisi une diffusion par le biais des stories, c'est pour y incorporer des liens qui permettent d'être redirigé vers son site internet, c'est-à-dire là où repose sa source de financement première.

Concernant les stratégies de complémentarité entre les formes brèves de l'actualité et d'autres formats. À l'heure actuelle le résultat de cette hypothèse est à nuancer. D'après nos observations, les médias traditionnels auraient en effet des logiques de programmation entre les différents formats. Toutefois, ce n'est pas toujours clairement affiché, comme c'est le cas pour Franceinfo qui ne semble pas vouloir rediriger son audience vers des formats plus longs. Pour les *pure players* Brut et HugoDécrypte, ils ne semblent pas faire usage de stratégies de complémentarité. Cependant, nous trouvons ici des limites à notre enquête en n'ayant pas inclus dans notre corpus les autres plateformes et supports de diffusions utilisés par ces médias d'information.

Enfin, pour la dernière hypothèse qui porte sur l'adaptation aux pratiques informationnelles sur Instagram au regard du format synthétique de l'actualité, il semblerait en effet que les stratégies soient orientées en ce sens. Néanmoins, l'exemple de 20 minutes montre qu'il existe des failles dans ces dernières. Le format est conçu pour appeler les publics enclins à visionner un « Récap de l'actu » comme le titre le format, mais pour autant, celui-ci ne répond pas véritablement aux critères principale de la brièveté selon Jean-Bernard Cheymol, à savoir la capacité de proposer un contenu concis. N'ayant pas mené d'enquête auprès de la réception, nous ne pouvons que constater et non affirmer ce résultat.

Bibliographie

Alava, S., Najjar, N., & Hussein, H. (2017). Étude des processus de radicalisation au sein des réseaux sociaux : Place des arguments complotistes et des discours de rupture. *Quaderni. Communication, technologies, pouvoir*, 94, Article 94. <https://doi.org/10.4000/quaderni.1106>

Alexis, L. (2019). Vivre le « tournant numérique ». Retour sur la délinéarisation du magazine culturel Des mots de minuit. *Télévision*, 10(1), 143-161. <https://doi.org/10.3917/telev.010.0143>

Anthéaume, A. (2022, juin 15). *France*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/France>

Aubert, A. (2021). Les vidéos d'information diffusées sur les réseaux sociaux numériques : dire la société via les métriques de consultation. Une étude de cas à partir des vidéos du média Brut. *Questions de communication*, 40(2), 257-282. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.27020>

Aubert, N. (2018a). Chapitre 1. Urgence et instantanéité : Les nouvelles mesures du temps. In *Le Culte de l'urgence* (p. 29-53). Flammarion. <https://www.cairn.info/le-culte-de-l-urgence-la-societe-malade-du-temps--9782081228740-p-29.htm>

Aubert, N. (2018b). Chapitre 3. L'homme à flux tendu. In *Le Culte de l'urgence* (p. 73-97). Flammarion. <https://www.cairn.info/le-culte-de-l-urgence-la-societe-malade-du-temps--9782081228740-p-73.htm>

Bigey, M., & Simon, J. (2018). *Chapitre 2. Analyse des discours d'escorte de communication sur Twitter : Essai de typologie des tactiques d'accroches et de mentions*. 55. <https://doi.org/10.4000/books.editionsmssh.11087>

Bullich, V. (2021). Plateforme, platformiser, platformisation : Le péril des mots qui occultent ce qu'ils nomment. *Questions de communication*, 40(2), 47-70. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.27413>

Bullich, V., & Schmitt, L. (2019). Chapitre 1. Socio-économie des médias : Analyser les stratégies de production-valorisation. In *Médias et médiatisation* (p. 19-46). Presses universitaires de Grenoble. <https://doi.org/10.3917/pug.lafon.2019.01.0019>

Charon, J.-M., & Le Floch, P. (2011). *La presse en ligne*. La Découverte. <http://www.sudoc.abes.fr/cbs/xslt//DB=2.1/SET=3/TTL=1/SHW?FRST=2>

Cheymol, J.-B., & Lochard, G. P. (2011). *La brièveté télévisuelle : Le cas des émissions sur les arts plastiques*. L'Harmattan.

Croissant, V. (2022). Les publics de l'information en ligne : « faire public » au temps de l'information par les réseaux socio-numériques. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 23/1(1), 129-141. <https://doi.org/10.3917/enic.032.0129>

Damome, É. (2020). PIGNARD-CHEYNEL, Nathalie et VAN DIEVOET, Lara, 2019. Journalisme mobile. Usages informationnels, stratégies éditoriales et pratiques journalistiques. Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur. *Communication & Organisation*, 58(2), 135-138. <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.9501>

Fourquet-Courbet, M.-P., & Courbet, D. (2009). Analyse de la réception des messages médiatiques Récits rétrospectifs et verbalisations concomitantes. *Communication & langages*, 161(3), 117-135. <https://doi.org/10.4074/S033615000900310X>

Germain, S., & Alloing, C. (2022). Engager, cliquer, liker. L'éditorialisation des contenus journalistiques sur les plateformes numériques. *Quaderni*, 19-38.

Lafon, B. (2017). Médias sociaux : L'extension du domaine médiatique par l'industrialisation du relationnel. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 17/3A(S1), 53-64. <https://doi.org/10.3917/enic.hs4.0053>

Lafon, B. (2019). *Médias et médiatisation : Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*. Presses universitaire de Grenoble. <https://www.cairn.info/medias-et-mediatisation--9782706142802.htm>

Lombardo, P., & Wolff, L. (2020). Cinquante ans de pratiques culturelles en France. *Culture études*, 2(2), 1-92. <https://doi.org/10.3917/cule.202.0001>

Lyubareva, I., & Marty, E. (2022). Vingt-cinq ans d'information en ligne : Une exploration des transformations structurelles des médias. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 23/1(1), 5-14. <https://doi.org/10.3917/enic.032.0005>

Mansour, D. (2014). Sylvie Péreineau, dir., Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web. Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Alpha, 2013, 236 pages. *Questions de communication*, 26(2), 431-433. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.9488>

Marty, E. (2019). Chapitre 3. Contenus et discours des médias : Concepts, méthodes, outils. In *Médias et médiatisation* (p. 79-103). Presses universitaires de Grenoble. <https://doi.org/10.3917/pug.lafon.2019.01.0079>

Mercier, A., Ouakrat, A., & Pignard-Cheynel, N. (2018). Chapitre 5. Facebook pour s'informer ? Actualité et usages de la plateforme par les jeunes. In A. Mercier & N. Pignard-Cheynel (Éds.), *#info* (p. 169-197). Éditions de la Maison des sciences de l'homme. <https://doi.org/10.4000/books.editionsmsmh.11093>

Mercier Arnaud & Pignard-Cheynel Nathalie. (2018). *#info : Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook / sous la direction de Arnaud Mercier et Nathalie Pignard-Cheynel*. Éditions de la Maison des sciences de l'homme. https://beluga.univ-grenoble-alpes.fr/discovery/fulldisplay?docid=alma991003987809706161&context=L&vid=33UGR ENOBLE_INST:UGrenoble&lang=fr&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=LibraryCatalog&query=creator,exact,Mercier%20Arnaud,AND&sortby=rank&mode=advanced&offset=0

- Meynard, C., & Vernadakis, E. (2020). Introduction : Formes brèves. Au croisement des pratiques et des savoirs. In *Formes brèves : Au croisement des pratiques et des savoirs* (p. 7-57). Presses universitaires de Rennes. <http://books.openedition.org/pur/140163>
- Périneau, S. D. de publication, Boni, M., Cheymol, J.-B., Fevry, S., Gaudin, A., Jost, F., Kervella, A., Périneau, S., Pezzini, I., Pugnière-Saavedra, F., Rio, F., & Soulez, G. (2019). *Les formes brèves audiovisuelles : Des interludes aux productions web*. CNRS Éditions, 2019 Paris : CNRS éd. <http://books.openedition.org/editionscnrs/17918>
- Pezzini, I. (2019). Stratégies de condensation dans les formes brèves : La forme brève comme genre médiatique, entre standardisation et créativité. In S. Perineau (Éd.), *Les formes brèves audiovisuelles : Des interludes aux productions web* (p. 29-46). CNRS Éditions. <https://doi.org/10.4000/books.editionscnrs.17933>
- Pignard-Cheynel, N., & Dievoet, L. van. (2019). *Journalisme mobile. Usages informationnels, stratégies éditoriales et pratiques journalistiques*. De Boeck. <https://hal.univ-lorraine.fr/hal-02331483>
- Rebillard, F. (2019). Focus 1. Médias analogiques, médias numériques : Des industries sociosymboliques. In *Médias et médiatisation* (p. 47-55). Presses universitaires de Grenoble. <https://doi.org/10.3917/pug.lafon.2019.01.0047>
- Schmitt, L. (2015). Le « transmédia », un « label » promotionnel des industries culturelles toujours en cours d'expérimentation. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 16/1(1), 5-17. <https://doi.org/10.3917/enic.018.0005>
- Thuillas, O. (2020). *Les formes publiques de courtage informationnel : L'exemple des services géoCulture*. La fabrique de la participation culturelle. Plateformes numériques et enjeux démocratiques. <https://hal.science/hal-03342977>

Sitographie

Baheux, R. (2017, juillet 3). *Xennial, Millennial, Z : À quelle génération appartenez-vous ?* leparisien.fr. <https://www.leparisien.fr/societe/xennial-millennial-z-a-quelle-generation-appartenez-vous-03-07-2017-7106526.php>

