

# LAB CMO

Un journalisme *data-driven* ? Que font les « données » rendues accessibles par le numérique aux réflexions stratégiques des médias envers leurs audiences ?

*Journées d'études RESIPROC*

*« Les professionnel·le·s de la communication et de l'information face à l'écosystème de la donnée »*

*Lyon, 15 mai 2023*

**Alexandre Coutant , Michelle Stewart, Florence Millerand, Marie-Danielle Tremblay, Louvinia Sainte-Rose-Franchine\*, Aurélie Khaldi°**

\*UQAM, Département de communication sociale et publique

°Radio-Canada, Médias numériques

# LAB CMO

## Plan

- Contexte de l'enquête
- Les données et le journalisme
- Quelques points méthos
- Résultats
- Considérations sur la professionnalisation

Un journalisme data-driven ?

LAB  
CMO

Contexte de l'enquête

Un journalisme data-driven ?

# Des rapports multiples aux données constatés

- **Données omniprésentes :**
  - Évocations en réunions, présence dans documents et lieux de travail, justification des choix d'innovation, discussions de notre 1ere enquête
- **Incidence sur de nombreuses pratiques professionnelles**
  - Référencement et titres, indicateurs de réussite internes et issus des Msn, données d'usage ouvrant les réflexions stratégiques, nombreux tests en enquête/rédaction/diffusion/modération/évaluation
- **Métrologies variées**
  - Emploi raisonné, évocation de surface, sélection des seules données appuyant une position, imaginaires technicistes, besoin de produire ses propres données pour les employer, etc.
- **Écho à des enjeux historiques des médias pour comprendre leurs audiences et décider de leurs productions + nouvelle centralité des données interrogeant le rôle démocratique des médias (Carignan, Mondoux, 2021; Roy, Brin, Gramaccia, 2021)**

Intérêt pour approfondir ce rapport aux données (Dierickx, 2021), car si évolutions du journalisme par numérisation sont bien documentées, notamment en termes de formation et professionnalisation, place des données l'est moins (Lyubareva, Marty, 2022; Théviot, 2021) :

- Données concernées
- Usage concret des données
- Représentations à l'égard des données

LAB  
CMO

Les données en journalisme

Un journalisme data-driven ?

# Les professions saisies par les données

- Prolifération généralisée de données, d'outils permettant leur traitement et d'injonctions à les exploiter (Ferreira et al., 2018 ; Flichy, 2017 ; Theviot et Treille, 2019)
- Phénomène visible dans les médias et le journalisme (Ananny et Crawford, 2015 ; Assogba, 2020 ; Demers et al., 2020 ; Le Cam et Pereira, 2022; Manninen et al., 2022)
  - Indicateurs, tableaux de bord, outils d'aide à la collecte d'information, à la rédaction et à la diffusion des contenus, etc.
  - Formats encouragés, manières de rédiger, espaces sur lesquels faire circuler les contenus, niveau d'interaction à proposer à ses publics, représentations de son métier et de son rôle, etc.

« Les pratiques professionnelles s'inscrivent dans une technicisation croissante de l'activité journalistique motivée là encore par le développement d'outils, services et dispositifs numériques devenus centraux dans les modèles économiques et éditoriaux de la plupart des médias. Si le journalisme a toujours été équipé par la technique, l'importance du smartphone comme terminal de consultation de l'information et, à nouveau, celle des infomédiaires comme portes d'entrée vers les contenus médiatiques, ont nécessité chez les équipes rédactionnelles le développement de capacités d'adaptation et d'innovation intimement liées au fonctionnement socio-technique des plateformes. Ces dernières se trouvent donc, que ce soit par le biais d'outils proposés aux journalistes, de projets collaboratifs voire de formations ou de financements directs des rédactions, en situation d'imposer aux journalistes des logiques de fonctionnement issues des champs du marketing, du management ou du développement web et fondées sur des processus automatisés ou algorithmiques de recueil et d'analyse des données présidant parfois aux choix éditoriaux. » Lyubareva, I. et Marty, E. (2022, p. 11).

# Le journalisme de données dans les salles de presse

- Un terme recouvrant de multiples initiatives (Fink et Anderson 2015)
  - Termes connexes :
    - Computer-assisted reporting – « New Journalism » U.S. 1970's (« precision reporting »: les méthodes des sciences sociales)
    - Robot journalism
    - Computational journalism
    - Online journalism (journalisme numérique)
    - Data journalism
    - Data-driven journalism
    - OSINT
    - Augmented news (des nouvelles générées par l'IA parmi d'autres utilisations plus banales) (St. Germain et White 2021)

# Le contexte québécois

- Un traitement médiatique techno-optimiste (Dandurand et al., 2023)
- Des représentations variées et souvent superficielles (Roy, Grammacia, 2021)
  - Médias fondent beaucoup d'espoirs notamment sur les apports de l'IA (White, 2020)
  - Journalistes très préoccupé.e.s par leurs emplois (Rossier et al., 2022)
  - Étudiant.e.s en journalisme encore peu sensibles à ces nouveautés (Roy, 2022)
- Des initiatives encore timides (Saint-Germain, White, 2021)
  - Manque de moyens
  - Manque d'expertise
  - Attentisme et crainte de la concurrence
- Domaines d'application variés, encore très exploratoires et controversés (White, Saint-Germain, 2021; Rossier et al., 2022)
  - Collecte et analyse d'informations : identification de tendances, sources pour du journalisme de données, attentes des publics, etc.
  - Production de nouvelles : transcription et traduction automatiques, rédaction de nouvelles routinières, etc.
  - Distribution des nouvelles : organisation de la Une, personnalisation, etc.

