

Université Abderrahmane MIRA de Bejaia

Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département des Sciences Humaines



Mémoire de fin de Cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences de l'information et de la communication

Option : presse imprimée et électronique

Thème :

**Usages des réseaux sociaux numériques par les
journalistes professionnels**

Cas de Facebook

Réalisé par :

KASMI Massilia

ANNANI Céline

Encadré par :

Dr CHAMI Tarik

Année universitaire : 2022/2023

Remerciements

Nous tenons à exprimer notre gratitude envers les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire. Tout d'abord, nous tenons à remercier notre promoteur de mémoire Mr TAREK CHAMI pour son soutien, ses conseils et sa patience tout au long de ce processus. Nous sommes reconnaissantes de la confiance qu'il nous a accordée et des opportunités qu'il nous a offertes pour approfondir nos connaissances dans le domaine de l'information.

Nous voudrions également remercier nos deux merveilleuses familles KASMI et ANNANI, nos amis, collègues pour leur soutien, leur encouragement et leur enthousiasme ont été essentiels pour nous tout au long de ce parcours. Sans eux, nous ne pourrions pas pu atteindre nos objectifs.

Enfin, nous tenons à remercier tous ceux et celles qui ont participé à notre étude en fournissant des données ou en répondant à nos questions. Leur temps et leur contribution ont été précieux pour la réussite de ce projet.

Merci à toutes ces personnes pour leur aide et leur soutien. Ce mémoire n'aurait pas été possible sans eux/elles.

Merci au bon dieu pour sa bienveillance

Dédicace

Je tiens à dédier ce mémoire à plusieurs personnes qui ont joué un rôle important dans sa réalisation et qui m'ont soutenu tout au long de ce parcours.

Tout d'abord, je souhaite exprimer ma gratitude à mon encadrant, Monsieur Chami Tarik, pour sa guidance précieuse, ses conseils éclairés et son soutien constant. Son expertise et son engagement ont été essentiels dans l'élaboration de ce mémoire, ainsi que mon binôme Massilia pour son accompagnement tout au long de ce travail malgré toutes les difficultés que nous avons vécu ensemble.

J'aimerais également remercier ma famille aimante, pour leur soutien, leur amour inconditionnel et leur encouragement tout au long de mes études. Vous m'avez donné les racines pour grandir et les ailes pour voler.

À l'homme de ma vie Yacine, je veux exprimer ma profonde reconnaissance pour son soutien inébranlable, sa compréhension et son encouragement constant.

Et enfin, à tous ceux qui croient en moi, pour me pousser à atteindre mes rêves et m'encourager à continuer à travailler dur pour y arriver. Cette dédicace est un témoignage de mon gratitude éternelle envers vous tous.

céline

Dédicace

Cette dédicace est un témoignage humble de l'amour, de la gratitude et de la reconnaissance que je porte à toutes ces personnes exceptionnelles qui ont marqué mon parcours académique. Leur influence positive, leurs encouragements et leur soutien ont été les fondements de ma réussite. Je leur suis infiniment reconnaissant(e) pour leur présence et leur amour inconditionnels.

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à mon promoteur, Monsieur Chami Tarik, pour sa guidance éclairée, son expertise et son dévouement tout au long de ce mémoire. Vos conseils perspicaces et votre soutien sans faille ont été inestimables pour mon développement académique.

A mon binome Annani Celina, Je tiens à te dire un immense merci pour avoir été à mes côtés tout au long de notre parcours pour notre mémoire.

À ma chère famille, mes parents qui m'ont soutenu et encouragé tout au long de ce parcours académique, mon frère Mourad et ma sœur Youssa qui, malgré leur éloignement à l'étranger, ont toujours été présents pour me soutenir de loin. Je tiens également à remercier mon frère Billal pour son soutien inconditionnel.

À mon fiancé Mehdi, qui a été une source de soutien et de motivation inébranlable dans cette aventure. Ta présence et ton amour ont été les piliers de ma réussite.

Un sincère merci à ma belle-famille pour leur accueil chaleureux et leur soutien constant. Votre amour et votre soutien ont rendu cette expérience d'étude encore plus significative.

Massilia

Listes des abréviations

RSN : réseaux sociaux numériques

TIC : technologie de l'information et de la communication

Liste des tableaux

Tableau n° 1: Répartition des participants selon les tranches d'âge	58
Tableau n° 2: Répartition selon type des médias.....	59
Tableau n° 3: Répartition selon les expériences professionnelles	60

Sommaire

Introduction

Partie méthodologique de la recherche

Chapitre I : Analyse conceptuelle

1. La problématique :	13
2. Les hypothèses :	16
3. Définitions des concepts clés.....	17
3.1. Usage (s) :	17
3.2. Les réseaux sociaux numériques (RSN) :.....	17
3.3 .Communauté numérique.....	18
3.4. La veille informationnelle.....	18
3.5. L'interactivité.....	18
4. Les objectifs de la recherche :	19
5. Raisons du choix du thème :.....	19
6. Études antérieures	20

Chapitre II : Démarche méthodologique

II .1. Approche théorique et méthodologique :.....	26
1.1. La méthode de la recherche :	26
1.2. L'approche théorique	27
II.2. Pré-enquête :	28
II .3. Les outils de collecte de données :	29
3.1. L'entretien :	29
3.2. L'observation :	30
II.5. Population mère et identification de l'échantillon d'étude.....	32
II.5.2. Enquête finale	33

Cadre théorique

Chapitre III : Les réseaux sociaux numériques

1. Emergence des réseaux sociaux numériques	37
2. Les enjeux des réseaux sociaux numériques	38
3. L'autre face des réseaux sociaux numériques	40
4. La société à l'heure des réseaux sociaux numérique	43

Chapitre IV : Journalisme et les réseaux sociaux numériques

1. Le journalisme à l'heure de l'Internet	47
2. Les réseaux sociaux numériques au service du journalisme	48

3.L'information à l'ère des réseaux sociaux numériques	49
4.Journalisme et les réseaux sociaux numériques : défis et responsabilités	50

Partie Pratique

Chapitre V : Présentation des données

V.1. Profils et caractéristiques des journalistes interviewés	57
1-1.Répartition des enquêtés en fonction du genre.....	57
1-2.Répartition des enquêtés selon leurs âges.....	58
1-3.Répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction	58
1-4.Répartition des enquêtés en fonction du type de médias	58
1-5.Répartition des enquêtés selon leurs fonctions	59
1-6.La répartition des enquêtés selon leur expérience professionnelle	60

Chapitre VII : interprétation des données

IV.1. Expériences des journalistes sur les RSN	65
IV.2. Actions et pratiques des journalistes professionnels sur les RSN.....	71
IV.3. Le paysage du journalisme/médiatique à l'ère des RSN	78
VI.4 Discussion et vérification des hypothèses	83

Conclusion

Référence bibliographique

Annexes

Résumé

Introduction

Les réseaux sociaux numériques (RSN) ont transformé profondément la façon dont nous interagissons, communiquons et accédons à l'information. Ces plateformes numériques sont devenues de plus en plus mobilisées et présentes dans plusieurs domaines. Tel que celui du journalisme où leur impact est visiblement significatif, en modifiant les pratiques traditionnelles de collecte, de production et de diffusion de l'information.

Ces nouveaux médias socio-numériques se sont progressivement imposés comme une évidence dans la fonction de journalisme. Malgré tous les défis qu'elles posent, ces plateformes numériques étaient reconnues par les professionnels des médias pour les opportunités qu'elles présentent.

Qu'elles soient Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, YouTube, celles-ci etc. ont offert de nouvelles perspectives passionnantes et en ouvrent des fenêtres d'opportunités inédites aux professionnels de ce domaine. Ces RSN ont également eu un impact profond sur l'ensemble du processus journalistique, en modifiant la façon dont les informations sont enregistrées, partagées et diffusées. Les journalistes ont dû s'adapter à ces nouvelles réalités, relever des défis sans précédent et explorer de nouvelles façons d'engager leur public grâce à ces nouveaux espaces publics dynamiques.

Dans cette perspective, notre recherche vise à explorer les différentes dimensions de l'usage des RSN (Facebook) par les journalistes professionnels algériens et d'analyser les motivations, les pratiques associées à cette utilisation. Nous examinons les opportunités qu'offrent ces plateformes numériques en termes de collecte d'informations, de diffusion de reportages et d'engagement du public. En parallèle, nous analysons les défis auxquels sont confrontés les journalistes, tels que la vérification des informations, et la lutte contre la désinformation.

Pour mener cette étude, nous avons réparti le travail en trois grandes parties. Dans la partie méthodologique nous avons évoqué la problématique de recherche en formulant des hypothèses afin d'orienter notre démarche. Nous avons clairement défini les objectifs de notre étude et exposé notre approche théorique. De plus, nous avons décrit en détail les méthodes et les techniques de recherche que nous avons mobilisées pour mener à bien cette étude, tout en identifiant clairement l'échantillon d'étude.

Tandis que notre étude comporte une partie théorique subdivisée en deux chapitres, qui se concentrent sur le journalisme et les réseaux sociaux numériques, et l'autre sur l'usage des

réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels. Ces chapitres explorent les pratiques et les conséquences de l'utilisation de ces plateformes dans le domaine de l'information.

Quant à la partie pratique, celle-ci est constituée de deux chapitres. Dans le premier chapitre, nous présentons les données et les caractéristiques de notre échantillon, tandis que dans le deuxième chapitre, nous procédons à leur analyse interprétative à la discussion des résultats obtenus et des hypothèses préalablement. Tout au long de ces chapitres, nous incluons des conclusions partielles qui contribuent à la construction d'une conclusion générale.

Partie méthodologique

Chapitre I

Analyse conceptuelle

1. La problématique :

La révolution des technologies de l'information et de la communication (TIC) a entraîné un progrès technique considérable, transformant notre monde à bien des égards. Les TIC englobent divers domaines tels que les réseaux, l'informatique, Internet, les télécommunications, les logiciels, etc. Les TIC ont eu un impact considérable sur notre vie quotidienne, surtout avec l'avènement des réseaux sociaux numériques qui ont profondément transformé la façon dont nous communiquons, travaillons, apprenons, divertissons et consommons.

Les réseaux sociaux numériques (RSN), tels que Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn et YouTube ont également été un vecteur de diffusion de l'information à grande échelle, en permettant aux usagers et internautes de publier des messages, des photos, des vidéos et des liens vers des sites web et des contenus multimédias. Ces nouveaux médias socio-numériques ont métamorphosé les relations interindividuelles et même certaines pratiques professionnelles, comme le journalisme.

Ces outils ne se limitent pas à de simples moyens de tissage des relations, d'échange, de recherche et de diffusion d'informations. « Facebook et Twitter en tête des réseaux sociaux numériques ont été rapidement adoptés par les journalistes comme des outils professionnels à part entière » qui servent « à effectuer de la veille, à repérer des personnes-ressources, à faire la promotion de leur travail, cultiver leur notoriété personnelle (le désormais fameux personalbranding) constituent aujourd'hui des usages professionnels fréquents¹. »

Ainsi, les usages des RSN dans les pratiques journalistiques s'enchevêtrent avec les usages privés « qui relèvent de la simple conversation ou de l'expression des goûts et des préférences personnelles. Différents registres d'expression et modes de communication cohabitent dans le même espace médiatisé : au brouillage des frontières entre privé et public correspond donc un mélange des pratiques de communication sur les réseaux sociaux². »

Depuis l'émergence des premiers sites web d'information au milieu des années 1990, les pratiques journalistiques ont subi des transformations en raison de plusieurs phénomènes, l'usage d'outils informatiques en réseau tient une place centrale dans l'analyse des pratiques professionnelles des journalistes, ces techniques ont toujours joué un rôle important dans les processus de collecte des nouvelles, de socialisation professionnelle des journalistes, en leur

¹Bernhard Rieder, Nikos Smyrniotis, (2011). Les journalismes français sur twitter vus comme un graphe. *La revue des médias*, [Les journalistes français sur Twitter vus comme un graphe | la revue des médias \(ina.fr\)](#), Consulté le 6 mai 2023.