Bauduin, N. (2022, juin 30). *INFOGRAPHIES. Visualisez ce que représente la redevance audiovisuelle des médias publics français, appelée à disparaître.* Franceinfo. https://www.francetvinfo.fr/economie/medias/france-televisions/infographies-visualisez-ce-que-represente-la-redevance-audiovisuelle-des-medias-publics-francais-appelee-a-disparaitre_5225227.html

Cazeres, F. (2017, mars 14). Brut, le média des « millennials », explose sur les réseaux sociaux. *Le Monde.fr.* https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2017/03/14/brut-le-media-des-millennials-explose-sur-les-reseaux-sociaux_5093962_3236.html

Durand, K. (2022, octobre 28). *Les 5 dates clés de l'histoire du réseau social Twitter, racheté par Elon Musk.* LEFIGARO. <https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/les-5-dates-cles-de-l-histoire-du-reseau-social-twitter-rachete-par-elon-musk-20221028>

Duriez-Mise, J. (2014, février 3). *En 2004, Facebook ressemblait à ça.* Europe 1. <https://www.europe1.fr/technologies/En-2004-Facebook-ressemblait-a-ca-643360>

Eric Fottorino : « Longtemps l'effort c'était de chercher l'information, maintenant c'est de la hiérarchiser ». (2023, mars 29). France Inter. <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien-du-mercredi-29-mars-2023-32675>

France Inter (Réalisateur). (2023, mars 29). *Eric Fottorino : « S'informer, c'est un effort, c'est jamais facile ».* https://www.youtube.com/watch?v=jAFy_PGBlI

Kantar Public. (s. d.). Kantar Public. Consulté 5 janvier 2023, à l'adresse <https://www.kantarpublic.com/fr/barometres/barometre-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media/barometre-2022-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media>

TikTok autorise les vidéos de dix minutes. (2022, mars 1). *Le Monde.fr.* <https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/03/01/tiktok-autorise-les-vidéos-de-dix-m>

Table des illustrations

Figure 1. Terminaux les plus utilisés pour accéder à l'information chez les 18-24 ans en 2016.....	24
Figure 2. Capture d'écran de la story du 24/02/2023 et du site Franceinfo	36
Figure 3. Extrait de la synthèse d'actualité du 06/03/2023 de Franceinfo	37
Figure 4. Extrait de la synthèse d'actualité sur Instagram de 20 minutes du 08/02/2023 et article associé présent sur le site.....	40
Figure 5. Stratégies de redirection et d'autopromotion de 20 minutes, Brut et HugoDécrypte	43
Figure 6. Formats « Alerte info », synthétique (sur Instagram) et article long (sur le site) de Franceinfo.....	52
Figure 7. Formats « Alerte info », synthétique (sur Instagram) et article long (sur le site) de 20 minutes	53
Figure 8. Introductions synthèses d'actualité du 10/03/2023 du Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte.....	58
Figure 9. Exemples d'actualité proposées par 20 minutes	60

Table des annexes

Annexe 1 Grille d'analyse du corpus	69
Annexe 2 Tableau Franceinfo	72
Annexe 3 Tableau 20 minutes.....	75

Annexe 4 Tableau Brut	79
Annexe 5 Tableau HugoDécrypte	82

Annexe 1

Grille d'analyse du corpus

Grille d'analyse des contenus synthétiques de l'actualité sur Instagram				
	FranceInfo	20minutes	Brut	HugoDécrypte
INFORMATIONS LIMINAIRES				
Date de création du média d'information	1987	2002	2016	2015
Origines du média d'information	Radio/télévision	Presse	Réseaux sociaux numériques (Facebook)	Pure players (YouTube)
Typologie du média d'information	Média traditionnel	Média traditionnel	Pure player	Pure players
Nombre d'abonnés sur Instagram (en mai 2023)	623 000	432 000	3 000 000	2 500 000
Période de récolte du corpus	Du 8 février 2023 au 10 mars 2023, soit 30 jours	Du 8 février 2023 au 10 mars 2023, soit 30 jours	Du 8 février 2023 au 10 mars 2023, soit 30 jours	Du 8 février 2023 au 10 mars 2023, soit 30 jours
Nombre de publications récoltées	21	23	22	30
USAGES ET ACCESSIBILITÉ				
Construction du format	Story d'introduction - 5 actualités	Story d'introduction - 4 actualités - question "Fake off" - Vidéo	Slide d'introduction - actualités - (Question dans 7 publications sur 22)	Slide d'introduction - 5 actualités - "Flashback" - "Meme du jour" - question de débat - Résultat du débat de la veille
Type de publication (en story, en publication permanente, en story à la une, ect.)	En story	En story	En publication permanente	En publication permanente
Durée moyenne du format et/ou temps de lecture	Entre 1 minute 15 et 2 minutes	Entre 1 minute et 2 minutes	Entre 1 minute 15 et 2 minutes	Entre 1 minute et 1,30 minute
Template similaire sur toutes les publications ?	Oui	Oui	Oui	Oui
Désignation du format selon la chaîne	"Bienvenu dans le récap du jour", "Bienvenu, c'est le récap du jour", "Bienvenu dans le récap"	"02 minutes d'actu - Récap de la journée"	"Ça s'est passé aujourd'hui"	"Les 5 actu du (jour)/(mois)"
Nombre de slide moyen par publication	6	7	Entre 4 et 8	10
Présence d'une introduction ?	Oui	Oui	Oui	Oui
Éléments présents dans la slide d'introduction	Template - Annonce des actualités (oralement), date, nom, prénom et métier du présentateur, logo du média	Template avec titre du format, gif, annonce du format et heure de publication	Template avec le logo de la chaîne, annonce du format, la date, vidéo	Template avec le logo de la chaîne, annonce du format, date, GIF
Annonce des actualités en introduction ?	Oui	Non	Non	Non
Les éléments visuels en introduction sont-ils en lien avec l'une des actualités ?	Non (présentateur face caméra)	Gif parfois en lien avec l'une des actualités mais pas dans tous les cas	Vidéo en lien avec l'une des actualités	Gif en lien avec l'une des actualités

Grille d'analyse des contenus synthétiques de l'actualité sur Instagram				
	FranceInfo	20minutes	Brut	HugoDécrypte
Éléments sonores ? (son d'ambiance, voix off, musique, etc.)	Oui, voix du présentateur	Oui, uniquement dans la vidéo de fin, dans 21 publications sur 23	Oui, dans 11 publication sur 22	Non dans 29 publications sur 30
Fonction des éléments sonores (illustrent les propos, complètent les propos, etc.)	Énonce les actualités	Sons d'ambiance, musique, illustrent les propos, complètent les propos	Sons d'ambiance, illustrent les propos, complètent les propos	1 seule publication avec un élément sonore : son d'ambiance (mouvement de foule)
Éléments visuels principaux pour illustrer les actualité (vidéo, image fixe, gif, etc.)	Vidéos	Images fixes et vidéos (uniquement dans la dernière slide)	Images fixes et vidéos	Images fixes
Fonction des éléments visuels (illustrent les propos, complètent les propos, etc.)	Illustrent les propos	Illustrent les propos	Illustrent les propos	Illustrent le propos
Énonciation des actualités (oral, textuelle, etc.)	Oral	Textuel	Textuel	Textuel
Présence de textes pour les actualités ?	Oui	Oui	Oui	Oui
Fonction de textes	En doublon des propos oraux (information principale en quelques mots)	Énoncent les actualités	Énoncent les actualités	Énoncent les actualités
Éléments visuels qui facilitent la lecture ? (Mots en gras, surlignés, etc.)	Non	Non	Mots en couleur	Mots en gras et d'une autre couleur
Présence de call to action ? (incitation au clic, swipe, etc.)	Non	Oui, liens cliquables et boutons cliquables	Oui, flèches	Oui ("lire", "commenter" accompagnés de flèches)
Éléments qui permettent aux publics de se repérer dans les slides ? (numérotation, barre d'avancement, etc.)	Oui (numérotation des actualités)	Non	Oui (numérotation des actualités)	Oui (barre d'avancement pour les actualités)
Éléments de réassurances vis-à-vis de la durée du format ?	Oui (compte à rebours)	En première slide "02 minutes d'actu"	Non	Oui dans la description : "En 1 minute, votre résumé de l'actualité du jour"
VISIBILITÉ				
Horaire de publication approximatif (à 2h près)	19h30	18h	18h31	19h
Fréquence de publication	Tous les jours sauf le samedi et dimanche - deux jours en semaine non publiés	Tous les jours sauf le samedi et dimanche	Tous les jours sauf le samedi et dimanche - un jour en semaine non publié	Tous les jours
Nombre de publications récoltées sur 30 jours	21	23	22	30