LAB  
CMO

Quelques points méthos

Un journalisme data-driven ?

# Projets menés en partenariat avec la profession

- Projets de recherche en partenariat sur les pratiques informationnelles des Québécois.e.s et les enjeux de confiance dans l'écosystème informationnel contemporain
  - Le rapport des citoyens à l'actualité journalistique et à ses modes de diffusion (2019-2021)
  - InfosFiables - Les pratiques informationnelles des Québécois et leur confiance dans les autorités informationnelles (2022-2025)
- Thématique des « données » émergeant du terrain

# Matériaux exploités

- Enquête en partenariat puis codesign avec Radio-Canada
  - Observations flottantes
    - Réunions de travail avec les services de l'information et des médias numériques; rencontres avec différentes équipes projets innovant autour des contenus
  - Documentation
    - Revue de documentation interne concernant les normes de production des contenus, les processus de production et les routines de travail
    - Suivi des formations offertes aux journalistes pour s'appropriier les outils de travail
  - Entrevues
    - 5 entrevues de stratèges et responsables de produits ou services
      - Pratiques des données / représentations des données / données et médias

LAB  
CMO

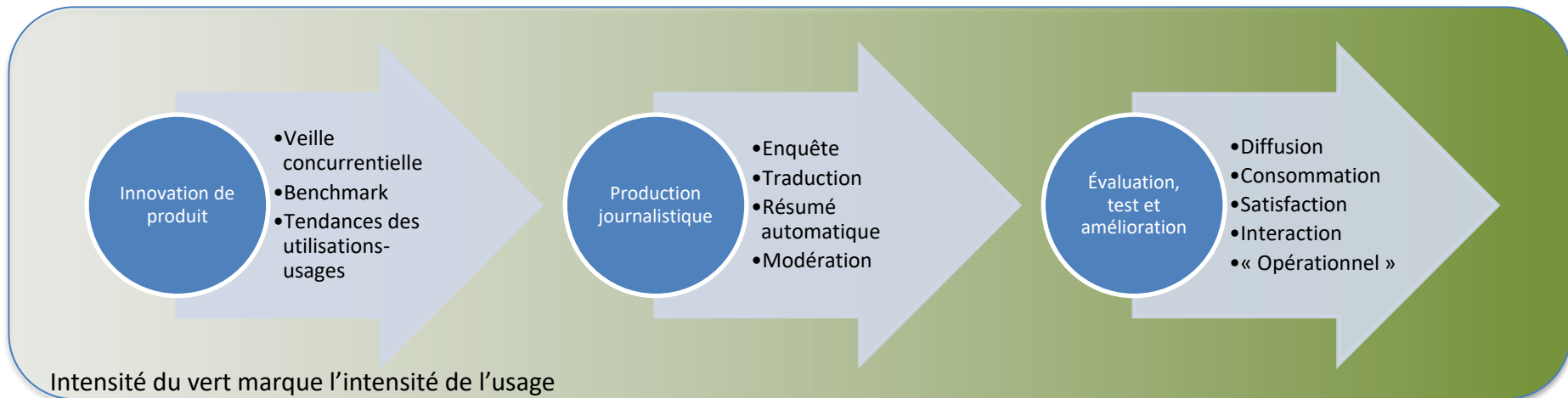
Résultats

Un journalisme data-driven ?

# Quelles données ?

- Préférence pour les données propres
  - Intérêt décroissant : Internes / Médias socionumériques (Msn) / Profession / Générales
    - Convergence avec des contraintes et objectifs internes
    - Défiance face à un « vomit de chiffres » qui nécessite de se les « approprier »
    - Sources et qualité peu pensées en dehors des services les produisant

# Quels usages ?



- Une présence d'usages d'évaluation
  - Enquête de satisfaction davantage que sur publics
- Des compartimentations organisationnelles encore fortes
  - Travail sur contenu OU contenant
  - Davantage cultures locales (de l'innovation, de la production, de l'évaluation) que culture de la donnée