²*Idem*.

permettant de collecter et d'accéder rapidement à une quantité massive d'informations provenant de différentes sources, ce qui facilite leur travail de recherche et de vérification des faits. Les plateformes en ligne, les moteurs de recherche et les bases de données offrent aux journalistes un accès instantané à des archives, des rapports, des études et d'autres ressources précieuses.

En ce sens, « il convient également d'insister sur le fait que l'évolution générale du journalisme contemporain semble être en adéquation avec l'utilisation des réseaux sociaux numériques. Les journalistes professionnels utilisent donc ces plateformes telle que « Twitter, Facebook ou LinkedIn pour entretenir un carnet de contacts fourni. Ils servent également de démontrer leur compétence professionnelle supposée (par exemple à travers le nombre de followers)³. » Cette tendance touche également d'autres travailleurs indépendants tels que les consultants, les communicateurs, les experts, ainsi que les professionnels du web et de l'informatique qui travaillent dans le domaine des médias.

Au cours des dernières années, de nombreux journalistes utilisent leurs propres comptes pour intervenir personnellement sur les réseaux sociaux numériques. Non seulement les journalistes sont très nombreux à utiliser ces plateformes, mais ils sont également parmi les personnes les plus connues du public. Cette présence active sur les réseaux sociaux numériques a également permis aux journalistes d'élargir leur portée et d'attirer de nouveaux publics. Grâce à leur notoriété déjà établie dans le domaine du journalisme, ils bénéficient d'une base de followers préexistante, ce qui leur permet de toucher un large éventail de personnes et d'amplifier la diffusion de leurs contenus.

L'usage des réseaux sociaux numériques permet aux journalistes de partager des informations rapidement et facilement. Cependant cette utilisation soulève des questions quant à son impact sur la qualité de l'information. En effet, elle peut engendrer la propagation de fausses informations communément appelées fake news, si les journalistes ne vérifient pas soigneusement les informations avant de les partager, ils risquent de contribuer à la désinformation et de compromettre leur crédibilité. Ces fausses informations peuvent avoir des conséquences graves, notamment en influençant les décisions des gens, en générant de la confusion ou en alimentant les théories du complot qui peuvent également causer l'incertitude entre les usagers.

Par ailleurs, l'arrivée des plateformes numériques a eu un impact significatif sur les modèles économiques traditionnels de l'industrie des médias basé essentiellement sur les

³Valérie, J.-P., Smyrnaios, N., et Noci, J. D. (2015). Journalisme et réseaux socio numériques : Innovation et mutation professionnelles ou réquisition de "sociabilités". *Revue de communication Sociale et Publique*, 4 (1), p. 3.

annonceurs et revenus publicitaires. Actuellement, les plateformes numériques ont introduit des modèles économiques alternatifs, tels que les abonnements en ligne, les dons, les événements en direct, le marketing d'affiliation et monétisation des contenus par les moteurs de recherche. Les entreprises de médias ont commencé à adopter ces modèles économiques pour compenser la baisse des revenus publicitaires. Au même titre que les entreprises médiatiques, les journalistes aussi utilisent les réseaux sociaux numériques pour des raisons financières et pour monétiser leurs contenus grâce au placement publicitaire en ligne (Partenariats et collaborations), les abonnements numériques en créant des modèles d'abonnements payant pour fournir un accès exclusif à leur contenu sur les réseaux sociaux numériques. Ils peuvent proposer des avantages spéciaux tels que des articles exclusifs, des analyses approfondies ou des entrevues exclusives pour inciter les utilisateurs à s'abonner⁴. Cela permet aux journalistes de générer des revenus à partir de leurs contenus produits en augmentant leur visibilité et leur audience, attirant ainsi l'attention des annonceurs et des sponsors potentiels.

En outre, les réseaux sociaux numériques ont considérablement transformé la manière dont les journalistes professionnels travaillent et interagissent avec leur public. Aujourd'hui, les téléspectateurs ont désormais la possibilité d'être instantanément connectés avec les acteurs médiatiques, où qu'ils se trouvent dans le monde. Selon Oscar Michel⁵, l'utilisation de Facebook Live a modifié la relation entre le journaliste et le spectateur, car il n'y a pas de montage. Il est donc essentiel que Facebook joue un rôle d'éditeur et non seulement de plateforme. Les éditeurs de nouvelles ont perdu le contrôle de la distribution, tandis que les médias sociaux et les plateformes sont devenus les nouveaux éditeurs. Les nouvelles sont maintenant filtrées à travers des algorithmes, ce qui rend leur comportement imprévisible.

Néanmoins, ces plateformes numériques offrent des opportunités inédites, elles leur permettent de collecter et de diffuser leurs reportages de manière innovante, d'interagir directement le public, de trouver des histoires et des sources d'information, de collaborer avec d'autres professionnels des médias, et même de bénéficier de postes de gestion des médias sociaux au sein des médias traditionnels. De plus, ces plateformes ouvrent plus de possibilités dans le travail indépendant ainsi que dans des domaines émergents, les journalistes peuvent

⁴Radio France, (2012). *Comment monétiser l'info sur internet? Pas assez de journalistes de droite sur le service public ?* Radio France <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/regard-sur-les-medias/comment-monetiser-l-info-sur-internet-pas-assez-de-journalistes-de-droite-sur-le-service-public-5404375>, Consulté le 12 mai 2023

⁵ Oscar, M. (2017). *Comment les médias sociaux ont changé le journalisme.* IRISH TECH NEWS, <https://irishtechnews.ie/how-social-media-has-changed-journalism>. Consulté le 09 mai 2023.

ainsi exploiter pleinement ces plateformes pour élargir leur portée, accroître leur visibilité et se connecter avec leur audience d'une manière plus interactive et directe. Cependant, cette évolution pose des défis importants pour les journalistes, notamment en termes de respect de la déontologie, de vérification des informations et de préservation de l'indépendance journalistique. Mais aussi, en termes de la protection de la vie privée et de la sécurité des sources qui devraient également être prises en compte dans l'utilisation des réseaux sociaux numériques par les journalistes.

Ces derniers constituent un élément clé dans le journalisme actuel, en offrant des outils puissants pour diffuser de l'information en temps réel, interagir avec leur public, recueillir des témoignages, suivre l'actualité, promouvoir leur contenu et rester informés sur les sujets pertinents. Ils jouent, donc, un rôle de plus en plus crucial dans la pratique journalistique moderne, car les professionnels des médias ne se contentent plus de l'utilisation des outils traditionnels, mais ils sont également attentifs aux développements des TIC.

En somme, notre étude propose des pistes permettant d'analyser les différents usages des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels. Ainsi, la question fondamentale à laquelle notre recherche tentera d'y répondre est : *Quels usages font les journalistes professionnels algériens des réseaux sociaux numériques, notamment Facebook ?*

Pour mieux saisir cette problématique de recherche, nous examinerons les questions subsidiaires suivantes dans le but d'apporter des éclaircissements :

- Comment les réseaux sociaux numériques (Facebook) peuvent-ils être utiles pour les journalistes professionnelles ?
- Quels défis posent-ils ces réseaux sociaux numériques (Facebook) aux pratiques journalistiques ?

2. Les hypothèses :

Les réseaux sociaux numériques sont devenus un outil incontournable pour les journalistes que ce soit dans leur vie professionnelle ou leur vie sociale. Ils leur permettent d'accéder et de diversifier leurs sources d'information. De plus, les réseaux sociaux numériques offrent aux journalistes un espace d'expression libre et pour valoriser leur travail avec le large public. Sur les RSN, certains journalistes réputés constituent des lanceurs d'alerte et des influenceurs qui soulèvent les préoccupations de la société. Cela aide également ces derniers à constituer des communautés numériques, de s'approcher et d'interagir avec le public. En outre, l'usage des RSN permet aux journalistes professionnels de rester en veille informationnel (social listening).

Après avoir formulé les hypothèses, il est essentiel de définir les concepts clés mobilisés dans la recherche. Cette étape est d'une importance capitale dans le cadre d'une recherche scientifique, car elle permet d'établir une passerelle entre la théorie et la pratique en contextualisant surtout nos variables théoriques.

3. Définitions des concepts clés

Dans le cas de notre recherche, nous nous concentrons sur les concepts clés qui sont mobilisés dans nos questionnements et hypothèses de recherche. En établissant une compréhension précise de ces concepts fondamentaux, pour bâtir une assise pour le travail empirique.

3.1. Usage (s) :

Ce concept se réfère à la manière spécifique et appropriée dont quelque chose est utilisé, appliqué ou exploité pour atteindre un objectif ou répondre à un besoin. Il englobe les actions, les comportements et les pratiques liés à l'utilisation régulière et conforme d'un objet, d'un outil ou d'une ressource, en respectant les principes, les règles ou les normes qui lui sont associés⁶.

Dans notre contexte l'usage des réseaux sociaux numériques, désignent les pratiques des journalistes professionnels sur les RSN, particulièrement Facebook. Des pratiques qui servent à collecter, vérifier, diffuser et interagir avec leur public sur ces plateformes. Il s'agit aussi des techniques adoptées par les journalistes professionnels pour intégrer les réseaux sociaux numériques dans leur travail. À l'exemple de la veille informationnelle, la création de contenus spécifiques pour les réseaux sociaux numériques, l'utilisation de fonctions de qu'offre la plateforme, comme l'interaction directe avec le public.

3.2. Les réseaux sociaux numériques (RSN) :

« C'est des plateformes en ligne qui facilitent la mise en relation de personnes diverses dans le but de favoriser les échanges, que ce soit sur un sujet spécifique ou de manière plus générale. Les RSN sont un moyen de communication permettant les interactions sociales et utilisant la technologie et la création de contenu⁷. »

⁶ Angeliki Monnier, Usage. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. <http://publictionnaire.huma-num.fr/>, consulté le 10 juin 2023

⁷Romain Rissoan, (2011). *Les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google+ - Comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication*(2^eéditions).Herblain : ENI, p.29.

Dans notre étude, nous nous focalisons davantage sur Facebook et ses fonctionnalités qui deviennent des outils importants pour la collecte, la production, la diffusion et la diffusion de l'information. Il s'agit d'une approche qui intègre les pratiques journalistiques traditionnelles avec les outils et les opportunités offerts par ce/ces réseau (x) social (x) numérique (s).

3.3. Communauté numérique

Celle-ci fait référence à « un ensemble d'initiatives et de valeurs qui se sont développés très tôt sur internet, autour de la liberté de partager et d'échanger. Derrière ces communautés d'acteurs, on trouve des objets numériques (logiciels, contenus, et données) auxquels ces valeurs vont s'appliquer, et des licences qui définissent à quelles conditions ces objets seront rendus libres par leurs auteurs⁸. »

Quant à notre contexte, la communauté numérique désigne un groupe de personnes en ligne avec lesquels les journalistes professionnels garde un lien (virtuelle ou réelle) qui leur permet d'interagir, d'échanger, de voir les pratiques virtuelles (publiques) des uns et des autres. Ces communautés constituent une opportunité de visibilité pour les journalistes et des sources d'informations potentielles, des expériences vécues ou des expertises dans des domaines particuliers.

3.4. La veille informationnelle

C'est une « activités continues en grande partie interactive visant à une surveillance active de l'environnement informationnel pour en anticiper les évolutions. Une veille informationnelle est l'ensemble des stratégies mise en place pour rester informé en y consacrant le moins temps possible et en utilisant des processus de signalement automatisés⁹. »

Concernant notre étude, la veille informationnelle réside dans l'usage de ces plateformes numériques par les journalistes pour rester à jour sur les sujets d'actualité, identifier des sources fiables, détecter des tendances émergentes et fournir des informations qui façonnent les opinions du publiques. Cela leur permet d'enrichir leur couverture médiatique et de mieux comprendre les réactions du public sur certaines questions.