Grille d'analyse des contenus synthétiques de l'actualité sur Instagram				
	FranceInfo	20minutes	Brut	HugoDécrypte
Sérialité entre les publications ?	Non	Non	Non	Oui (résultats du débat sont publiés le lendemain)
Incidations à l'interaction textuel ou verbal sur la publication ? ("aimez", "commentez", etc.)	Non	Non	Oui ("Téléchargez l'app Brut", question dans 7 publications)	Oui ("commenter" chaque jour pour participer au débat)
Types d'incitations	Néant	Néant	Textuel et visuel (flèche)	Textuel et visuel (flèche)
Présences éléments/ informations autres que les actualités ? (anecdotes, débats, etc.)	Non	Oui, question "fake off"	Oui, questions dans 7 publications	Oui, slide "flashback", "meme du jour", "débat" et résultats du débat de la veille
Nombre de commentaires moyen sur la période de recolte (2 mois après la publication)	<i>Pas de données pour les publications en story</i>	<i>Pas de données pour les publications en story</i>	73	2 131
Nombre de commentaires maximum sur une publication (2 mois après la publication)	<i>Pas de données pour les publications en story</i>	<i>Pas de données pour les publications en story</i>	246	4 643
Nombre de mentions "j'aime" moyen sur la période de recolte (2 mois après la publication)	<i>Pas de données pour les publications en story</i>	<i>Pas de données pour les publications en story</i>	8 003	88 479
Nombre de mentions "j'aime" maximum sur une publication (2 mois après la publication)	<i>Pas de données pour les publications en story</i>	<i>Pas de données pour les publications en story</i>	19 007	112 905
AUTOPROMOTION ET REDIRECTION				
Redirection par des liens ?	Non	Oui, dans une majorité des slides	Non	Non
Autopromotion de contenus ou chaînes du même média ?	Non	Oui redirection vers le site 20minutes.fr	Oui, promotion de l'application Brut	Oui, promotion de la chaîne YouTube
Nombre de fois où le média d'information a utilisé l'autopromotion	Néant	23 fois sur 23 publications (sur presque toutes les slides)	5 fois sur 22 publications	1 fois sur 30 publication

Annexe 2
Tableau Franceinfo

Francelinfo											
Instagram											
DATES	JOURS	Publié ?	Type	Heure de publication approximative	Construction	Introduction	Sujets traités	Sonore	Changements majeurs	Incitation à l'interaction	Interactions
08/02/2023	Mercredi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	19h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Total réalise les plus gros bénéfices de son histoire - 2. Propos président Ukrainien depuis l'Angleterre - 3. Plus de 10 000 morts dans le séisme - 4. Titre de transport valable partout en France - 5. Lebron James devient le plus gros marqueur de ma NBA	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
09/02/2023	jeudi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	20h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. La France débloque 12 millions d'euros pour la Syrie - 2. Les députés rejettent les repas à 1€ pour tous les étudiants - 3. La Haute Autorité de Santé préconise de vacciner tous les enfants dès deux ans pour la grippe - 4. Remboursement Pass Navigo pour la dégradation du service - 5. Le CSA sanction l'émission TPM	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
10/02/2023	vendredi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	19h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Attaque massive de la Russie en Ukraine - 2. Deux morts dans un attentat à Jérusalem - 3. L'Assemblée nationale vote la fin des régimes spéciaux - 4. L'agriculteur qui a fait condamner Monsanto agressé chez lui - 5. L'Académie française intègre un romancier qui n'écrit pas en français	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
11/02/2023	samedi	Non									
12/02/2023	dimanche	Non									
13/02/2023	lundi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	20h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Après les séismes, les aides tardent à arriver en Syrie - 2. Elisabeth Borne appel au calme - 3. Vers un encadrement plus sévère des cigarettes électroniques ? - 4. Des skieurs professionnels souhaitent plus de mesures pour l'environnement - 5. Mort de Trugoy the Dove, membre du groupe De La Soul	Oui, uniquement la voix du présentateur + musique en fond pour l'actu 5	Musique en arrière plan sur l'une des actualités	Non	Pas de données
14/02/2023	mardi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	19h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Taux de chômage au plus bas depuis 2008 - 2. Un épisode de pollution aux particules fines - 3. Le Sri Lanka interdit totalement les plastiques à usage unique - 4. Le footballeur Jakub Jankto fait son coming-out - 5. Banksy dévoile sa nouvelle oeuvre contre les violences conjugales	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
15/02/2023	mercredi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	20h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Une agence de désinformation israélienne arrive à se placer sur BFMTV - 2. Des survivants encore retrouver dans les décombres une semaine après - 3. 91% des personnes noires en France disent être victimes de racisme - 4. La pétition contre la réforme des retraites dépasse 1 million de signatures - 5. 25 jours qu'il n'y a pas eu de pluie en France	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
16/02/2023	jeudi	Non							Oui, pas de publication		
17/02/2023	vendredi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	19h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. L'Espagne crée un congé menstruel - 2. Les magasins San Marina ferment définitivement - 3. Bruce Willis souffre de démence fronto-temporale - 4. Michael Jordan fête ses 60 ans - 5. Un morceau de météorite retrouvé en France	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
18/02/2023	samedi	Non									
19/02/2023	dimanche	Non									
20/02/2023	lundi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	20h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Joe Biden en visite surprise à Kiev - 2. Un troisième patient guéri du VIH - 3. La consommation de cocaïne explose en France - 4. Hausse de la violence anti-LGBT+ - 5. Mort de Leiji Matsumoto +, le créateur d'Albator	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
21/02/2023	mardi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	19h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. La Russie suspend sa participation à l'accord New Start, sur le désarmement nucléaire - 2. Sécheresse alarmante en France - 3. Près de 1 français sur 2 est en surpoids - 4. La semaine de 4 jours testée au Royaume-Uni - 5. Plus de billets pour certains sports des Jo 2024	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
22/02/2023	mercredi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	20h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Assassinat d'une enseignante par un élève - 2. Il manque 65 euros à 9 millions de français pour une meilleure alimentation - 3. L'éditeur Bayard propose des livrets pour parler des violences sexuelles aux enfants - 4. Dauphins mutilés en France, des associations réclament des interdictions de pêches - 5. Mort de Simone Segouin, dernière résistante d'Eure-et-Loir	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
23/02/2023	jeudi	Oui	En storie - vidéos (à la manière d'un JT)	20h	6 stories : storie d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Un an de guerre en Ukraine - 2. BFMTV licencie le journaliste accusé d'avoir diffusé des informations orientées - 3. Des polluants "éternels" sur 17 000 sites en Europe - 4. La Commission européenne interdit à ses employés l'utilisation de TikTok - 5. Sept snowboardeurs afghans réfugiés en France	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données

Francelfo											
Instagram											
DATES	JOURS	Publié ?	Type	Heure de publication approximatif	Construction	Introduction	Sujets traités	Sonore	Changements majeurs	Incitation à l'interaction	Interactions
24/02/2023	vendredi	Oui	En story - vidéos (à la manière d'un JT)	20h	6 stories : story d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Wendie Renard, capitaine de l'équipe de France de foot dénonce le management - 2. Enjeux du Salon de l'Agriculture 2023 - 3. En Gironde les Plannings familiaux vandalisés - 4. Le Texas accusé d'utiliser des substances périmées dans ses exécutions - 5. Chez les baleines, les techniques de séduction changent	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
25/02/2023	samedi	Non									
26/02/2023	dimanche	Non									
27/02/2023	lundi	Oui	En story - vidéos (à la manière d'un JT)	20h	6 stories : story d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Au moins 62 migrants meurent dans un naufrage - 2. Tensions entre Israël et la Palestine - 3. Inflation, de plus en plus de personnes se rendent à la banque alimentaire - 4. Novak Djokovic établit le record de longévité à la tête du tennis mondial - 5. Des aurores boréales en France	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
28/02/2023	mardi	Oui	En story - vidéos (à la manière d'un JT)	21h	6 stories : story d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Noël Le Graët qui ses fonctions - 2. Plaintes contre TotalEnergie rejetées - 3. Interpellation dans l'enquête sur la disparition de Leslie et Kevin - 4. En Iran, des filles intoxiquées dans leurs écoles - 5 - Une greue menace de tomber sur La Défense	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
01/03/2023	mercredi	Oui	En story - vidéos (à la manière d'un JT)	19h	6 stories : story d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Accident de train mortel en Grèce - 2. Les débats sur la réforme des retraites débutent au Sénat - 3. Les autorités des santés s'inquiètent de l'utilisation d'un antidiabétique pour maigrir - 4. Nouvelles réglementations pour le démarchage téléphonique - 5. Mort de Just Fontaine, joueur de foot	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
02/03/2023	jeudi	Oui	En story - vidéos (à la manière d'un JT)	3h	6 stories : story d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Emmanuel Macron s'exprime sur les relations entre la France et le Gabon - 2. La Russie dénonce une attaque terroriste de "saboteurs" - 3. Violents affrontements en Israël - 4. TikTok prévoit de diffuser un avertissement pour les mineurs après une heure d'utilisation - 5. Les Restos du Coeur commencent leur collecte	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
03/03/2023	vendredi	Oui	En story - vidéos (à la manière d'un JT)	19h	6 stories : story d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Le joueur du PSG Achraf Hakimi mis en examen pour viol - 2. 2 autres hommes en garde à vue dans l'enquête sur la disparition du couple - 3. Après la catastrophe ferroviaire en Grèce, des manifestations - 4. En 2022, nouveau record de contrats d'alternance signés - 5. En Égypte, un couloir caché découvert dans une pyramide	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
04/03/2023	samedi	Non									
05/03/2023	dimanche	Non									
06/03/2023	lundi	Oui	En story - vidéos (à la manière d'un JT)	19h	6 stories : story d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Le député Louis Boyard crée la polémique avec son #BlocusChallenge - 2. Le gouvernement annonce un trimestre anti-inflation - 3. Des pistes en faveur de la maternité pour les sportives de haut niveau - 4. En Afghanistan, les universités réouvrent mais pas pour les femmes - 5. Le palmarès du guide Michelin 2023 dévoilé	Oui, uniquement la voix du présentateur	Non	Non	Pas de données
07/03/2023	mardi	Non							Oui, pas de publication		
08/03/2023	mercredi	Oui	En story - vidéos (à la manière d'un JT)	20h	6 stories : story d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : (Récap "entièrement consacré à cette journée internationale de lutte contre les droits des femmes) 1. Emmanuel Macron annonce une loi pour inscrire l'VG dans la Constitution - 2. Des manifestations en France pour défendre les droits de femmes - 3. Une femme poignardée par un homme à Metz - 4. Le gouvernement dévoile un plan en faveur de l'égalité femmes-hommes - 5. Selon l'ONU, il faudra attendre 300 ans pour atteindre l'égalité entre les sexes	Oui, uniquement la voix du présentateur	Oui, pas de publication	Non	Pas de données
09/03/2023	jeudi	Oui	En story - vidéos (à la manière d'un JT)	20h	6 stories : story d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Nouveaux "gourous 2.0" sur les réseaux sociaux inquiètent - 2. Journée d'action et de mobilisation de la jeunesse - 3. Des frappes russes massives en Ukraine - 4. La Géorgie renonce à sa loi controversée sur les ONG et les médias - 5. La banquise enregistre une fonte record	Oui, uniquement la voix du présentateur	Oui, pas de publication	Non	Pas de données
10/03/2023	vendredi	Oui	En story - vidéos (à la manière d'un JT)	19h	6 stories : story d'introduction - 5 actualités	Annnonce des actualités face caméra (comme JT) avec affichage de la date le nom et prénom du présentateur + son métier + logo média	5 actualités : 1. Une tornade fait d'importants dégâts dans la Creuse - 2. Les jeunes de 17 ans consomment de moins en moins de tabac, alcool et cannabis - 3. Xi Jinping réélu en Chine pour un troisième mandat - 4. MK2 lance une plateforme payante de streaming - 5. L'opération #10marsjels promet un quart d'heure de lecture national	Oui, uniquement la voix du présentateur	Oui, pas de publication	Non	Pas de données