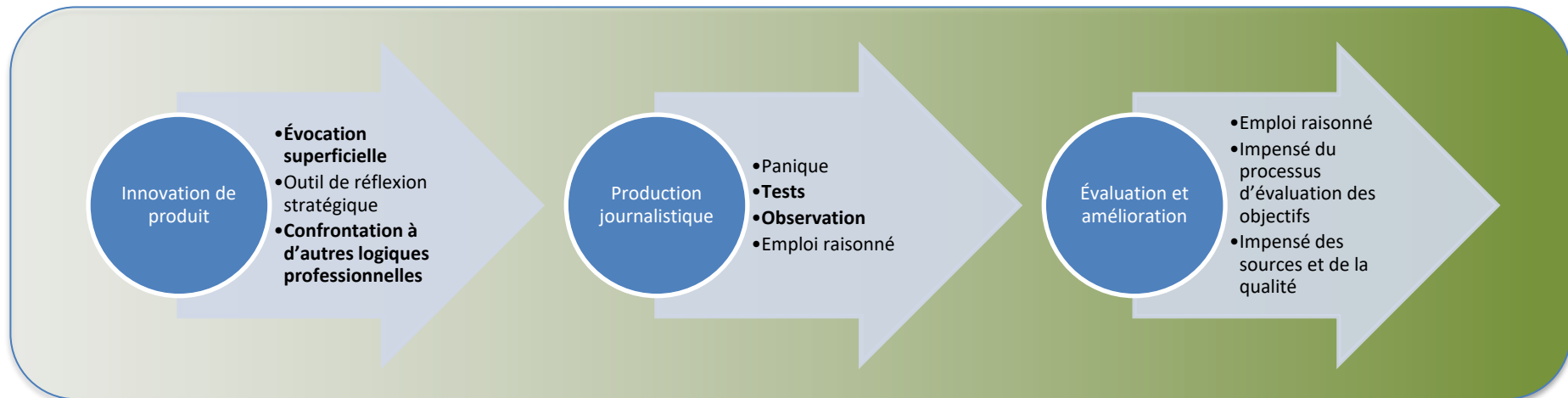
# Quelles représentations ?

- Attitude sélective
  - Représentation positive de la prolifération de données
    - « Mieux vaut de mauvaises données que pas de données »
    - Opportunité de se distancier du « feeling » et du seul appui sur l'expérience des décideurs
  - Conscience des pertinences variées de ces données
    - Quelques indicateurs centraux + indicateurs *ad-hoc*
    - Données internes liées à objectifs internes vs données tierces employées pour les tendances qu'elles peuvent identifier
    - Emploi de logiciels personnalisables plutôt que recours à rapports automatiques

# Quelles représentations ?

- Moyen de penser la viabilité des médias
  - « Je suis arrivé en journalisme pour changer le monde. J'ai vite compris qu'il fallait avoir le modèle d'affaires pour changer le monde »
- Les données comme levier (discuté) pour « sortir des silos »
  - Objet-frontière investi comme base consensuelle pour discussions
  - Mais incompréhensions encore vives, notamment en fonction des héritages professionnels

# Quelles représentations ?



**Gras** : évocation régulière

LAB  
CMO

Considérations sur la  
professionnalisation

Un journalisme data-driven ?

# Des professions en « appropriation »

- Des intéressements et métrologies différant selon les métiers
  - Représentations : ouvertes à craintives
  - Usages : centraux à anecdotiques ou exploratoires
  - Investissement professionnel : opportunité à mal nécessaire
- Nécessité d'une chaîne d'exploitation fiable de la donnée face à l'impossibilité de penser tous les enjeux
  - Qualité / biais / traitements permis / inférences
- Une autorité négociée
  - Acceptation circonstancielle
  - Emplois les plus réfléchis pas nécessairement les plus écoutés
  - Jeu sur les ambivalences quali/quant

# Une influence indirecte

- ~~Une domination ?~~
- Un support argumentatif (parmi d'autres)
- Un renforcement des logiques d'évaluation

**Faites que vos données aient un impact  
immédiat**

Faites plus avec moins en utilisant une plate-forme de décisionnel de bout en bout pour créer une source unique de **vérité**, découvrir des informations plus puissantes et les traduire en impact.

# Une « culture de la donnée » à préciser

- Culture a l'inconvénient d'être flou, Simondon (1989) peut aider à préciser
  - Compétences opératoires (générer des graphiques, organiser un tableau de bord, déposer des marqueurs, etc)
    - Très visible mais compartimenté (production / usages)
  - Compréhension des schèmes techniques (d'où viennent les données, comment elles sont produites, quels traitements sont effectués sur elles, de quoi sont composés les indicateurs et en quelle proportion)
    - Compartimentée (stratèges n'interrogeant pas ces schèmes / production plus sensible)
  - Mobilisation dans un milieu (autres logiques ou informations à prendre en compte, routines et normes de travail, portée de ce sur quoi renseignent ces données, passage de l'information à la décision, etc)
    - Embryonnaire (données peu centrales face à d'autres logiques)

# Une « culture de la donnée » à professionnaliser

Habilités attendues	Professions de l'information et de la communication = <i>médiation</i>
Compétences opératoires	Intelligence des visualisations et des traitements
Compréhension des schèmes techniques	Sociopolitisation des données
Mobilisation dans un milieu	Production et explicitation d'inférences, médiation interprofessionnelle

# Des questions ?



Actualités sur les enquêtes :

<https://twitter.com/acoutant>

Bibliographie mise à jour dans le cadre du projet InfosFiables :

<https://www.zotero.org/groups/4654527/infosfiables>