3.5. L'interactivité

⁸ Danièle Bourcier, Primavera de Filippi. (2013). Les communautés numériques : Objectifs, principes et différences, *Les Cahiers français : documents d'actualité*, 372, p. 44.

⁹Linda, B. (2020). *Journalistes 2.0*. Paris : L'Harmattan, p. 214.

Celle-ci renvoie à « un acte d'échange d'informations qui tend à rejoindre un point d'équilibre entre un état réceptif et un état actif soit de l'apprenant soit de l'environnement technologique avec lequel il dialogue, en vue d'une satisfaction d'un besoin de connaissances (savoir), à un moment précis et significatif autant pour l'apprenant que pour l'environnement, un processus d'enseignement et d'apprentissage en vue de l'optimiser¹⁰. »

Dans notre contexte de l'usage des RSN par les journalistes professionnels, l'interactivité se réfère aux échanges et au feedback que peuvent susciter les journalistes, à temps réel (ou en déferé), avec leur public et à travers les plateformes numériques. Cela donne la possibilité aux journalistes d'interagir directement avec le public, ou d'avoir des retours (feedback) de gratifications en « j'aime », en commentaires et en partage, ou des critiques. Ces réactions pourraient être d'une utilité importante en termes de compléments et d'enrichissement d'information suivant une diversité de perspectives.

4. Les objectifs de la recherche :

Comme point de départ de notre projet de recherche, notre étude vise à examiner comment les journalistes professionnels algériens utilisent les réseaux sociaux numériques, et comment ils les intègrent dans leurs vie professionnelles et personnelles. Indirectement, nous voulons analyser l'utilité (effets) de cette intégration sur leur travail, ainsi que sur leur vie quotidienne. En examinant ces effets, nous souhaitons mettre en lumière les changements, les défis et les opportunités que les réseaux sociaux numériques apportent à la fois sur le plan professionnel et personnel pour les journalistes. Nous cherchons également à mettre en évidence les pratiques que les journalistes déploient pour s'adapter aux évolutions rapides du paysage médiatique et à exploiter pleinement les opportunités offertes par les réseaux sociaux numériques.

Notre étude a pour but, donc, d'analyser les pratiques des journalistes sur les plateformes les plus populaires, notamment Facebook, et sur la manière dont les journalistes interagissent avec leur public sur ces plateformes. Les résultats peuvent montrer comment les journalistes utilisent les réseaux sociaux pour diffuser rapidement des informations, partager leur travail et y suivre l'actualité.

5. Raisons du choix du thème :

¹⁰ Max Giardina. (1999). *Interactivité, le multimédia et l'apprentissage un dynamique complexe*. Paris : L'Harmattan, p.83

Le choix de notre thème, à savoir « usages des RSN par les journalistes professionnels » a été motivé principalement par l'importance croissante des réseaux sociaux numériques dans le domaine du journalisme professionnel, aux nouvelles possibilités qu'ils offrent, aux défis qu'ils posent et aux implications d'éthiques et sociales qui en découlent. Nous sommes également motivés par notre passion pour les médias, en tant que des étudiantes en journalisme nous avons observé l'impact considérable des plateformes numériques sur la façon dont les informations sont diffusées et consommées de nos jours. À cet effet, nous avons décidé de se concentrer sur les usages que font les journalistes professionnels de ces réseaux sociaux numériques, tout particulièrement Facebook.

6. Études antérieures

Il existe plusieurs études antérieures qui se sont penchées sur le thème de l'usage des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels. Ces études ont exploré différents aspects de cette utilisation, offrant ainsi des perspectives intéressantes sur le sujet. Nous sommes focalisées sur deux études qui nous semblent plus intéressantes à notre thème de recherche. La première étude est un ouvrage intitulé "Journalisme, médias sociaux et intérêt public : enquête auprès de 393 journalistes québécois"¹¹, une enquête réalisée par Judith Dubois met en exergue la place exponentielle qu'occupent les médias sociaux – ou réseaux sociaux – dans la production et la diffusion de l'information par les professionnels du secteur informationnel dans un contexte strictement québécois. Que cela soit pour Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn ou encore Instagram, par leurs fonctionnalités, tous permettent aux journalistes de propager de l'information et d'entrer directement en contact avec le public en s'extrayant des schémas conventionnels. Cet ouvrage se concentre sur l'étude de l'utilisation des médias sociaux par les journalistes au Québec et explore comment cela affecte leur travail et leur rapport à l'intérêt public.

L'enquête a été menée en mars 2019, et cette précision sur le cadre temporel est d'autant plus importante car elle a été réalisée seulement un an avant la crise du Covid-19. Selon J. Dubois, cette période de crise a peut-être transformée, voire amplifiée, les tendances évoquées dans l'étude. Pour mener cette enquête, un questionnaire a été diffusé en ligne auprès de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ). La méthodologie de l'enquête a permis de recueillir à la fois des données quantitatives et qualitatives, sous la forme de

¹¹Judith Dubois, (2021). *Journalisme, médias sociaux et intérêt public : enquête auprès de 393 journalistes québécois*. Québec : Presses de l'université Laval.

commentaires. Au total, 393 professionnels de l'information, tous membres de l'association mentionnée, ont participé à l'étude. La majorité d'entre eux (72%) sont des salariés, et près de la moitié des enquêtés (43,5%) travaillent dans le secteur de la presse quotidienne. Par ailleurs, l'échantillon étudié est composé de professionnels ayant une expérience avancée. En effet, 73,3% d'entre eux exercent la profession depuis plus de dix ans.

Cette étude examine les différentes plateformes de médias sociaux utilisées par les journalistes québécois, ainsi que les objectifs et les stratégies qu'ils déploient lorsqu'ils utilisent ces médias. Il explore également l'impact des médias sociaux sur le processus journalistique, y compris la collecte d'informations, la vérification des faits, la diffusion de l'information et l'interaction avec le public. Une attention particulière est portée à la question de l'intérêt public dans le contexte des médias sociaux. L'ouvrage analyse comment les journalistes québécois perçoivent leur rôle dans la diffusion d'informations d'intérêt public à travers les médias sociaux, ainsi que les défis éthiques et déontologiques auxquels ils sont confrontés. En résumé, cette étude offre une perspective approfondie et empirique sur l'utilisation des médias sociaux par les journalistes au Québec, en mettant en évidence les tendances, les pratiques et les enjeux liés à cette évolution des pratiques journalistiques dans le contexte numérique.

Enfin, cette étude semble pertinente à notre thème, car elle nous offre des informations précieuses en examinant les plateformes utilisées par les journalistes québécois, leurs objectifs et stratégies, ainsi que l'impact des RSN sur le processus journalistique. De plus, l'étude met en évidence les défis et les opportunités auxquels les journalistes sont confrontés. En résumé, cette étude nous aide mieux à comprendre les pratiques des journalistes sur les réseaux sociaux, les transformations induites dans leur travail et les enjeux éthiques liés à cette évolution.

Le deuxième ouvrage sur lequel nous nous sommes référés est « Journalism in the Age of Social Media »¹² (Le journalisme à l'ère des médias sociaux) écrit par B. Franklin et D. Murphy est un ouvrage qui explore l'impact des réseaux sociaux numériques sur le journalisme. Les auteurs examinent comment les journalistes utilisent ces plateformes pour diffuser l'information, interagir avec le public et repérer les tendances émergentes. Dans cet ouvrage, les auteurs analysent comment les réseaux sociaux numériques ont transformé la façon dont les journalistes travaillent et communiquent avec leur public. Ils explorent les stratégies utilisées par les journalistes pour utiliser efficacement les réseaux sociaux numériques dans leur pratique quotidienne. Les auteurs mettent en évidence l'importance des réseaux socio-numériques pour la diffusion de l'information en temps réel et la création d'un engagement du public. Ils

¹²Jennifer Alejandro, (2010). *Journalism in the Age of Social Media*, Reuters Institute : University of Oxford

examinent également les défis et les opportunités que ces plateformes présentent pour les journalistes, notamment en termes de vérification des informations, de gestion de l'interaction avec le public et d'éthique journalistique. En outre, l'ouvrage explore comment les journalistes peuvent utiliser les réseaux socio-numériques pour repérer les tendances émergentes, suivre l'opinion publique et accéder à des sources d'information diverses. Les auteurs fournissent des exemples concrets et des études de cas pour illustrer leurs arguments.

Cette étude propose un lien direct avec notre thème de recherche car elle explore comment les journalistes utilisent ces plateformes pour diffuser l'information, interagir avec le public et repérer les tendances émergentes. En examinant l'impact des réseaux sociaux numériques sur le journalisme, Cette étude a révélé les changements significatifs induits par l'utilisation des réseaux sociaux numériques dans la pratique journalistique. Elle met en lumière les transformations que ces plateformes ont apportées au travail des journalistes, en termes de collecte d'informations, de diffusion de l'information et d'interaction avec le public. Elle explore également les nouvelles stratégies utilisées par les journalistes pour tirer parti efficacement des réseaux sociaux numériques.

Cette étude sera extrêmement utile pour approfondir notre compréhension du thème des usages des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels. Elle nous permettra d'explorer en détail comment les journalistes utilisent ces plateformes pour diffuser l'information, interagir avec le public et repérer les tendances émergentes. En examinant les transformations significatives induites par l'utilisation des réseaux sociaux numériques dans la pratique journalistique, cette étude nous fournira un aperçu clair des changements opérés dans le processus de collecte et de diffusion de l'information, ainsi que dans l'interaction avec le public. Nous pourrions également découvrir les nouvelles stratégies adoptées par les journalistes pour tirer parti efficacement des réseaux sociaux numériques. En outre, cette étude mettra en évidence les défis et les opportunités que ces plateformes présentent pour les journalistes, en mettant l'accent sur des aspects tels que la vérification des informations, la gestion de l'interaction avec le public et l'éthique journalistique. Grâce à cette analyse approfondie, nous pourrions développer une vision plus claire de l'évolution des pratiques journalistiques à l'ère des réseaux sociaux numériques et mieux comprendre les implications de ces nouvelles formes de communication pour les professionnels de l'information.

Nous avons également porté notre attention sur une thèse doctorale¹³, qui constitue notre troisième étude pertinente. C'est une thèse relevant de la spécialité sciences humaines et

¹³Lucile Merra, (2013). *Pour une sociologie des médias sociaux. Internet et la révolution médiatique : nouveaux médias et interactions*, Thèse Doctorat en sociologie. Université Paris Descartes, Paris.

sociales. Cette étude vise à développer une sociologie des médias sociaux en examinant l'impact d'Internet sur la révolution médiatique. Elle explore les nouveaux médias et les interactions qui se produisent dans cet environnement numérique en constante évolution. L'étude se concentre sur l'analyse des médias sociaux en tant que plateformes de communication et de partage de contenu. Elle examine comment ces médias transforment les modes de production, de diffusion et de réception de l'information, ainsi que les dynamiques sociales qui en nécessitent. Le rôle des réseaux sociaux numériques en tant qu'espaces de participation citoyenne, d'expression individuelle et de construction de réseaux sociaux est également étendu. L'objectif de la recherche est de comprendre comment les individus interagissent, échangent des informations, construisent des identités en ligne et s'engagent dans des formes de participation politique et sociale. L'étude a mis en évidence les changements dans les pratiques médiatiques traditionnelles et les effets de ces évolutions sur la société dans son ensemble. Elle s'intéresse aux questions d'accès à l'information, à la diversité des voix médiatiques, à la construction de l'opinion publique, à l'évolution des normes de communication et aux implications socioculturelles de l'utilisation des médias sociaux.