Annexe 3
Tableau 20 minutes

20minutes											
Instagram											
DATES	JOURS	Publié ?	Type	Heure de publication approximative	Construction	Intoduction	Sujets traités	Sonore	Changements majeurs	Incitation à l'interaction	Interactions
08/02/2023	Mercredi	Oui	En storie	19h	Répartition sur 7 stories : Introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif en rapport avec l'actu + rappel du format et heure de publication (18h)	4 actualités : 1. Bilan Joe Biden 2022 - 2. Pénurie de médicaments - 3. Programmation festival Série Mania - 4. Basket LeBron James - Vidéo d'actualité : pourquoi les jeunes se mobilisent contre la réforme des retraites	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Néant
09/02/2023	jeudi	Oui	En storie	19h	Répartition sur 8 stories : Introduction avec gif + 5 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif en rapport avec l'actu + rappel du format et heure de publication (18h)	5 actualités : 1. Le président Zelensky a exhorté jeudi les dirigeants de l'Union européenne - 2. Les corps retrouvés dans un canal correspondent à ceux des octogénaires disparus - 3. L'OM s'impose face au PSG - 4. Les usagers de la TATP setont dédommagés pour le service détérioré - 5. Le chanteur Fedez réagit aux propos de l'extrême droite - Vidéo d'actualité : Des agriculteurs manifestent	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
10/02/2023	vendredi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : Introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. 350 personnes condamnées pour terrorisme sorti de détention en France - 2. Un vignoble près de Thonn classé top 12 des plus grands terroirs de la planète - 3. Une baleine coincée dans un barrage a rejoint le large - 4. Même si LeBron James bat de record, le coeur des habitants de Los Angeles appartient toujours à Kobe Bryant - Vidéo d'actualité : "20 Minutes" au service d'aide contre le cyber-harcèlement	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
11/02/2023	samedi	Non									
12/02/2023	dimanche	Non									
13/02/2023	lundi	Oui	En storie	19h	Répartition sur 7 stories : Introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Un tronc humain découvert à Paris 2. Critiques du second film "Black Panther" - 3. Des dealers affichent un code de bonne conduite pour les habitants d'une tour - 4. Pour la 6e saison des "Apprentis aventuriers", W9 souhaite des profils "naturels" et "qui travaillent" - Vidéo d'actualité : Le carnaval de Nice a 150 ans	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
14/02/2023	mardi	Oui	En storie	17h	Répartition sur 7 stories : Introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Les magasins San Marina ferment définitivement - 2. D'autres restos humains découverts à Paris - 3. L'amour au boulot, une situation qui nécessite souvent quelques ajustements - 4. "Netflix, Disney+, my Canal..." autant de plateformes auxquelles certains de nos lecteurs ont dit non" - Vidéo d'actualité : Fusillade dans un campus aux EU	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
15/02/2023	mercredi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : Introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. L'actrice X qui a filmé ses ébats lors d'un match de l'OGC Nice a aussi tourné à l'aéroport de Nice - 2. La police a identifié le cadavre retrouvé démembré - 3. L'argent sur le Livret A sert à l'Etat - 4. Le Sénat approuve l'accès direct pour remédier aux déserts médicaux - Vidéo d'actualité : (Image fixe et non une vidéo) Accident causé par Pierre Palmade, l'avocat des victimes s'exprime	Non	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
16/02/2023	jeudi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : Introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. La CFDT fait preuve d'une grande fermeté face à la réforme de retraites - 2. Avec le départ de Noël Le Graët, la question de la succession se pose - 3. Etre prof à 60 ans n'est pas évident - 4. Pékin Express fait son retour sur M6 - Vidéo d'actualité : Le drapeau breton fête ses 100 ans	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
17/02/2023	vendredi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : Introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Le drapeau breton fête ses 100 ans - 2. Les supporters de Trabzonspor ont déployé un tifo pour soutenir les victimes du séisme - 3. L'application Kéabot propose à prix réduit des produits à date courte ou en surstock - 4. Des lecteurs de "20 Minutes" ont passé une journée sur le tournage de The voice - Vidéo d'actualité : Un train déraile dans l'Ohio	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
18/02/2023	samedi	Non									
19/02/2023	dimanche	Non									
20/02/2023	lundi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : Introduction avec gif + 5 actu + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et rappel périodicité des publications	5 actualités : 1. Le cannabinoïde de synthèse connaît un essor chez les jeunes - 2. L'utilisation intensive des téléphones peut avoir une incidence sur les pathologies de la main chez les jeunes - 3. Dana Bertarelli vide la trophyée Jules Verne - 4. Le secteur du jeu de société a connu un boom après le confinement - 5. La start-up lyonnaise Navya en redressement judiciaire - Vidéo d'actualité : Joe Biden en visite surprise à Kiev	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Pas de question "Fake off"	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet	Pas de données
21/02/2023	mardi	Oui	En storie	17h	Répartition sur 7 stories : Introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Les productions de Koh-Lanta et Pékin Express livrent les raisons qui les poussent à revoir les mécaniques de jeu - 2. Le début d'année marqué par un nombre grandissant d'entreprises en mauvaise situation économique - 3. Discours de Vladimir Poutine - 4. Le racisme est-il en train de gagner du terrain dans le sport amateur ? - Vidéo d'actualité : Le premier fait divers qui a passionné les français	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
22/02/2023	mercredi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : Introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Une enseignante agressée mortellement à l'arme blanche - 2. Le chef d'Etat songerait à redécouper les régions trop grandes - 3. Messi pourrait rejoindre la MLS et Miami - 4. Les éditeurs de jeux de société et communautés de joueurs organisent régulièrement des tournois et championnats - Vidéo d'actualité : Comparatif panier de cours en France et en Italie	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données