L'étude "Pour une sociologie des médias sociaux. Internet et la révolution médiatique : nouveaux médias et interactions" est pertinente pour notre thème portant sur les usages des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels. Elle fournit un cadre conceptuel et une perspective sociologique pour comprendre comment les journalistes utilisent les RSN, comment cela transforme les pratiques médiatiques et quelles sont les implications socioculturelles de ces interactions. L'étude explore les nouvelles formes de production, de diffusion et de réception de l'information sur les réseaux sociaux, ainsi que les changements dans les normes de communication et la construction de l'opinion publique.

Cette thèse doctorale est une autre étude pertinente que nous avons prise en compte dans notre recherche. Elle nous permettra d'élargir notre compréhension des transformations induites par Internet et les réseaux sociaux dans le paysage médiatique contemporain. Nous pourrions analyser en profondeur les pratiques de production, de diffusion et de réception de l'information sur les plateformes. De plus, cette étude souligne l'importance des RSN en tant qu'espaces de participation citoyenne, d'expression individuelle et de construction de RSN. Grâce à une perspective sociologique, nous pourrions explorer les interactions entre les journalistes et leur public, ainsi que les implications socioculturelles de l'utilisation des RSN. Cette intégration nous offrira un cadre conceptuel solide pour analyser comment les journalistes adaptent leurs pratiques aux nouveaux médias et comment ces transformations impactent le journalisme professionnel dans son ensemble.

Chapitre II

Démarche méthodologique

La démarche méthodologique dans une recherche scientifique est soumise à un processus rigoureux pour mener à bien la recherche et répondre aux objectifs de l'étude. Elle englobe les choix et les décisions liés à la collecte des données, à l'analyse des données et à l'interprétation des résultats.

Dans ce chapitre, nous reviendrons en premier lieu sur la méthode adoptée comprenant l'approche théorique et méthodologique utilisée pour mener cette étude, en mettant l'accent sur la pré-enquête. Nous aborderons aussi la méthode d'échantillonnage et l'identification de l'échantillon, ainsi que les outils de collecte de données, à savoir les entretiens et l'observation. Nous expliquerons également les procédures de l'enquête finale et les mesures prises pour garantir la fiabilité et la validité de notre étude. Tous ces éléments ont été soigneusement réfléchis pour garantir une certaine « objectivité », la plus possible, dans l'élaboration de cette recherche académique.

II .1. Approche théorique et méthodologique :

1.1. La méthode de la recherche :

Chaque méthode de recherche présente des avantages et des limites et il est important pour le chercheur de choisir la méthode la plus appropriée pour répondre à ses questions de recherche et atteindre ses objectifs. Toutefois, il existe différentes méthodes de recherche en sciences humaines et sociales, et le choix de la méthode dépend généralement de la nature du sujet étudié ou de la taille de l'échantillon. Néanmoins, « toute recherche implique le recours à une méthode susceptible de conduire aux résultats attendus. La découverte comme l'invention s'appuie sur une démarche scientifique rigoureuse afin d'assurer la crédibilité des résultats¹⁴. »

Dans le cadre de notre étude portant sur les « Usages des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels », nous avons choisi la méthode étude de cas pour analyser et décrire comment les journalistes utilisent les RSN dans toutes leurs dimensions. En revanche, nous inscrivons cette analyse descriptive dans une approche qualitative afin d'explorer profondément cet objet d'étude. Notamment, les pratiques, les attitudes et les expériences des journalistes professionnels dans leur utilisation des réseaux sociaux numériques. Cette méthode nous permettra de recueillir des données riches et détaillées, en se concentrant sur les interactions sociales, les motivations, les perceptions et les dynamiques sociales qui entourent

¹⁴Agbobli, E. K. M. (2015). *Méthodologie de la recherche et initiation à la préparation des mémoires et des thèses*. Paris : L'Harmattan, p.26.

l'utilisation des réseaux sociaux numériques par les journalistes algériens. Elle favorise également une compréhension approfondie du contexte dans lequel les journalistes interagissent avec le public à travers ces plateformes et des effets que cela peut avoir sur leurs pratiques professionnelles. Celle-ci, nous donnera aussi la possibilité d'explorer la complexité des interactions des journalistes professionnels sur les réseaux sociaux numériques, en mettant l'accent sur les dimensions sociales, professionnelles et individuelles de leur utilisation.

1.2. L'approche théorique

La recherche scientifique exige une méthodologie rigoureuse qui oblige le chercheur à adopter une approche théorique spécifique. Cette approche théorique servira de cadre conceptuel pour orienter le travail de recherche et faciliter l'analyse du phénomène étudié. En fixant une approche théorique appropriée, le chercheur peut délimiter et encadrer sa recherche, ce qui lui permettra d'utiliser un langage conceptuel spécifique et de mieux comprendre le phénomène étudié.

Pour atteindre l'objectif principal de notre étude, nous avons choisi de mettre en œuvre l'approche théorique des usages et gratifications. Selon Serge Proulx¹⁵, cette notion d'usage en sociologie des médias a été introduite par le courant fonctionnaliste américain des "uses and gratifications", qui est étroitement lié à l'École de Columbia. Dans les années 1960 et 1970, où des chercheurs ont pris distance avec la pensée dominante qui décrivait à l'époque l'action des médias uniquement en termes d'effets (c'est-à-dire ce que les médias font aux gens). Ils ont remis en question cette approche centrée sur les médias et ont proposé de recentrer la recherche sur les usages (c'est-à-dire ce que les gens font avec les médias).

L'approche usages et gratifications est la plus pertinente pour étudier l'usage des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels. Cette approche met l'accent sur la satisfaction des besoins individuels des utilisateurs dans leur choix d'utiliser certaines technologies. Dans le contexte des journalistes professionnels, cette approche nous permet d'explorer en profondeur les motivations des journalistes quant à leur utilisation des réseaux sociaux numériques. On peut découvrir les gratifications qu'ils recherchent, telles que l'accès à l'information, la visibilité de leur travail, l'interaction avec le public, le réseautage professionnel ou encore le renforcement de leur identité professionnelle, etc. Cela permet de comprendre les

¹⁵Proulx, S. (2005). *Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui* : enjeux – modèles – tendances. Bordeaux : Presses universitaires de Bordeaux, p. 3.

facteurs qui influencent leur utilisation des réseaux sociaux numériques et les bénéfices qu'ils en tirent dans leur travail.

En optant pour cette approche dans notre étude, nous pourrions donc comprendre les besoins et les motivations des journalistes professionnelles algériens quant à l'usage de ces nouveaux médias socio-numériques.

II.2. Pré-enquête :

La pré-enquête joue un rôle essentiel dans la réalisation d'une recherche scientifique. Son apport est particulièrement important dans les domaines où l'étude de l'humain et de la société est au cœur de l'investigation. La pré-enquête est utile à plus d'un titre, car elle « est en somme un ballon d'essai qui apporte toutes sortes d'informations permettant à l'enquêteur d'éviter des oublis, d'éliminer des imprécisions, de dépasser ses hypothèses plus ou moins a priori, d'écartier certains biais tenant à sa propre vision du problème¹⁶. »

Dans le cadre de notre recherche et dans le but de mieux comprendre notre sujet, nous avons entrepris une phase d'observation préliminaire, par des entretiens exploratoires auprès d'un échantillon de journalistes du journal arabophone El Hayat, dont lequel nous avons effectué un stage pratique qui rentre dans le cursus universitaire.- Cette démarche vise à recueillir le plus d'informations possible pour approfondir notre question de recherche et nous familiariser davantage avec notre sujet. Alors, notre pré-enquête exploratoire s'est déroulée du 14 février 2023 au 14 mars 2023.

Durant ce stage, l'accès à des journalistes professionnels concernés par notre objet de recherche, nous a beaucoup aidé à cerner notre objet de recherche, de recueillir des données et des informations générales. Nous avons analysé attentivement les motivations des journalistes et leur manière d'utiliser les RSN dans l'exercice de leur métier. Ces éléments nous ont aidés à réajuster notre problématique de recherche, à introduire de nouveaux éléments à nos hypothèses et à soigner nos questions.

Cette phase d'exploration de l'objet de recherche sur le terrain, nous a facilité la tâche aussi dans la conception de nos outils de collecte de données pour notre enquête finale.

¹⁶Mallen, M-C. (1982). Guide méthodologique pour la pratique de l'enquête d'opinion. *Travailler en projet*, n°36, pp. 81-106.

II .3. Les outils de collecte de données :

Au cours d'une recherche scientifique, il est essentiel que le chercheur sélectionne les outils les plus adaptés à son sujet d'étude, afin de recueillir des informations pertinentes et obtenir les meilleurs résultats possibles. Ceci permettra au chercheur d'atteindre les objectifs qu'il s'est fixés au préalable. Pour la présente étude, nous avons opté pour deux techniques de recherche, présentées ci-dessous :

3.1. L'entretien :

Dans le cadre de notre recherche, qui est pour rappel qualitative, nous avons choisi, l'entretien comme technique principale de collecte de données pour découvrir les multiples façons dont les journalistes professionnels utilisent les RSN. Nous avons pris en particulier la plateforme Facebook en raison de sa pertinence et sa popularité et les fonctionnalités spécifiques qu'il offre aux journalistes, ainsi que sa représentation du nouveau paysage médiatique contemporain.

Cette technique nous permet une meilleure compréhension du sujet étudié en obtenant des données riches et détaillées sur les expériences, les opinions et les comportements des participants à l'enquête. L'utilisation de guides d'entretien adaptés à l'échantillon étudié permet de recueillir des données cohérentes et comparables, facilitant ainsi l'analyse et la compréhension des résultats.

Ainsi, nous avons conçu un guide d'entretien, semi-directive¹⁷, visant une collecte d'informations nécessaires pour répondre à notre problématique de recherche. Dès lors, notre guide d'entretien comprend un ensemble de questions qui abordent différents aspects liés à notre thématique de recherche. Ces questions sont destinées à une sélection de journalistes professionnels d'âge, de genre et d'expérience différents, travaillant dans diverses rédactions médiatiques (journaux, magazine, radio, TV) dans le but d'avoir une vision plus élargie de ces usages.

Dans notre guide d'entretien, nous avons structuré les questions en trois axes pour explorer les différents aspects d'usages des RSN par les journalistes professionnels, en particulier Facebook. Nous l'avons structuré et réparti en quatre axes:

¹⁷Voir l'annexe n° 1

Dans le premier axe relatif au profil socioprofessionnel des journalistes, nous avons posé des questions préliminaires relatives au profil socioprofessionnel des journalistes (enquêtés). Nous avons demandé des informations telles que l'âge, le dernier diplôme obtenu, ainsi leurs expériences dans le domaine. Ces questions permettent d'obtenir des informations contextuelles et de mieux comprendre le profil de ces professionnels en les assimilant à leurs pratiques numériques sur les RSN.

Le deuxième axe est consacré à l'expérience des journalistes sur les réseaux sociaux numériques, en tant qu'utilisateurs de ces nouveaux médias, en abordant la plateforme la plus utilisée, leurs motivations, le temps alloué et les préférences d'usage. L'objectif de cet axe est de mieux comprendre les habitudes des journalistes sur les RSN, notamment Facebook, et d'explorer en détail leurs expériences à travers leurs usages multiples.

Quant au troisième axe, il porte sur les actions des journalistes, nous nous sommes principalement concentrés sur les usages des journalistes professionnels algériens sur Facebook, en étudiant le type de contenu qu'ils diffusent, les motivations qui sous-tendent ce choix, la monétisation de leur contenu, ainsi que leur approche de la gestion des interactions avec leur public. De plus, nous avons cherché à comprendre leur perception de la communauté numérique en tant que journalistes utilisant cette plateforme.

Enfin, dans le dernier axe, réservé au paysage du journalisme à l'ère des RSN, nous sommes revenues sur les questions relatives aux nouveaux défis et opportunités que Facebook a introduites pour les journalistes, les modifications qu'il engendre dans la publication, la diffusion et la consommation de l'information, ainsi que les problématiques liées à la liberté d'expression et à la propagation de fausses informations. Cela permettra de mieux comprendre l'impact RSN dans le milieu médiatique.

En explorant ces différentes dimensions, notre guide d'entretien nous permettra d'obtenir des informations détaillées sur l'usage du Facebook par les journalistes professionnels, ainsi de comprendre les perspectives, les enjeux et les opportunités liés à cette plateforme.

Après avoir expliqué notre démarche de données basée sur des entretiens, nous avons également choisi d'inclure l'observation comme technique complémentaire aux entretiens.

3.2. L'observation :

Pour une meilleure exploration du phénomène étudié, nous avons combiné nos entretiens avec un autre outil à savoir l'observation non participante, comme outil secondaire de collecte de données dès le début de notre étude de recherche, pour cela nous avons adopté deux aspects complémentaires aux entretiens afin de saisir cet usage des RSN par les journalistes professionnels, notamment Facebook. En premier lieu, nous avons pris en compte nos expériences et nos constats personnels (loin de toute subjectivité), nous avons interrogé cette connaissance à notre démarche d'observation afin que nous puissions interpréter les comportements observés des journalistes professionnels. Dans un second temps, nous avons procédé à l'observation des profils des journalistes professionnels algériens sur Facebook et Instagram. À cet effet, nous avons effectués une grille d'observation¹⁸ complémentaire aux axes du guide d'entretien, dont nous nous focaliserons sur l'examen des activités, des interactions et des types de contenus ainsi que leurs stratégies, etc. En observant directement les différents profils des journalistes professionnels sur Facebook et Instagram¹⁹, nous aurons accès à des données supplémentaires qui peuvent enrichir notre compréhension de leurs usages des RSN.

En combinant les données collectées par ces deux outils, nous pourrons dégager une vision et fournir une analyse plus objective des usages que font les journalistes professionnels algériens de ces réseaux sociaux numériques, notamment Facebook comme cas particulier.

Maintenant que nous avons examiné en détail nos outils de collecte de données, qui dans ce cas spécifique consiste en des entretiens avec des journalistes professionnels algériens et d'observations des profils des journalistes professionnels sur les RSN, il est temps de nous pencher sur l'identification de l'échantillon et la méthode d'échantillonnage.

Pour la précision, il est important de noter que nos entretiens et observations ne peuvent pas couvrir l'ensemble de la population des journalistes algériens qui se situe entre 4000 et 6000 professionnels²⁰, ce qui est vaste et diversifié. Nous devons donc mettre en place une méthode d'échantillonnage appropriée pour sélectionner un échantillon spécifique de journalistes professionnels qui participeront à nos entretiens et observation.

¹⁸ Voir l'annexe n°02

¹⁹ Voir l'annexe n° 03

²⁰Mostefaoui, B. (2016). Note sur la régulation des médias en Algérie. *L'Année du Maghreb*. N°15, pp. 25-28. <https://doi.org/10.4000/anneemaghreb.2772>.

II.5. Population mère et identification de l'échantillon d'étude

La population mère d'étude est : « l'ensemble d'éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments et sur les quels porte l'investigation. »²¹

Dans le contexte de cette étude, notre population d'étude est composée de deux types de populations, la première est représentée par les journalistes professionnels algériens travaillant dans les divers médias nationaux, et la seconde population est représentée par l'ensemble des comptes Facebook des journalistes professionnels algériens qui pourraient être inclus dans notre observation.

À travers la population des journalistes algériens professionnels travaillant dans différentes entreprises médiatiques nous voulons mettre l'accent sur ceux qui utilisent activement la plateforme Facebook dans le cadre de leur travail et dans leur vie sociale.

Alors, la sélection s'est appuyée sur la méthode d'échantillonnage non probabiliste, nommée typique, par choix raisonné. Cela nous permet de sélectionner et d'identifier des journalistes en fonction des critères spécifiques que nous avons dégagées tel que la qualité de contenu, le niveau d'activité sur la plateforme, le nombre d'abonnés, l'interactivité avec le public. En optant pour cette méthode, nous nous assurons que les journalistes inclus dans notre étude représentent une diversité de perspectives, d'expériences et d'activités sur les réseaux sociaux numériques. Cela nous aide à obtenir des informations riches lors des entretiens, dans le but de développer une vision claire de leurs usages des RSN dans le cadre de leur travail et leur vie privée.

Notre échantillon final est constitué de 16 journalistes professionnels algériens, provenant de différentes entreprises médiatiques à savoir : Journal Echourouk, Radio Soummam, Radio nationale chaine 2, le quotidien El-Khabar, le journal El-Hayat, Echourouk news TV, Berbère TV, Ennahar TV et le magazine Echourouk El Arabi, Beur Tv. Ces journalistes sont régulièrement actifs sur les RSN, notamment sur Facebook, publiant du contenu, interagissant avec leur public et participant à des discussions liées à leur domaine d'expertise, ils accordent également une importance particulière à l'engagement avec leur

²¹Maurice Angers, (2014). *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*, 6e édition, CEC ins : Paris p.104

audience sur la plateforme. Ils répondent aux commentaires, aux questions et aux préoccupations des utilisateurs, favorisant ainsi une interaction continue et un dialogue ouvert.

D'autre part, nous avons combinées nos ressources humaines (les journalistes professionnels algériens) à un échantillon de comptes Facebook, pour cela nous avons choisi d'observer les profils des journalistes algériens sur Facebook sélectionner selon les mêmes critères que nos ressources humaines. Cela garantit une cohérence dans les informations collectées et permet de comparer les données de nos entretiens à celles collectées par l'observation des profils sur les RSN.

Les profils des journalistes professionnels algériens que nous avons choisis selon nos observations personnelles se caractérisent par leur curiosité intellectuelle, leur réactivité face aux fonctionnalités de Facebook, leur utilisation des options et fonctionnalités de la plateforme et leurs interactions avec le public.

II.5.2. Enquête finale

« L'enquête sur le terrain, c'est le travail qui consiste, pour le chercheur, à se déplacer sur le terrain et à recueillir auprès des personnes retenues dans l'échantillon les données qui constitueront, en fait, la véritable base de sa recherche, de ce qu'il démontrera ou découvrira. »²²

Dans le cadre de notre étude, l'enquête finale a été menée de manière approfondie et a inclus diverses méthodes de collecte de données. Elle s'est principalement concentrée sur des entretiens avec des journalistes professionnels algériens, ainsi que sur l'observation d'un ensemble de profils sur Facebook et Instagram. Les entretiens ont été réalisés principalement par téléphone, avec quelques réponses reçues par écrit. Les contacts ont été établis à la fois à travers nos connaissances personnelles et en établissant directement des contacts sur les réseaux sociaux numériques.

Le choix d'utiliser des entretiens avec des journalistes professionnels algériens était motivé par notre volonté de comprendre leur expérience spécifique dans l'utilisation des réseaux sociaux numériques. En nous entretenant directement avec eux, nous avons pu obtenir des informations précieuses sur leurs pratiques, leurs perceptions et leurs défis.

²²Aktouf, O(1987), *Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations, Une introduction à la démarche classique et une critique*. Montréal : Les Presses de l'Université du Québec, pp.108

L'observation des profils sur Facebook et Instagram a complété nos entretiens en nous permettant d'analyser les interactions et les contenus partagés par les journalistes sur ces plateformes. Cela nous a donné une perspective plus large sur la façon dont les journalistes utilisent les réseaux sociaux pour communiquer avec le public et influencer les discussions.

Au cours de notre enquête, nous avons rencontré certaines insuffisances, telles que le nombre limité de réponses reçues lors des entretiens. Cette contrainte nous a obligés à relancer certaines questions pour essayer d'obtenir plus d'informations. Nous reconnaissons que cela a pu entraîner une certaine redondance dans les discussions. De plus, De plus, il convient de noter que notre observation des profils sur les réseaux sociaux était également soumise à certaines limites. Bien que nous ayons examiné un ensemble de profils, il est possible que nous ayons manqué certains acteurs importants ou que notre analyse ne soit pas exhaustive. Les profils sur les réseaux sociaux évoluent rapidement, et il est difficile de capturer toutes les interactions et tous les contenus pertinents. Malgré ces limitations, nous avons appliqué des méthodes d'analyse pour minimiser les biais et maximiser la validité de nos résultats. Nous avons également pris soin de sélectionner un échantillon représentatif de journalistes professionnels algériens.

Nous avons étalé notre enquête sur une période définie, afin de fournir des données représentatives et d'observer les tendances sur une période suffisamment longue. Cela nous a permis d'identifier des schémas récurrents et d'obtenir une vision plus complète des pratiques des journalistes sur les RSN.

En conclusion, notre enquête finale, basée sur des entretiens avec des journalistes professionnels algériens et l'observation de profils sur Facebook et Instagram, a fourni des informations précieuses sur l'utilisation des réseaux sociaux numériques par les journalistes et leur impact sur la communication et les discussions publiques. Malgré certaines insuffisances, nous avons appliqué des méthodes d'analyse pour minimiser les biais et maximiser la validité de nos résultats.

Cadre théorique

Chapitre III

Les réseaux sociaux numériques

Une fois que nous aurons établi notre cadre méthodologique, nous plongerons dans le cadre théorique de notre étude, qui s'articule autour de deux axes majeurs : les réseaux sociaux numériques et le journalisme. Dans un premier temps, nous examinerons attentivement l'évolution, les avantages, les inconvénients et les fonctionnalités des RSN, en mettant l'accent sur leur influence sur la production, la diffusion et la consommation de l'information. Ensuite, nous nous pencherons sur le journalisme et son développement au sein de ce nouvel écosystème médiatique en évolution constante. Nous analyserons les défis et les responsabilités auxquels les journalistes sont confrontés lorsqu'ils intègrent les RSN dans leurs pratiques professionnelles, comme aussi nous examinerons les opportunités que les RSN offrent aux journalistes dans différents aspects.

1. Émergence des réseaux sociaux numériques

L'ampleur des changements technologiques des deux dernières décennies a conduit à plusieurs recherches dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC). Les évolutions actuelles dans les méthodes de communication, les interactions verbales et l'écriture donnent naissance à une forme d'interconnexion sociale. Cette nouvelle approche de relation sociale illustrée par les réseaux sociaux numériques, bouleverse les échanges et les interactions interindividuelles, dont les origines, les intérêts et les expériences, etc., sont divers.

L'essor des technologies numériques quant à la légitimité de prévoir des changements au sein des sociétés, semble aujourd'hui eu raison, car le débat s'est déplacé vers la question de l'impact et de la régulation de ces technologies, ainsi que de leur influence sur divers aspects de la vie quotidienne et de la société en général.

Aujourd'hui, comme le souligne Diouf²³, il est évident que ces prévisions soient fondées, car le débat s'est déplacé vers des questions cruciales concernant l'impact et la régulation de cet nouveau espace public, ainsi que son influence sur de nombreux aspects de la vie courante et de la société dans son ensemble.

Les réseaux sociaux numériques ont révolutionné la manière dont les individus interagissent et communiquent où les frontières géographiques et culturelles sont réduites, permettant ainsi des échanges entre personnes qui n'auraient jamais eu l'opportunité de se connecter autrement.

²³Diouf, R. (2023). *Réseaux sociaux numériques et jeunes*. Paris : L'Harmattan, p.26.

Ces plateformes offrent également un moyen efficace de partager des idées, des informations et des expériences, favorisant ainsi la diffusion rapide et étendue de la connaissance. Avec les réseaux sociaux numériques, c'est une nouvelle approche de l'interconnexion sociale qui émerge.

Historiquement Selon François., L. (2023), l'émergence des réseaux sociaux numériques remonte aux années 1990, avec des plateformes telles que SixDegrees.com, offrant aux utilisateurs la possibilité de créer des profils et de se connecter les uns aux autres. Toutefois, ces premiers réseaux sociaux étaient limités en termes de fonctionnalités et d'adhésion. Au tournant des années 2000, l'essor de nouvelles plateformes comme MySpace et Friendster a ouvert la voie à de nouvelles possibilités. Néanmoins, c'est l'avènement de Facebook en 2004 qui a véritablement marqué le début d'une nouvelle ère dans ce domaine.²⁴.