20minutes											
Instagram											
DATES	JOURS	Publié ?	Type	Heure de publication approximative	Construction	Intoduction	Sujets traités	Sonore	Changements majeurs	Incitation à l'interaction	Interactions
23/02/2023	jeudi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. L'élève qui a poignardé sa professeure a entendu "une petite voix" - 2. 185 kilomètres de voies sur le périphérique seront réservés pour les JO - 3. D'importantes fumées se dégagent toujours du sous-sol en Gironde - 4. La société Flamingo Box rachète des colis perdus pour le revendre - Vidéo d'actualité : Qu'est ce qui a le plus marqué les français par rapport à la guerre en Ukraine	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
24/02/2023	vendredi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format + "spécial Ukraine"	4 actualités : 1. Un an après le début de la guerre des ukrainiens se confie à "20 minutes" - 2. Etudiantes ukrainiennes venues en France se confient à "20 minutes" - 3. Enfants ukrainiens déportés par la Russie - 4. L'extrême droite française reconnaît sa naïveté face à Vladimir Poutine - Vidéo d'actualité : Il y a 1 an, la Russie envahissait l'Ukraine	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
25/02/2023	samedi	Non									
26/02/2023	dimanche	Non									
27/02/2023	lundi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et rappel périodicité des publications	4 actualités : 1. Entretien avec David Colon sur la doctrine de la désinformation en Russie - 2. Avez-vous des habitudes alimentaires inouïables ? - 3. L'ex-conjointe de Julien Bert l'accuse de violences conjugales - 4. Rencontre avec un comédien, Nassuf Siaka, star de TikTok	Non	Pas de question "Fake off" ni vidéo	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet	Pas de données
28/02/2023	mardi	Oui	En storie	17h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Démission de Noël Le Graët de la FFF - 2. Emmanuel Macron annonce le lancement d'une campagne de vaccination contre le papillomavirus au collège - 3. Toujours aucune pilule de contraception pour les hommes - 4. Nouvelle liqueur de pain et d'eau-de-vie au Roquefort - Vidéo d'actualité : Des aurores boréales en France	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
01/03/2023	mercredi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Le recordman du nombre de buts inscrits en Coupe du monde, Just Fontaine, est mort - 2. Eric DupondMoretti répond aux questions de "20 minutes" - 3. Interpellation d'un homme dans l'affaire de la disparition du couple - 4. Venue de Syrie, Najwa dort dans un gymnase ouvert par la ville de Nantes - Vidéo d'actualité : Une trentaine de morts dans un accident de train en Grèce	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
02/03/2023	jeudi	Oui	En storie	1h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Plus de 1 000 hommes sondés pour connaître l'impact du mouvement #MeToo - 2. Le "shoulder surfing", une ruse utilisée par les voleurs - 3. Le binôme surprise qui intégrera Pékin Express - 4. Au Salon de l'agriculture, une vahce gracier - Vidéo d'actualité : Bakhmout, après 7 mois de batailles	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
03/03/2023	vendredi	Oui	En storie	17h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Face à la hausse des prix, les français trouvent des solutions pour contenir l'impact sur leur budget - 2. Le rôle des surveillants de prison évolue - 3. Avec son émission "Arnaques!" Julien Courbet défend les consommateurs - 4. En Bretagne, le Crous propose désormais deux plats végétal au quotidien - Vidéo d'actualité : Spectaculaire incendie à Hong Kong	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
04/03/2023	samedi	Non									
05/03/2023	dimanche	Non									
06/03/2023	lundi	Oui	En storie	17h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et rappel périodicité des publications	4 actualités : 1. Une contestation qui traverse le pays - 2. Conseils pour résister au grignotage - 3. Alexandre Coullon, nouveau chef triplement étoilé du Guide Michelin - 4. Marine Laciotte, réalisatrice césarisée retourne dans son ancien collège pour raconter son métier et répondre aux questions - Vidéo d'actualité : Transports fortement perturbés à cause des grèves	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
07/03/2023	mardi	Oui	En storie	17h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Les athlètes de haut niveau, les grands oubliés de la réforme des retraites - 2. "action de sabotage" contre des transformateurs électriques - 3. Des français travaillent après l'âge légal de départ à la retraite - 4. Face à l'inflation, comment font les français pour ne pas être dans le rouge à la fin du mois ? - Vidéo d'actualité : Incidents lors des manifestations contre la réforme des retraites	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données
08/03/2023	mercredi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Selon des associations féministes, "il y a une glamourisation du viol dans le choix du vocabulaire" - 2. Le discours féministe fait face à des résistances et attaques violentes - 3. Les femmes ont des modes de vie moins émetteurs de gaz à effet de serre que les hommes mais en sont davantage victimes - 4. "20 Minutes" est allé dans les coulisses de l'émission féministe "Piquantes" - Vidéo d'actualité : ils ont clamé leur opposition à la réforme des retraites	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Fake off"	Pas de données

20minutes											
Instagram											
DATES	JOURS	Publié ?	Type	Heure de publication approximative	Construction	Intoduction	Sujets traités	Sonore	Changements majeurs	Incitation à l'interaction	Interactions
09/03/2023	jeudi	Oui	En storie	18h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. La sélectionneuse des Bleues vient d'être écartée de son poste - 2. Les oppositions demandent à Emmanuel Macron se s'exprimer sur la réforme des retraites - 3. Les enquêteurs tentent d'identifier le bateau qui transportait de la cocaïne - 4. Le créateur de "The Mandalorian" explique pourquoi la série a réconcilié les fans de Star Wars - Vidéo d'actualité : Le Sénat a voté en faveur de l'article 7, reculant l'âge de départ à la retraite à 64 ans	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Take off"	Pas de données
10/03/2023	vendredi	Oui	En storie	17h	Répartition sur 7 stories : introduction avec gif + 4 actu + question "Fake off" + Vidéo	Template avec titre du format + gif+ rappel du format et heure de publication (17h)	4 actualités : 1. Les français seront-ils nombreux pour la grève du 11 mars ? - 2. Fusillade à Hambourg dans une église de Témoins de Jéhovah - 3. Les français non plus de monnaie sur eux, un manque pour les sans-abri - 4. 5 profils qui pourraient prendre la place de Corinne Diacre - Vidéo d'actualité : À l'occasion de la sortie de la saison 3 de "Loi : qui rit sort", rencontre avec le casting	Oui, uniquement pour la vidéo de fin	Non	Liens qui conduisent à des articles sur le site internet + question "Take off"	Pas de données

Annexe 4
Tableau Brut

Brut											
Instagram											
DATES	JOURS	Publié ?	Type	Heure de publication approximative	Construction	Introduction	Sujets traités	Sonore	Changements majeurs	Incitation à l'interaction	Interactions
08/02/2023	Mercredi	Oui	Carroussel en publication permante	20h	Répartition en 7 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Question	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	6 actualités : 1. Grève pour les retraites - 2. Profits records TotalEnergies - 3. Basket LeBron James - 4. Teddy Riner aux championnats du monde - 5. Titanic ou cinéma	Non	Non	Question en rapport avec l'une des actualité	1351 mentions "j'aime" et 9 commentaires
09/02/2023	jeudi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 5 slides : Slide d'introduction - 4 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	4 actualités : 1. Aide d'urgence séismes - 2. Rejet texte élargir accès repas IC - 3. Indemnisation Pass Navigo - 4. Saison 4 de "You"	Oui, bande annonce de la série "You" en introduction + son environnement sur une actualité	Non	Non	5 626 mentions "j'aime" et 94 commentaires
10/02/2023	vendredi	Oui	Carroussel en publication permante	22h	Répartition en 6 slides : Slide d'introduction - 5 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	6 actualités : 1. Ukraine, une attaque massive de la Russie - 2. Pollution de l'air en Ile-de-France - 3. Pierre Niney, Monte-Cristo - 4. Lionel Messi, Ligue des Champions - 5. Sortie jeu vidéo Hogwarts Legacy	Non	Non	Non	10 600 mentions "j'aime" et 63 commentaires
11/02/2023	samedi	Non									
12/02/2023	dimanche	Non									
13/02/2023	lundi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 6 slides : Slide d'introduction - 4 actu - Question	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	4 actualités : 1. Sauvetage en Turquie - 2. Super Bowl - 3. Météorite vue depuis la France - 4. Football	Oui sur une actualité	Non	Question en rapport avec l'actualité	12 000 mentions "j'aime" et 102 commentaires
14/02/2023	mardi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 6 slides : Slide d'introduction - 4 actu - Question	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	4 actualités : 1. Sauvetage de migrants en mer - 2. Grève des médecins - 3. Histoire de la Saint-Valentin - 4. Oeuvre Banksy	Oui (interview + son environnement sur une actu et l'intra)	Non	Question en rapport avec l'actualité	6 563 mentions "j'aime" et 55 commentaires
15/02/2023	mercredi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 7 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Question	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	6 actualités : 1. Accident Panama - 2. Promotion de l'appli Brut - 3. Étude sur les écrans aux États-Unis 4. Politique, régulation de l'activité des influenceurs - 5. Formule 1	Oui (journaliste Brut qui parle - actu 2)	Non	Question en rapport avec l'actualité (actu 5)	6 075 mentions "j'aime" et 44 commentaires
16/02/2023	jeudi	Oui	Carroussel en publication permante	19h	Répartition en 6 slides : Slide d'introduction - 4 actu - Question	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	4 actualités : 1. L'Espagne une loi pour congé menstruel - 2. Manifestation réforme des retraites - 3. Tahar Rahim interprétera Charles Aznavour 4. Eurodéputés veulent plus de vélos		Non	Question en rapport à l'actualité (actu 4)	13 040 mentions "j'aime" et 189 commentaires
17/02/2023	vendredi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 7 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Question	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	6 actualités : 1. Congé menstruel en France - 2. Vote trottinettes à Paris - 3. Zinedine Zidane 4. Sortie de l'album d'Hamza - 5. Promotion de l'appli Brut	Oui journaliste Brut qui parle - actu 5 + vidéo d'intra	Non	Question en rapport à l'actualité (actu 3)	14 197 mentions "j'aime" et 154 commentaires
18/02/2023	samedi	Non									
19/02/2023	dimanche	Non									
20/02/2023	lundi	Oui	Carroussel en publication permante	20h	Répartition en 5 slides : Slide d'introduction - 4 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	4 actualités : 1. Visite Joe Biden en Ukraine - 2. Vaccination Covid - 3. Basket NBA - 4. Rénovation Opéra Garnier	Oui, en introduction (discours)	Non	Non	5 616 mentions "j'aime" et 52 commentaires
21/02/2023	mardi	Oui	Carroussel en publication permante	19h	Répartition en 8 slides : Slide d'introduction - 6 actu - Question	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	6 actualités : 1. Discours Vladimir Poutine - 2. Le Président défend la réforme des retraites à Runigs - 3. 31 jours sans pluie en France - 4. Basket, Victor Wembanyama - 5. Fashion Week femme de Milan - 6. Place JO 2024	Oui, vidéo d'intra + actu 5	Non	Question en rapport à l'actualité 6	19 007 mentions "j'aime" et 246 commentaires
22/02/2023	mercredi	Non							Oui, pas de publication		
23/02/2023	jeudi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 5 slides : Slide d'introduction - 4 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	4 actualités : 1. Une minute de silence pour Agnès Lassalle - 2. Guerre d'Ukraine, mouvement de réfugiés - 3. Sanctions Aya Nakamura - 4. Mathieu Lahanneur dessinera pour les JO 2024	Non	Non	Non	6 708 mentions "j'aime" et 135 commentaires
24/02/2023	vendredi	Oui	Carroussel en publication permante	19h	Répartition en 6 slides : Slide d'introduction - 5 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	6 actualités : 1. Foot, Wendie Renard - 2. Urgence climatique - 3. Ukraine souhaite la victoire cette année - 4. Salon de l'agriculture - 5. Promotion appli Brut	Oui, sur l'actu 5	Non	Non	5 688 mentions "j'aime" et 45 commentaires
25/02/2023	samedi	Non									
26/02/2023	dimanche	Non									
27/02/2023	lundi	Oui	Carroussel en publication permante	18h30	Répartition en 6 slides : Slide d'introduction - 5 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	6 actualités : 1. Détention provisoire de Pierre Palmade - 2. Président turc demande pardon - 3. Appel à la grève reconductible - 4. Aurores boréales en France - 5. The Best FIFA Awards	Non	Non	Non	10 034 mentions "j'aime" et 82 commentaires
28/02/2023	mardi	Oui	Carroussel en publication permante	18h30	Répartition en 6 slides : Slide d'introduction - 5 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	6 actualités : 1. Le président de la FFF accusé de harcèlement sexuel - 2. Texte réforme des retraites au Sénat - 3. Tribunal de Paris rejette les demandes de suspension des projets de TotalEnergie - 4. Selon Insee, l'inflation a atteint 6,2% - 5. Ruben Ostlund jury du Festival de Cannes	Non	Non	Non	5 167 mentions "j'aime" et 46 commentaires
01/03/2023	mercredi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 5 slides : Slide d'introduction - 4 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	4 actualités : 1. Avertissement 60 mins d'utilisation TikTok - 2. Le roi Charles III retire de privilèges à Meghan et Harry suite à la publication du livre - 3. Hausse nombre de détenus en France - 4. L'Égypte revient au changement d'heure bi-annuel	Non	Non	Non	15 908 mentions "j'aime" et 60 commentaires
02/03/2023	jeudi	Oui	Carroussel en publication permante	Pas de donnée	Répartition en 5 slides : Slide d'introduction - 4 actu	Personne qui montre un écran de portable qui affiche l'introduction habituelle (template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo)	4 actualités : 1. Débat au Sénat sur la réforme des retraites - 2. Emmanuel Macron au sujet des relations France/ Gabon - 3. Attaque russe en Ukraine - 4. Naomi Campbell a défilé à la Fashion Week	Oui, sur l'actu 4	Oui, dans l'intra (changement de présentation)	Non	4 186 mentions "j'aime" et 24 commentaires