Ce dernier a connu une croissance exponentielle et est devenu le réseau social le plus populaire et le plus influent au monde, comptant « 4,48 milliards d'utilisateurs actifs dans le monde, avec plus d'un être humain sur deux utilise les réseaux sociaux de façon quotidienne en 2023²⁵. »

Et depuis, de nombreux autres réseaux sociaux numériques ont vu le jour, chacun avec ses propres caractéristiques et son public spécifique. Selon toujours François Laurent²⁶, Twitter est devenu une plateforme majeure pour les micro-messages et les discussions en temps réel. Instagram a révolutionné le partage de photos et est devenu un espace privilégié pour la promotion de la culture visuelle. LinkedIn s'est imposé comme le réseau social professionnel par excellence, permettant aux individus de se connecter et de trouver des opportunités d'emploi.

L'émergence des réseaux sociaux dans la société est un phénomène majeur qui a profondément transformé la façon dont les individus interagissent, communiquent et partagent des informations. Ces réseaux sociaux ont également été une conséquence de ce que l'on appelle communément le Web 2.0 depuis 2004. Le Web 2.0 a permis de séparer le contenant (un modèle de page web, un modèle de blog, un modèle de profil sur Facebook, etc.) du contenu (un texte, une image, une vidéo). Auparavant, la publication d'un article nécessitait un bagage technique important et des compétences en langage informatique, ce qui en faisait un territoire réservé aux professionnels et aux codeurs.

2. Les enjeux des réseaux sociaux numériques

²⁴François., L. (2023). *Les réseaux sociaux : une communauté de vie*. Paris : L'Harmattan, p.35

²⁵Diouf, R. (2023). *Op.cit.*

²⁶François., L. (2023). *Op.cit.*

Les réseaux sociaux numériques ont connu une croissance exponentielle ces dernières années, provoquant une véritable révolution dans nos interactions, nos échanges d'informations et nos relations sociales. Ces plateformes ont créé un nouvel univers social, offrant des opportunités étendues, mais également engendrant des enjeux complexes et parfois préoccupants.

En ce sens, Philippe de Grosbois²⁷ souligne que l'intégration du numérique dans nos vies a entraîné des changements profonds dans nos habitudes de communication et d'information.

Cependant, cela soulève plusieurs enjeux importants auxquels il est nécessaire de faire face. Le premier enjeu concerne la vie privée et la sécurité. Les utilisateurs des réseaux sociaux partagent fréquemment des informations personnelles sensibles, ce qui peut compromettre leur confidentialité et leur sécurité des données personnelles et de la protection de la vie privée. Les informations partagées sur les réseaux sociaux peuvent être collectées, analysées et utilisées à des fins commerciales ou même malveillantes.

Il est donc crucial de sensibiliser les utilisateurs aux paramètres de confidentialité et de les encourager à contrôler l'utilisation et le partage de leurs informations. Donc, la sécurité en ligne pose un défi majeur, avec des risques tels que piratage de compte, le harcèlement en ligne et la diffusion de contenus malveillants. Il est essentiel de mettre en place des mesures de sécurité solides et d'accroître la sensibilisation pour protéger les usagers contre ces menaces.

L'autre enjeu que souligne le même auteur est relatif à la désinformation et la manipulation, car les RSN sont souvent utilisés pour propager de fausses informations et influencer les perceptions et les croyances. Il est donc essentiel de trouver un équilibre entre les usages de ces plateformes et la protection des droits et de la vie privée des personnes. Aussi, pour lutter contre ce problème, il est important de mettre en place des stratégies telles que l'utilisation de technologies de détection automatique et d'algorithmes adaptés pour favoriser la visibilité des sources d'informations crédibles.

Ainsi, la régulation des réseaux sociaux et la mise en place de politiques de protection des données sont des enjeux majeurs pour les gouvernements, les organisations et les utilisateurs eux-mêmes.

²⁷De Grosbois., P. (2022). *La collision des récits : Le journalisme face à la désinformation*, Canada : Éco société, pp.48-50

L'autre enjeux et non des moindres, dans l'usage des réseaux sociaux, est l'usage excessif de ces plateformes qui peut avoir un impact négatif sur la santé mentale, contribuant à l'anxiété, la dépression et d'autres problèmes de bien-être mental. Il est donc crucial de promouvoir une utilisation équilibrée des réseaux sociaux et de favoriser des interactions saines en ligne. Bien qu'ils offrent des opportunités de connexion, les RSN peuvent aussi entraîner une diminution des interactions sociales réelles et une certaine forme d'isolement.

Autrement dit, la virtualité dématérialise le physique. Alors, l'auteur suggère de trouver un équilibre entre les interactions en ligne et les contact physique afin de préserver la qualité de nos relations humaines. Surtout quand il s'agit des mineurs où l'enjeu est encore plus critique.

Les enfants et les adolescents sont particulièrement vulnérables aux dangers des réseaux sociaux, tels que le cyber harcèlement, l'exposition à des contenus inappropriés et l'exploitation en ligne. D'où, l'importance de mettre en place des mesures de protection telles que des contrôles parentaux, une éducation numérique adéquate et une surveillance attentive pour garantir leur sécurité.

Donc, les réseaux sociaux numériques présentent un certain nombre d'enjeux complexes qui nécessitent une attention soutenue. Les questions de vie privée, de sécurité en ligne, de désinformation, de dépendance, d'influence et de manipulation, d'impact sur les relations sociales et de protection des mineurs exigent des réponses appropriées.

Sur ce point, de Grosbois²⁸ souligne que les décideurs politiques, les chercheurs et les utilisateurs eux-mêmes ont un rôle à jouer dans la promotion d'une utilisation responsable et consciente des réseaux sociaux. Des réglementations adéquates, des mesures de sécurité renforcées, une éducation aux médias et une sensibilisation accrue sont des éléments clés pour relever ces défis.

Certes les bénéfices de ces RSN sont non négligeables, mais il est plus que nécessaire de prendre en compte les défis liés à la confidentialité, à la désinformation et à la régulation de ces espaces numériques. En veillant à une utilisation responsable de ceux-ci.

Il est aussi possible de maximiser leurs avantages tout en minimisant leurs effets négatifs sur la société. En comprenant ces enjeux et en agissant de manière proactive, nous pouvons exploiter les avantages des réseaux sociaux tout en atténuant leurs conséquences négatives, pour favoriser une utilisation saine et bénéfique de ces plateformes dans notre société.

3. L'autre face des réseaux sociaux numériques

²⁸De Grosbois., P. (2022).*Op.cit*

Les RSN ont révolutionné notre société de multiples façons, apportant des changements profonds et durables. Leur impact s'est étendu à divers domaines, depuis la communication et l'accès à l'information jusqu'à l'expression artistique et l'activisme social, les RSN ont ouvert une porte sans précédent vers l'information et la diversité. Selon Diouf²⁹, grâce à l'immensité des réseaux et à la libéralisation de la production de contenu, tout le monde a désormais accès à une quantité incroyable d'informations, ce qui permet de s'informer, de se cultiver et d'explorer différents domaines de la pensée.

Grâce à ces plateformes, les utilisateurs ont accès instantané à une myriade de contenus provenant de sources du monde entier. En adhérant à des pages, à des médias et à des personnalités qui partagent des points de vue variés, cela donnera une vision globale des réalités du monde et enrichit la compréhension et élargit la perspective des individus sur les problèmes sociaux, politiques et culturels locaux, nationaux et internationaux.

Comme nous l'avons déjà signalé, certes ces RSN offrent des avantages aux usagers, mais pas sans risque en contrepartie, puisque ceux-ci encourent des dangers tels que le vol d'identité. En ce sens, d'après l'émission radio dont nous parlons est intitulée "La Méthode Scientifique" et elle est diffusée sur France Culture. Dans cette émission, un sujet abordé est la modération des réseaux sociaux numériques : Selon Eve, l'un des intervenants de l'émission, des fraudeurs utilisent des informations personnelles pour usurper l'identité des individus et mener des activités frauduleuses. Cette situation soulève des préoccupations quant à la sécurité des utilisateurs, les incitant à redoubler de vigilance et à prendre des mesures de sécurité appropriées pour protéger leurs informations personnelles et leur vie privée sur les plateformes des réseaux sociaux.

Avec les algorithmes et les robots informatique qui se dissimulent derrière les applications, sur les réseaux sociaux, comme les quiz de personnalité, peuvent également être des aspirateurs de données et des informations personnelles qui suivent à la trace les gestes et clics des internautes, et qui pourraient compromettre la vie, les biens et la sécurité des personnes.

L'une des technique que Eve avait observé est l'hameçonnage ciblé, une technique où les fraudeurs se font passer pour des personnes de confiance et envoient des messages personnalisés pour inciter les individus à divulguer leurs informations personnelles. Ces

²⁹Diouf., R-M. (2023). *Op.cit*

attaques ciblées exploitent les informations que les fraudeurs connaissent déjà sur leurs victimes, augmentant ainsi leurs chances de réussite. Par exemple, en utilisant des informations sur les intérêts ou les activités d'une personne, un fraudeur peut se faire passer pour un employé d'une billetterie et essayer d'obtenir les informations de carte de crédit de la victime en prétendant un problème de paiement.³⁰

Les virus informatiques et les logiciels espions sont également propagés via les médias sociaux. Les virus sont souvent transmis par le biais de liens externes envoyés par des contacts déjà infectés, incitant les utilisateurs à cliquer sur ces liens en toute confiance. Alors la prudence doit être de mise avant de cliquer sur des liens ou d'installer des applications, même si cela semble provenir d'un ami, car cela pourrait être un imposteur envoyant des invitations malveillantes.

En outre, les services de géo localisation des RSN, comme Facebook et Instagram, comportent le risque de révéler les déplacements et les activités des utilisateurs. Un service qui suit le mouvement et les déplacements des personnes. Partager des informations sur les voyages ou des achats coûteux peut attirer l'attention des cambrioleurs. Par conséquent, il est recommandé de limiter la visibilité de son emploi du temps sur les médias sociaux en utilisant les paramètres de confidentialité pour partager des statuts et des photos uniquement avec des contacts de confiance plutôt qu'avec le public un autre risque majeur est la compromission de compte par des tiers. Si un imposteur accède à un compte, il peut modifier le profil, inviter les amis à télécharger des virus ou nuire à la réputation de la personne, en particulier sur les réseaux sociaux professionnels tels que LinkedIn. En cas de compromission du compte, il est préférable de contacter l'administrateur du site en question pour fermer le compte et prendre les mesures appropriées³¹.

En résumé, au-delà des avantages que présentent ces RSN, mais ces derniers ont une face cachée qui traque les données et les informations des usagers qui encourent des risques de piratage, de vol d'identité, l'hameçonnage ciblé, la propagation de virus informatiques, la révélation des déplacements et la prise de contrôle de comptes par des tiers. Cela implique, une prudence et une conscience de la part des usagers qui devraient d'adopter des pratiques

³⁰Eve. E, (2022). *Réseaux sociaux, les temps modernes*, Paris : France culture, p.18

³¹Eve. E, (2022). *Op.cit.*

sécurisées lors de l'utilisation de ces médias sociaux afin de protéger leurs informations personnelles et leurs vies privées.

3. La société à l'ère des réseaux sociaux numérique

Les réseaux sociaux numériques ont provoqué une véritable révolution dans notre société et ont eu un impact profond sur la vie quotidienne des individus. Depuis leur apparition, ces plateformes ont radicalement changé notre manière de communiquer, de partager des informations et d'interagir les uns avec les autres. Leur influence s'étend à tous les domaines de notre vie, de nos relations personnelles, à nos comportements en ligne, en passant par notre participation à la sphère publique et notre construction d'identité. Cependant, il est essentiel de reconnaître que les RSN offrent à la fois des aspects positifs et négatifs dans notre société contemporaine.

Les réseaux sociaux numériques ont engendré des transformations culturelles, sociales, politiques et économiques au sein de nos communautés et à grande échelle, produisant ainsi des effets considérables. C'est ce que souligne Manara³² concernant l'opportunité qu'offrent les réseaux sociaux numériques aux utilisateurs, notamment pour explorer librement les idées et les cultures à travers le monde, ce qui élargit leurs horizons et favorise une mentalité ouverte.

Grâce à la création de profils personnels, les individus peuvent interagir à une échelle mondiale, renforçant ainsi leur identité individuelle et facilitant les échanges culturels.

Ces plateformes telles qu'Instagram, Snapchat et Facebook contribuent, donc, au renforcement de la sociabilité, définie comme la capacité d'un individu à vivre en société. Et ces RSN facilitent justement certaines pratiques relatives à cette sociabilité, telles que le maintien du contact avec les amis et la famille, l'expansion du cercle social en ajoutant de nouveaux "amis" et connaissances, le partage des centres d'intérêts, la participation à des communautés de débats, ainsi que l'ouverture sur le monde et les idées.

Sur ce dernier point, Manara³³, note que ces plateformes encouragent activement la diversité et les échanges interculturels en permettant aux utilisateurs d'interagir avec des

³²Manara. C, (2013). *Les réseaux sociaux*, Paris : Diatino, pp.51-52

³³*Idem.*(2022). *Op.cit.*

personnes possédant des croyances, des cultures, des coutumes, des langues et des préférences différentes. Qu'il s'agisse de personnes géographiquement proches ou situées à des milliers de kilomètres sur un autre continent.

Ces espaces numériques donnent alors la possibilité de développer des amitiés avec des perspectives variées. Les réseaux sociaux numériques fournissent également une plateforme d'expression et d'échange libre où chacun peut participer activement à des discussions sur des sujets d'importance nationale, planétaire et humains, même si nos pensées et nos croyances diffèrent de celles des autres.

Par conséquent, l'auteur pense que ces réseaux deviennent des outils puissants pour partager nos positions, orientations et opinions personnelles. De plus, ces plateformes favorisent la convergence des idées et renforcent la mondialisation culturelle en établissant des liens entre différentes cultures et civilisations grâce à une culture de communication partagée entre les utilisateurs.

Par ailleurs, nous pensons aussi que les réseaux sociaux numériques offrent la possibilité de retisser un réseau de contacts perdus de vue en raison de la distance ou des circonstances de la vie.

Cependant, il est essentiel de reconnaître que les réseaux sociaux numériques ne sont pas anodins. Ils peuvent entraîner une perte de temps considérable en raison de l'attrait et de l'engagement des services de divertissement qu'ils proposent, détournant ainsi notre attention de nos responsabilités quotidiennes.

De plus, ils peuvent contribuer à l'isolement social, en particulier chez les femmes au foyer et les personnes âgées, qui peuvent devenir dépendantes de ces plateformes et négliger d'autres aspects importants de leur vie dans l'espace physique.

À ces inconvénients s'ajoute celui de l'utilisation excessive et compulsive de ces plateformes et qui peut entraîner une diminution de la productivité, des problèmes de concentration et une détérioration des relations interpersonnelles dans le monde réel.

Les utilisateurs peuvent se retrouver constamment connectés, obsédés par les notifications mise en évidence par des sonores et des couleurs attirant l'attention et qui développent chez l'utilisateur un réflexe pavlovien. L'avalanche de "j'aime", de partages, de commentaires... peuvent avoir un impact néfaste sur leur bien-être mental et émotionnel.

Donc les réseaux sociaux numériques ont une présence active et une influence sociale considérable dans notre société contemporaine. Leur utilisation a engendré des questions complexes qui méritent notre attention, en particulier chez les jeunes générations qui saisissent l'opportunité pour se mettre en valeur et développer leur créativité. Chaque jeune est désormais capable d'établir des relations, d'échanger des expériences ou des compétences, et de proposer des rencontres avec des individus qui lui sont proches ou même virtuellement avec des personnes géographiquement éloignées. Cependant, cela soulève la question de brassage des cultures puisque Internet et les RSN peuvent-ils, à la fois, être une porte d'accès à la culture et à la contre-culture ?

Cela, ne signifie pas, bien sûr, que nous devons restreindre la liberté d'expression et l'interaction sociale sur ces plateformes. Par contre, il est nécessaire de rationaliser et d'optimiser leur utilisation de manière stratégique notamment par les professionnels de l'information. C'est ce que nous verrons dans le prochain chapitre.

Chapitre IV

**Journalisme et les réseaux sociaux
numériques**

Au fil du temps, le journalisme a connu des évolutions significatives, tant dans sa forme traditionnelle que moderne. Le journalisme traditionnel, qui existe depuis des siècles, était principalement axé sur les médias imprimés. Les journalistes travaillaient au sein de rédactions, collectaient des informations sur le terrain, les analysaient et les présentaient de manière objective aux lecteurs.

Ce processus, bien que relativement lent, offrait une source fiable d'informations pour le public. Pour cela, les avancées technologiques et l'avènement d'Internet ont joué un rôle crucial dans la transformation profonde du journalisme. Dans les éléments suivants, nous allons examiner de près cette évolution et les changements introduits dans la pratique médiatique à l'ère des RSN.

1. Le journalisme à l'heure de l'Internet

Avec les avancées technologiques et l'accessibilité sans précédent à l'information instantanément et en masse, en tout lieu et en tout le temps, ont donné naissance à une nouvelle ère médiatique. Donc, en cet époque de l'Internet, le journalisme connaît des mutations importantes qui parfois posent des défis à l'exercice du métier.

Désormais, les professionnels médiatiques utilisent ce support des supports pour partager et diffuser leurs articles, interagir avec leur public et obtenir des informations en temps réel et joindre des sources au bout du monde. Cette blogosphère avait permis également aux citoyens ordinaires de devenir des « journalistes citoyens » en publiant des informations, des témoignages, des commentaires sur des événements et l'actualité. Ce qui a brisé les frontières traditionnelles, en laissant l'information circuler plus ou moins librement et s'échapper ainsi au contrôle et monopole de pouvoirs publics et des grands acteurs médiatiques.

Dans le même sillage, « cette évolution rapide a eu un impact considérable sur la pratique du journalisme et sur la manière dont les nouvelles sont produites, consommées et partagées. D'un côté, cette transformation a permis une plus grande liberté d'expression et un accès à une diversité de perspectives. Les plateformes en ligne ont donné une voix à ceux qui étaient autrefois marginalisés ou exclus des médias traditionnels.

Les individus peuvent, désormais, partager leurs expériences, leurs opinions et leurs connaissances avec un public mondial, contournant les filtres éditoriaux traditionnels. Cela a favorisé une pluralité de voix et a renforcé la démocratisation de l'information, permettant aux

citoyens de participer activement aux débats et de contribuer à la formation de l'opinion publique³⁴. » Notamment, avec l'émergence des réseaux sociaux numériques, devenus une partie intégrante dans la production, la diffusion, la lisibilité et visibilité des contenus médiatiques.

2. Les réseaux sociaux numériques au service du journalisme

Les réseaux sociaux numériques ont profondément transformé le paysage médiatique et jouent désormais un rôle central dans le métier des journalistes. Ces plateformes numériques offrent aux professionnels de l'information de nouvelles opportunités et des outils puissants pour collecter, diffuser et interagir avec leur public de manière plus rapide et plus directe que jamais auparavant.

Que ce soit pour la recherche d'informations, la couverture en direct d'événements, la création de contenus multimédias ou l'engagement avec les lecteurs, les réseaux sociaux numériques sont devenus incontournable pour les journalistes du 21^e siècle. Ces réseaux sociaux numériques ont transformé le rôle des journalistes de manière fondamentale.

Aujourd'hui, comme le souligne Wamé³⁵ ces plateformes occupent une place centrale dans le métier du journalisme en offrant aux professionnels de l'information de nouvelles opportunités et des outils puissants. Ils permettent aux journalistes de collecter, diffuser et interagir avec leur public de manière plus rapide et plus directe que jamais auparavant. Ces plateformes leur offrent un accès immédiat à une vaste quantité d'informations provenant de sources variées et leur permettent de suivre les dernières tendances et développements en temps réel.

Selon toujours le même auteur, les journalistes peuvent utiliser les réseaux sociaux pour diffuser rapidement leurs propres reportages, articles et vidéos, atteignant ainsi un public beaucoup plus large que par le biais des canaux traditionnels. Les fonctionnalités de partage et de recommandation des réseaux sociaux permettent également de toucher de nouveaux lecteurs et de générer une plus grande visibilité pour leur travail. Les réseaux sociaux numériques offrent également aux journalistes la possibilité d'interagir directement avec leur public. Les

³⁴ PewResearch Center. (2021). News Use Across Social Media Platforms. [En ligne] <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/09/20/news-use-across-social-media-platforms-in-2021/>

³⁵Wamé, B., (2021). *Le journalisme numérique- repenser le paysage médiatique*, Paris : L'Harmattan, p.55

commentaires, les messages privés et les discussions en ligne leur permettent d'obtenir des retours, des idées et des informations supplémentaires de la part des lecteurs, ce qui enrichit leur compréhension des sujets traités et renforce leur relation avec leur audience.

Donc, les réseaux sociaux sont devenus des outils indispensables pour les journalistes dans l'exercice de leur métier, en exploitant ces plateformes de manière réfléchie et prudente, les journalistes peuvent continuer à informer, s'informer et interagir avec leur public de manière instantané ou en différé.

3. L'information à l'ère des réseaux sociaux numériques

À l'ère numérique, l'accès à l'information est devenu plus facile et plus rapide que jamais. Grâce aux avancées technologiques et à l'expansion d'Internet, nous sommes désormais connectés en permanence à un flux continu de nouvelles et de données provenant du monde entier. Cette évolution a profondément transformé la façon dont nous recherchons, consommons et partageons l'information.

Cette révolution numérique a bouleversé la circulation des informations grâce à Internet et aux avancées technologiques. Les données numériques, appelées aussi Big data sont stockées, traitées et diffusées électroniquement pour qu'elles soient accessibles à nouveau au grand public partout dans le monde.

Cependant, cette surcharge d'informations, nécessitant une approche réfléchie et sélective, car pour paraphraser Be Diaf³⁶, les blogs, les sites web et les plateformes de partage de vidéos sont, certes, des moyens populaires de diffusion de l'information par excellence, mais cela peut également poser des problèmes de fiabilité et de vérification des sources.

Autrement dit, les fausses informations sont devenues un défi majeur pour le journalisme et la diffusion d'informations précises et fiables. Selon Etienne³⁷, les réseaux sociaux numériques ont joué un rôle significatif dans la propagation rapide des fausses informations à grande échelle.

Selon lui, l'un des facteurs clés de la propagation des fausses informations sur les RSN est la recherche de l'effet viral. Parce que les algorithmes de ces plateformes sont conçus pour

³⁶Be Diaf., L. (2020). *Journalistes 2.0*. Paris : L'Harmattan, p.110

³⁷ Etienne, R. (2019). *L'éducation aux médias et à l'information (EMI)*. Paris : L'Harmattan, p.42

maximiser l'engagement et encourager le partage de contenu, ce qui favorise la diffusion d'informations sensationnalistes, controversées ou émotionnellement chargées, sans pour autant se soucier de leur véracité. D'après l'auteur, cela conduit à une amplification rapide et à une diffusion généralisée des fausses nouvelles, engendrant ainsi une désinformation à grande échelle.

Malgré cela, l'ère numérique offre une plus grande liberté d'expression et d'accès à une diversité de perspectives. Cependant, elle nécessite également une réflexion continue sur la manière dont les professionnels des médias utilisent cet espace, et sur les compétences nécessaires pour les consommateurs des nouvelles de naviguer dans ce paysage flou et risqué.