Brut											
Instagram											
DATES	JOURS	Publié ?	Type	Heure de publication approximative	Construction	Introduction	Sujets traités	Sonore	Changements majeurs	Incitation à l'interaction	Interactions
03/03/2023	vendredi	Oui	Carrousel en publication permante	Pas de donnée	Répartition en 4 slides : Slide d'introduction - 3 actu	Personne qui montre un écran de portable qui affiche l'introduction habituelle (template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo)	3 actualités : 1. Lancement collecte resto du coeur - 2. Journée de grève mondiale pour le climat - 3. Formule 1, Lewis Hamilton autorisé à piloter avec ses piercings	Non	Non	Non	2 933 mentions "j'aime" et 22 commentaires
04/03/2023	samedi	Non									
05/03/2023	dimanche	Non									
06/03/2023	lundi	Oui	Carrousel en publication permante	Pas de donnée	Répartition en 7 slides : Slide d'introduction - 6 actu	Personne qui montre un écran de portable qui affiche l'introduction habituelle (template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo)	6 actualités : 1. Basket, le président de la LNB juge inacceptable la présence dans les tribunes de supporters avec la peau peinte en noir - 2. Grève, plusieurs milliers d'écoles fermées pour la sixième journée d'action - 3. Le ministre de l'économie a annoncé le lancement d'un trimestre anti-inflation - 4. Novak Djokovic, ne pourra pas jouer au EU car pas vacciné - 5. En Afghanistan, les hommes peuvent reprendre les cours mais pas les femmes - 6. Le TikTok Short Film Festival revient pour le Festival de Cannes	Non	Non	Non	2 452 mentions "j'aime" et 12 commentaires
07/03/2023	mardi	Oui	Carrousel en publication permante	19h	Répartition en 5 slides : Slide d'introduction - 4 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	4 actualités : 1. Sixième journée de mobilisation contre la réforme des retraites - 2. La grève va continuer dans de nombreux secteurs - 3. Promotion de l'appel Brut - 4. Incidents à Paris, l'UEFA va rembourser les supporters de Liverpool	Oui, sur l'actu 3	Oui, dans l'intro (retour à l'ancienne présentation)	Non	3 493 mentions "j'aime" et 40 commentaires
08/03/2023	mercredi	Oui	Carrousel en publication permante	19h	Répartition en 7 slides : Slide d'introduction - 6 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	6 actualités : 1. Journée internationale des droits des femmes, des collectifs appels à la grève - 2. Emmanuel Macron annonce vouloir inscrire l'IVG dans la Constitution - 3. Promotion de l'appel Brut - 4. Grève des raffineries françaises - 5. Sortie de film Scream 6 dans les salles françaises - 6. Sortie de l'album d'Hervé (incitation à se connecter au live Brut sur Instagram)	Oui, sur l'actu 1 et 5 (bande annonce Scream)	Non	Non	4 559 mentions "j'aime" et 25 commentaires
09/03/2023	jeudi	Oui	Carrousel en publication permante	19h	Répartition en 6 slides : Slide d'introduction - 5 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	5 actualités : 1. Ukraine, dix régions ciblées par des frappes russes - 2. Proposition de loi, votée à l'Assemblée pour mieux accompagner les femmes après une fausse couche - 3. Réforme des retraites, texte examiné par le Sénat - 4. Voeux définis Parcoursup - 5. Football, Corinne Diacre démission de ses fonctions	Non	Non	Non	6 181 mentions "j'aime" et 47 commentaires
10/03/2023	vendredi	Oui	Carrousel en publication permante	19h	Répartition en 6 slides : Slide d'introduction - 5 actu	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + vidéo	5 actualités : 1. Premier ministre britannique à l'Élysée - 2. Xi Jinping réélu président en Chine - 3. Réforme des retraites, recours à l'article 44.3 - 4. Le chancelier allemand s'exprime sur la fusillade d'Hambourg - 5. Dernier album de Miley Cyrus sort sur toutes les plateformes	Oui, en intro (chanso de Miley Cyrus) et actu 2	Non	Non	14 687 mentions "j'aime" et 78 commentaires

Annexe 5
Tableau HugoDécrypte

HugoDcrypte

Instagram												
DATES	JOURS	Publié ?	Type	Heure de publication approximative	Construction	Intoduction	Sujets traités	Sonore	Changements majeurs	Incitation à l'interaction	Interactions	
08/02/2023	Mercredi	Oui	Carrroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Le président ukrainien à Paris - 2. Manif agriculteurs - 3. Séisme Turquie - 4. Profits records TotalEnergies - 5. Partenariat ChatGPT/ Bing	Non	Non	Participation au débat	81 155 mentions "j'aime" et 1 232 commentaires	
09/02/2023	jeudi	Oui	Carrroussel en publication permante	20h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Le président ukrainien à Bruxelles pour un sommet - 2. Le bilan humain des séismes Turquie et Syrie s'alourdit - 3. Rejet proposition de loi à 1€ - 4. CB condamné à payer une amende record - 5. Paris a perdu plus de 120 000 habitants en 10 ans	Non	Non	Participation au débat	108 167 mentions "j'aime" et 2 576 commentaires	
10/02/2023	vendredi	Oui	Carrroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Fin de la plupart des régimes spéciaux - 2. Attaque de missiles russes en Ukraine - 3. Remise de la Grand Croix de la Légion d'honneur au président ukrainien - 4. Plus de 22 300 morts à cause du séisme - 5. Shell poursuivis pour manquement à leurs obligations climatiques	Non	Non	Participation au débat	65 448 mentions "j'aime" et 1 330 commentaires	
11/02/2023	samedi	Oui	Carrroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. 4e journée de mobilisation contre la réforme de retraites - 2. Le député Thomas Partes exclu 15 jours de l'Assemblée nationale - 3. Plus de 20 000 personnes décédées dans les séismes - 4. Les EU ont abattu un deuxième objet volant au dessus du pays - 5. Orelsan devenu le 2e artiste le plus récompensé aux Victoires de la musique	Non	Non	Participation au débat	79 570 mentions "j'aime" et 1 794 commentaires	
12/02/2023	dimanche	Oui	Carrroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Promotion chaîne YouTube - Débat + Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Bilan humain des séismes en Turquie et Syrie - 2. Nouvel objet non identifié abattu au Canada - 3. Pierre Palmada étai sous l'emprise de cocaïne quand il a eu l'accident - 4. La chercheuse Farida Adelhah libérée de prison - 5. Super Bowl aux EU	Non	Oui, slide de promotion de la chaîne YouTube	Participation au débat	100 973 mentions "j'aime" et 769 commentaires	
13/02/2023	lundi	Oui	Carrroussel en publication permante	18h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. L'ONU reconnaît des manquements humanitaires en Syrie après le séisme - 2. Le gouvernement a demandé de réduire le nombre de modifications sur le texte de la réforme des retraites - 3. Prolongation du délai pour la demande d'indemnité carburant - 4. La Chine affirme que plus de 10 ballons américains ont survolé son territoire depuis un an - 5. Un astéroïde dans le ciel en France	Non	Non	Participation au débat	66 087 mentions "j'aime" et 1 131 commentaires	
14/02/2023	mardi	Oui	Carrroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Grève et manifestation des médecins libéraux - 2. Les Nupes retire 1000 amendements sur le texte de la réforme des retraites - 3. Épisode de pollution aux particules fines - 5. Les français vivent de moins en moins en couple selon l'Insee	Non	Non	Participation au débat	76 881 mentions "j'aime" et 2 118 commentaires	
15/02/2023	mercredi	Oui	Carrroussel en publication permante	18h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Nouvelle journée de grève, perturbation du trafic - 2. Pierre Palmade placé en garde à vu - 3. Le taux de chômage a atteint 7,2% fin 2022 - 4. En France, 9 personnes noires sur 10 disent être victimes de discrimination - 5. Plainte du club de foot OGC Nice pour un film pornographique	Non	Non	Participation au débat	79 997 mentions "j'aime" et 1 647 commentaires	
16/02/2023	jeudi	Oui	Carrroussel en publication permante	pas de donnée	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. 1,3 de manifestants contre la réforme des retraites - 2. Les Nupes retirent 90% de ses amendements sur la réforme des retraites - 3. Pas de plu en France depuis plus de 25 jours - 4. En Espagne, adoption d'une loi "congé menstruel" - 5. Aucun fromage français ne se trouve dans le top 10 des 100 meilleurs fromages du monde	Non	Non	Participation au débat	89 032 mentions "j'aime" et 3 088 commentaires	
17/02/2023	vendredi	Oui	Carrroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. La production d'électricité en France a atteint en 2022 son plus bas niveau depuis 30 ans - 2. Les objets non identifiés ne font pas partie d'un programme d'espionnage chinois - 3. Les voyageurs venus de Chine ne sont plus obligés de présenter un test Covid négatif - 4. La patronne de YouTube a démissionné hier - 5. Le nombre de vols de voitures a augmenté des 9% en France en 2022	Non	Non	Participation au débat	72 827 mentions "j'aime" et 2 522 commentaires	
18/02/2023	samedi	Oui	Carrroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Fin des débats à l'Assemblée nationale sur la réforme des retraites - 2. Pierre Palmade mis en examen pour homicide et blessures involontaires - 3. 2 survivants retrouvés sous les décombres en Turquie - 4. La Corée du Nord a lancé au moins un missile vers la mer - 5. Un fragment de l'astéroïde retrouvé en Normandie	Non	Non	Participation au débat	68 749 mentions "j'aime" et 1 882 commentaires	
19/02/2023	dimanche	Oui	Carrroussel en publication permante	21h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Emmanuel Macron précise sa vision sur le conflit Ukraine/ Russie - 2. Gérard Darmanin propose le retrait du permis en cas de conduite sous drogues/ alcools - 3. Mouvement de foule à La Défence - 4. Les talibans interdisent l'accès à la contraception - 5. Selon une étude, il faut dormir 30 minutes de plus en hiver	Oui, à l'actu 3	Oui, son sur une actualité	Participation au débat	100 836 mentions "j'aime" et 2 345 commentaires	

HugoDÉcrypte

Instagram											
DATES	JOURS	Publié ?	Type	Heure de publication approximative	Construction	Intoduction	Sujets traités	Sonore	Changements majeurs	Incitation à l'interaction	Interactions
20/02/2023	lundi	Oui	Carroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Joe Biden a effectué une visite surprise à Kyiv - 2. Les violences anti-LGBT+ ont atteint son plus haut niveau depuis 10 ans en Europe - 3. La convention citoyenne sur la fin de vie s'est prononcée pour la légalisation du suicide assisté - 4. Pas de déplacements massifs vers les campagnes suite au Covid - 5. Facebook et Instagram proposent un abonnement payant	Non	Non	Participation au débat	85 130 mentions "j'aime" et 2 950 commentaires
21/02/2023	mardi	Oui	Carroussel en publication permante	21h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Discours annuel de Vladimir Poutine - 2. Emmanuel Macron se rend au marché de Rungis - 3. Deux nouveaux séismes ont touché la Syrie et la Turquie - 4. Près de 1 français sur 2 est en situation de surpoids ou d'obésité - 5. En Corée du Sud, un tribunal a reconnu légalement les droits d'un couple de même sexe pour la première fois	Non	Non	Participation au débat	85 104 mentions "j'aime" et 2 351 commentaires
22/02/2023	mercredi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Une professeure poignardée à mort par l'un de ses élèves - 2. Pas de pluie en France métropolitaine depuis 32 jours - 3. Joe Biden déclare que "l'Occident ne compte pas pour attaquer la Russie" - 4. Un iPhone 1er génération de 2007 vendu 63 000\$ - 5. Sauvetage de 2 dauphins roses d'Amazonie en Colombie	Non	Non	Participation au débat	78 704 mentions "j'aime" et 982 commentaires
23/02/2023	jeudi	Oui	Carroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Enquête pour meurtre ouverte suite au décès d'Agnes Lassalle - 2. Total Energie annonce que les prix de dépasseront pas 1,99€ par litre - 3. BNP Paribas attaquée en justice - 4. Emmanuel Macron a remis la Grand'Croix de la Légion d'honneur à Jeff Bezos - 5. Les français ont marge en moyenne 15 poulets dans l'année	Non	Non	Participation au débat	102 304 mentions "j'aime" et 4 643 commentaires
24/02/2023	vendredi	Oui	Carroussel en publication permante	20h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Discours du président ukrainien - 2. Un adolescent mis en examen pour le meurtre d'Agnes Lassalle - 3. 100 milliards d'investissements d'ici 2040 dans les transports ferroviaires - 4. Hervey Weinstein condamné à 16 ans de prison pour viol - 5. Bug informatique, 300 étudiants doivent repasser leurs partiels	Non	Non	Participation au débat	84 607 mentions "j'aime" et 1 657 commentaires
25/02/2023	samedi	Oui	Carroussel en publication permante	21h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Inauguration du 59e Slon de l'agriculture - 2. Emmanuel Macron veut inciter la Chine à faire pression sur la Russie - 3. L'Union européenne approuve des sanctions pour affaiblir la Russie - 4. Des joueuses de l'équipe de France de foot dénoncent le management de leur sélectionneuse - 5. La 48e cérémonie des César a rassemblé 1,7 million de téléspectateurs	Non	Non	Participation au débat	73 173 mentions "j'aime" et 1 051 commentaires
26/02/2023	dimanche	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Un exercice militaire a démarré dans le sud de la France - 2. Une rave party rassemble près de 2 000 personnes dans le Pas-de-Calais - 3. La Russie accuse l'OTAN de fournir des armes à l'Ukraine - 4. Mort d'au moins 59 migrants dans un naufrage - 5. McDonald's va remplacer ses pommes de terre frites de légumes	Non	Non	Participation au débat	112 905 mentions "j'aime" et 2 505 commentaires
27/02/2023	lundi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Tensions entre les Israéliens et Palestiniens - 2. Le président turc demande pardon aux habitants de la province d'Adiyaman - 3. Pierre Palmade va aller en prison en attendant son procès - 4. Des aurores boréales visibles en France - 5. Publication, par le Journal du Dimanche, des villes françaises où il fait bon vivre	Non	Non	Participation au débat	102 799 mentions "j'aime" et 2 520 commentaires
28/02/2023	mardi	Oui	Carroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Les syndicats de la SNCF appellent à une grève reconductible - 2. La vaccination contre le papillomavirus sera proposée gratuitement à tous les élèves de 5e - 3. Le gouvernement appelle à mettre en place des restrictions d'eau - 4. Les gouvernements américain et canadien ordonnent aux fonctionnaires de leurs administrations de supprimer TikTok - 5. Les touristes étrangers ont rapporté 58 milliards d'€ à la France en 2022	Non	Non	Participation au débat	80 477 mentions "j'aime" et 2 298 commentaires
01/03/2023	mercredi	Oui	Carroussel en publication permante	23h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. 156,7 tonnes de drogues saisies par les autorités en 2022 - 2. Nouvelles restrictions pour le démarchage téléphonique - 3. En Grèce, une collision entre 2 trains a fait au moins 36 morts - 4. Bola Tinubu est le nouveau président du Nigéria - 5. TikTok va imposer une limite de 60 minutes par jours aux mineurs	Non	Non	Participation au débat	86 932 mentions "j'aime" et 1 843 commentaires
02/03/2023	jeudi	Oui	Carroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Les débats sur la réforme des retraites ont commencé au sénat - 2. 3 associations vont attaquer l'État en justice pour l'obtention de plus de cours d'éducation sexuelle à l'école - 3. 14% des moins de 10 ans ont déjà consulté un médecin en France pour des acouphènes - 4. Au Royaume-Uni, une compagnie aérienne a été rappelée à l'ordre pour une publicité trompeuse - 5. En Bolivie, un homme a survécu dans la jungle pendant 30 jours	Non	Non	Participation au débat	77 896 mentions "j'aime" et 2 794 commentaires

HugoDécrypte												
Instagram												
DATES	JOURS	Publié ?	Type	Heure de publication approximative	Construction	Intoduction	Sujets traités	Sonore	Changements majeurs	Incitation à l'interaction	Interactions	
03/03/2023	vendredi	Oui	Carroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Le président russe a accusé des "saboteurs ukrainiens" de s'être introduits sur le territoire - 2. Le nombre de bénéficiaires des Restos du coeur a augmenté de 22% cet hiver - 3. Les députés votent pour un droit à 12 jours de congé pour les parents qui perdent un enfant - 4. Les députés ont voté pour limiter l'accès aux réseaux sociaux pour les moins de 15 ans - 5. Le gouvernement canadien autorise 2 entreprises à produire et vendre de la cocaïne	Non	Non	Participation au débat	80 610 mentions "j'aime" et 1 694 commentaires	
04/03/2023	samedi	Oui	Carroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Entre 1,1 et 1,4 million de manifestants attendus pour la réforme des retraites - 2. + de 800 000 contrats d'apprentissage ont été signés en France en 2022 - 3. La CMA CGM a réalisé en 2022 le plus gros bénéfice de l'histoire d'une entreprise en France - 4. Le roi Charles III se rendra en France - 5. Près de 19 milliards d'€ de fonds dédiés à la protection des océans ont été promis	Non	Non	Participation au débat	65 285 mentions "j'aime" et 923 commentaires	
05/03/2023	dimanche	Oui	Carroussel en publication permante	22h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. L'ONU signe le 1er traité international de protection de haute mer - 2. Fin de la 59e édition du Salon de l'agriculture - 3. Des supermarchés annoncent le lancement d'un "panier anti-inflation" - 4. Lancement d'un plan pour réguler l'usage des trottinettes - 5. Des militants pour le climat aspergent un monument de Berlin	Non	Non	Participation au débat	118 290 mentions "j'aime" et 2 911 commentaires	
06/03/2023	lundi	Oui	Carroussel en publication permante	22h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. 60% des enseignants prévoient de faire grève - 2. Le député de la France insoumise Louis Boyard lance un "Blocus Challenge" - 3. Le gouvernement annonce la mise en place d'un "trimestre anti-inflation" - 4. Des centaines de cas d'intoxication dans des établissements scolaires réservés aux filles en Iran - 5. Usandre Van Muylders élu plus bel homme de France	Non	Non	Participation au débat	82 153 mentions "j'aime" et 1 524 commentaires	
07/03/2023	mardi	Oui	Carroussel en publication permante	20h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. 3,5 millions de personnes ont manifesté en France contre la réforme des retraites - 2. Les protections périodiques réutilisables vont être remboursées par la sécurité sociale pour les moins de 25 ans - 3. La Chine met en garde les EU d'un risque de conflit s'ils ne changent pas leur position - 4. Selon l'ONU, l'égalité femme/ homme ne sera pas atteinte avant au moins 300 ans - 5. Kylian Mbappé devient le premier français à franchir le cap des 100 millions d'abonnés sur Instagram	Non	Non	Participation au débat	94 528 mentions "j'aime" et 2 351 commentaires	
08/03/2023	mercredi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Le gouvernement présente un plan de plus de 100 mesures pour l'égalité hommes-femmes - 2. Annonce de 2 nouvelles journées de manifestations contre la réforme des retraites - 3. En Ukraine, la ville de Bakhmout pourrait tomber dans les mains de l'armée russe - 4. Marcher 11 minutes par jour ferait baisser sensiblement le risque de problème cardiovasculaire - 5. YouTube décide d'assouplir ses règles concernant les gros mots dans les vidéos	Non	Non	Participation au débat	80 843 mentions "j'aime" et 1 752 commentaires	
09/03/2023	jeudi	Oui	Carroussel en publication permante	18h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Le sénat adopte l'âge légal de départ à la retraite à 64 ans - 2. 44% des salariés français seraient en état de détresse psychologique - 3. En Géorgie, retrait d'un projet de loi visant les médias et ONG - 4. La Russie a mené des frappes massives sur plusieurs villes ukrainiennes - 5. Fin de la 1er phase de Parcoursup à 23h59	Non	Non	Participation au débat	80 724 mentions "j'aime" et 1 314 commentaires	
10/03/2023	vendredi	Oui	Carroussel en publication permante	19h	Répartition en 10 slides : Slide d'introduction - 5 actu - Flashback - Meme du jour - Débat - Résultat du débat de la veille	Template avec le logo de la chaîne + annonce du format + la date + GIF	5 actualités : 1. Les grèves contre la réforme des retraites se poursuivent en France - 2. En Allemagne, une fusillade fait 8 morts dans un centre de prière des Témoins de Jéhovah - 3. En Chine, Xi Jinping sera président pour un 3e mandat - 4. 3,25 millions de billets vendus pour les JO de Paris - 5. A Berlin, les femmes peuvent désormais se baigner seins nus dans les piscines de la ville	Non	Non	Participation au débat	92 196 mentions "j'aime" et 2 440 commentaires	

Table des matières

Introduction	6
Questionnements.....	7
Des termes victimes de nombreux néologismes	9
Méthodologie mise en œuvre.....	10
Plan du mémoire.....	15
PARTIE 1 - LES RESEAUX SOCIONUMERIQUES, DES ESPACES PLEINEMENT INTEGRES DANS LES STRATEGIES DES MEDIAS D'INFORMATION	17
Chapitre 1. Les mutations des productions journalistiques, un phénomène corrélé à la démocratisation des réseaux sociaux numériques.....	19
1. De nouvelles logiques impulsées par les réseaux sociaux numériques	19
2. Des évolutions dans les pratiques éditoriales	20
3. Des mutations dans les pratiques informationnelles.....	23
4. L'information à portée de main	24
Conclusion du chapitre 1	25
Chapitre 2. La brièveté audiovisuelle, une forme qui s'adapte aux évolutions du domaine médiatique	27
1. Qu'est-ce que la brièveté ?	27
Conclusion du chapitre 2	29
PARTIE 2 - LES ENJEUX ECONOMIQUES DES SYNTHESSES D'ACTUALITE SUR INSTAGRAM POUR LES MEDIAS D'INFORMATION FRANCEINFO, 20 MINUTES, BRUT ET HUGODECRYPTE	30
Chapitre 3. Des logiques de financement qui influencent les stratégies d'éditorialisation	31
1. Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte, 4 médias d'information aux origines variées	31
1.1. Franceinfo	31
1.2. 20 minutes.....	32
1.3. Brut	33
1.4. HugoDécrypte	34
2. Des origines qui se devinent à travers le format synthétique de l'actualité	35
2.1. Entre producteurs et agrégateurs d'information	35
2.2. Des logiques d'éditorialisation inspirées des médias traditionnels, le cas de Franceinfo et 20minutes	37
3. Les formes brèves de l'actualité, une porte d'entrée vers d'autres médiatisations ?	38
3.1. La redirection et l'autopromotion.....	38
3.2. La synthèse d'actualité, un teaser de l'information ?	39
4. Entre promotion de contenus et redirections, un format qui découle de logiques économiques ..	41
4.1. 4 synthèses d'actualités différentes pour 4 modèles économiques différents	41
Conclusion du chapitre 3	43
Chapitre 4. Des pratiques informationnelles plurielles et une complémentarité entre les formats d'actualité	44
1. La fin des « longs » formats de l'actualité ?.....	44
1.1. Contextualisation et interrogations.....	44
1.2. Contexte de visionnage et usage du mobile.....	45
1.3. Du court au long et inversement.....	46
1.4. L'extension des pratiques éditoriales	48
2. Des liaisons entre les différents formats de l'actualité	50
2.1. Logiques de programmation.....	50
2.2. Médias traditionnels et pure players, des stratégies de diffusions différentes	51
Conclusion du chapitre 4	54
Conclusion de la partie 2	55

PARTIE 3 - ENJEUX DE VISIBILITE ; FRANCEINFO, 20 MINUTES, BRUT ET HUGODECRYPTE ADAPTENT-ILS LE FORMAT SYNTHETIQUE DE L'ACTUALITE SUR INSTAGRAM AU REGARD DE PRATIQUES DE CONSOMMATION INFORMATIONNELLES ?	56
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Chapitre 5. Le temps comme paramètre qui guide la construction de la forme synthétique de l'actualité sur Instagram	57
1. La sémiologie du temps.....	57
1.1. Des éléments de réassurance et d'accompagnement	57
1.2. Le contrat de communication	59
Conclusion de la partie 3	61
Conclusion	62
Bibliographie	63
Sitographie	66
Table des illustrations.....	67
Table des annexes	67
Table des matières	86

MOTS-CLÉS : synthèse de l'actualité, brièveté, stratégie éditoriale, Instagram, pratiques informationnelles

RÉSUMÉ

Dans ce mémoire nous vous proposons d'étudier les stratégies éditoriales déployées par les médias d'information à travers le format synthétique de l'actualité sur Instagram. Pour cela, nous nous appuyons sur un corpus composé des quatre médias d'information, à savoir, Franceinfo, 20 minutes, Brut et HugoDécrypte. L'étude porte sur l'analyse de liens entre les origines des médias (médias traditionnels et *pure players*) et la construction d'un format d'actualité « court » et de forme brève diffusé quotidiennement sur Instagram. Nous étudions également les stratégies éditoriales de ces médias d'information aux regards des pratiques de consommation de l'information des publics s'informant sur les réseaux sociaux numériques.

KEYWORDS : Social media, news summary, brevity, editorial strategy, Instagram

ABSTRACT

In this dissertation we propose to study the editorial strategies deployed by the news media through the synthetic format of news on Instagram. To do this, we use a corpus made up of four news media: Franceinfo, 20 minutes, Brut and HugoDécrypte. The study focuses on analysing the links between the origins of the media (traditional media and pure players) and the construction of a 'short' news format broadcast daily on Instagram. We are also looking at the editorial strategies of these news media in relation to the information consumption practices of audiences who get their information from social networking sites.