En somme, l'ère numérique a transformé le métier de journalisme et a ouvert plus de perspective d'interaction et de visibilité, en offrant de nouvelles opportunités de communication, mais également des défis de gestion et de discernement face à la profusion de contenu disponible.

4. Journalisme et les réseaux sociaux numériques : défis et responsabilités

Le journalisme et les réseaux sociaux numériques entretiennent une relation complexe et étroitement liée dans l'ère moderne de l'information. Alors que les RSN ont révolutionné la manière dont les nouvelles sont produites, consommées et partagées, ils ont également créé de nouveaux défis et responsabilités pour les professionnels du journalisme.

Cette dynamique en constante évolution soulève des questions fondamentales sur la véracité de l'information, la protection de la vie privée, l'éthique journalistique et le rôle du journalisme dans la société. Des interrogations que soulève Be Diaf³⁸ concernant notamment les défis majeurs dans l'environnement médiatique actuel. Pour elle, l'un des défis les plus pressants est la propagation généralisée des fausses informations.

En ce sens, certains critiques, comme l'écrit François Laurent³⁹, estiment que les réseaux sociaux numériques peuvent parfois dévaloriser la pratique journalistique par la propagation de fausses informations et en privilégiant l'effet viral plutôt que l'exactitude. Certains journalistes ont également exprimé des préoccupations quant à la diminution de la rémunération et de la

³⁸Be Diaf., L. (2020). *Op.cit.*

³⁹François., L. (2023).*Op.cit.*

Chapitre IV Journalisme et les réseaux sociaux numériques

reconnaissance de leur travail en raison de la facilité avec laquelle les informations circulent sur les réseaux sociaux numériques.

Alors qu'ils ont toujours joué un rôle crucial dans la fourniture d'informations vérifiées et fiables, les médias se trouvent désormais confrontés à une prolifération de contenus trompeurs et erronés⁴⁰.

Cette réalité met à l'épreuve la crédibilité et l'intégrité des journalistes, les obligeant à redoubler de vigilance dans la vérification des faits, la recherche de sources fiables et la lutte contre la désinformation.

Be Diaf souligne que face à ce défi sans précédent, la responsabilité des journalistes de servir l'intérêt public en tant que gardiens de l'exactitude et de la vérité est plus cruciale que jamais. « La responsabilité du journalisme dans ce nouvel environnement numérique est cruciale. Les journalistes doivent être transparents dans leur travail, en citant leurs sources, en évitant les conflits d'intérêts et en fournissant un contexte équilibré. Ils doivent également être conscients de l'impact potentiel de leurs publications sur les RSN et des conséquences que cela peut avoir sur le public. L'éthique journalistique, telle que l'impartialité, l'exactitude et la protection de la vie privée, doit rester une priorité même dans ce paysage médiatique en constante évolution⁴¹. »

La protection de la vie privée des journalistes est une préoccupation importante dans le domaine du journalisme. Les journalistes jouent un rôle essentiel en tant que gardiens de la liberté d'expression et du droit du public à l'information. Pour exercer leur métier de manière indépendante et impartiale, il est crucial qu'ils puissent préserver leur vie privée. Ainsi « pour assurer une protection adéquate de la vie privée des journalistes, il est essentiel de mettre en place plusieurs mesures. Tout d'abord, les gouvernements devraient adopter des lois qui protègent explicitement la vie privée des journalistes et garantissent leur liberté d'expression, prévoyant des sanctions pour ceux qui portent atteinte à leur vie privée. De plus, il est crucial de protéger les sources journalistiques en incluant des dispositions spécifiques dans la législation pour préserver l'identité des sources confidentielles. Les autorités doivent également prendre des mesures pour assurer la sécurité physique des journalistes et enquêter sur les attaques ou les actes de violence dirigés contre eux. À l'ère numérique, il est essentiel de

⁴⁰Be Diaf., L. (2020). *Op.cit*

⁴¹Be Diaf., L. (2020). *Op.cit*

Chapitre IV Journalisme et les réseaux sociaux numériques

protéger la vie privée des journalistes en ligne en garantissant la sécurité des communications électroniques, en prévenant la surveillance illégale et en sensibilisant à la sécurité numérique⁴². »

En terme de de droits en matière de vie privée et de liberté d'expression, les professionnels médiatiques devraient être informés et accompagné par des formations « pour les aider à comprendre les risques potentiels et à adopter des pratiques de sécurité appropriées⁴³. » Cela peut être même inscrit dans un cadre plus globale « avec les organisations de journalistes et les institutions internationales collaborant pour promouvoir la protection de la vie privée des journalistes à l'échelle mondiale, et lutter contre la violation des droits des journalistes et en termes de liberté d'expression⁴⁴. »

Tous ces défis poussent les acteurs médiatiques et le journalisme en général à se réinventer et s'adapter aux nouvelles réalités du paysage socio-numérique. « Les journalistes doivent renforcer leurs compétences en matière de vérification des faits, de discernement critique et de narration immersive pour se démarquer dans un océan d'informations. Les médias traditionnels doivent également tirer parti des opportunités offertes par les plateformes en ligne pour atteindre un public plus large et engager une interaction plus directe avec les lecteurs. La collaboration entre les médias traditionnels, les plateformes en ligne et les citoyens devient essentielle pour maintenir des standards de qualité et de responsabilité dans la production et la diffusion de l'information. »⁴⁵

Et sur le plan de l'éthique journalistique et le rôle du journalisme dans la société qui sont intrinsèquement liés. Ces principes fondamentaux de journalisme « est essentiel dans le maintien de la démocratie, la défense de l'intérêt public, la promotion de la liberté d'expression et la responsabilisation des acteurs de pouvoir. Les journalistes professionnels doivent donc constamment réfléchir à l'éthique dans mission informationnelle et leur impact sur la société⁴⁶. »

Maintenant, afin de compléter notre mémoire et d'approfondir notre compréhension du sujet, nous avons examiné en détail les différentes théories et concepts pertinents qui sous-tendent notre sujet de recherche. Ces éléments théoriques ont jeté les bases nécessaires pour

⁴²Be Diaf., L. (2020). *Op.cit*

⁴³*Idem.*

⁴⁴*Idem.*

⁴⁵ *Idem.*

⁴⁶International Center for Journalists (ICFJ) - Site web officiel : <https://www.icfj.org/>

Chapitre IV Journalisme et les réseaux sociaux numériques

comprendre les enjeux et les questions clés liées à notre étude sur l'usage des RSN par les journalistes professionnels. Donc nous passerons à la prochaine partie pratique qui nous permettra d'appliquer les concepts théoriques discutés précédemment dans une étude empirique. Pour cela dans la section pratique, nous envisageons d'utiliser une méthodologie spécifique pour collecter des données pertinentes.

Partie Pratique

Chapitre V

Présentation des données

Avant d'aller plus loin dans cette partie, nous tenons à expliquer le déroulement de nos entretiens. Alors, pour garantir une diversité de perspectives, nous avons utilisé deux méthodes d'entretien complémentaires. D'une part, nous avons effectué des entretiens par appel téléphonique avec des journalistes éloignés basés à Alger, provenant de diverses entreprises médiatiques telles que la radio, la télévision, les journaux et les magazines. D'autre part, nous avons également mené des entretiens en face à face avec des journalistes travaillant localement dans des entreprises médiatiques à Bejaïa. Au total, nous avons soigneusement élaboré un guide d'entretien détaillé et nous avons eu l'opportunité de réaliser ces entretiens avec 16 journalistes expérimentés.

Ces entretiens nous ont permis de mener des discussions avec les journalistes, en leur posant des questions élaborées qui vont dans le sens de nos hypothèses de recherche, sur leurs expériences, leurs pratiques et leur utilisation des RSN dans leur travail quotidien. À travers leurs réponses, nous avons pu obtenir un ensemble de données qualitatives, riches et diversifiées, offrant ainsi une perspective approfondie sur les usages des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels.

Une fois les entretiens enregistrés, nous avons entrepris une étape importante consistant à analyser ces données. Notre procédure d'analyse a été réalisée de manière méthodique. Tout d'abord, nous avons écouté attentivement les enregistrements des entretiens pour identifier les thèmes et les sujets clés abordés par les journalistes suivant les axes et variables de notre recherche. Nous avons également pris en compte les nuances, les perspectives différentes et les expériences individuelles exprimées au cours des entretiens. Nous avons aussi pris en considération les citations et les déclarations des journalistes, en les intégrant dans ce cadre pratique de recherche. Ces éléments ont été essentiels pour saisir la richesse et la diversité des informations fournies par nos enquêtés.

Bien sûr, cette analyse thématique survient après une retranscription des entretiens pour organiser les contenus des interviews et faciliter l'extraction des informations pertinentes, en regroupant les données en fonction des thèmes émergents et récurrents suivant nos variables et indicateurs fixés aux préalables. C'est ce qui nous a permis de saisir les détails des réponses et de les assembler suivant des thèmes. Cette démarche nous a permis, donc, de dégager une vision plus large des pratiques et usages des RSN par les professionnels, des médias, interviewés.

Pour mener à bien ces entretiens, nous avons utilisé différents moyens de communications telles que WhatsApp, Messenger et des appels téléphoniques directs aux

numéros des journalistes. Les entretiens ont été planifiés individuellement avec chaque journaliste, en tenant compte de leurs disponibilités. En général, la durée moyenne des entretiens était de 25 minutes. Quant à la langue d'échange, nous nous sommes adaptées aux profils de nos interviewés, en respectant le choix et les préférences linguistiques des enquêtés. Cela pour permettre aux participants à l'enquête de s'exprimer leurs idées aisément. Alors, le français et l'arabe étaient les plus utilisées et même parfois un mélange de Kabyle, pour cela certains verbatims (enregistrer en arabe et kabyle) introduits dans le texte ont fait l'objet de traduction approximative, qui reprend fidèlement le sens exprimé par l'interlocuteur.

L'utilisation d'applications de communication en ligne et des appels téléphoniques nous a permis d'établir une communication efficace et de recueillir les informations nécessaires auprès des journalistes de manière pratique et flexible. Cela nous a également permis de mener les entretiens à distance, en surmontant les contraintes géographiques et en facilitant la participation des journalistes provenant de différentes régions.

V. 1. Profils et caractéristiques des journalistes interviewés

À l'issue des entretiens réalisés, nous avons effectué une synthèse et une présentation détaillée des caractéristiques socioprofessionnelles des journalistes qui ont participé à notre recherche. Notre échantillon comprenait des journalistes travaillant dans divers médias, tels que radio Soummam, Radio Nationale Chaîne 2, Berbère TV, Ennahar TV, Echourouk News TV et des quotidiens comme El-Khabar, El-Hayat et le magazine Echourouk El-Arabi.

Nous avons généré trois tableaux distincts dans le cadre de notre présentation des données, afin de mettre en évidence différents éléments. Le premier tableau illustre la répartition par catégories d'âge, le deuxième présente la répartition selon le type de média, et le troisième met en évidence la répartition selon l'expérience professionnelle. De plus, en complément de ces tableaux, nous avons également présenté d'autres données sous forme de synthèses textuelles.

1-1. Répartition des enquêtés en fonction du genre

Dans le cadre de notre enquête, nous avons mené des entretiens avec 16 journalistes, dont 10 étaient de sexe masculin et 6 de sexe féminin. Malgré une légère prédominance des journalistes hommes, mais nous avons associé des femmes pour diversifier les points de vue sur leurs pratiques numériques (RSN).

1-2. Répartition des enquêtés selon leurs âges

Sur l'ensemble de nos enquêtés, nous avons fait en sorte que nos répondants soient de générations différentes pour dégager une vision plus globale des pratiques des journalistes sur les RSN suivant les tranches d'âges spécifiques, qui va de 25 à 55 ans. L'étalement de notre échantillon sur un ensemble de catégories d'âges : [25-35], [35-45] et [45-55] est motivé par notre volonté d'interroger un éventail représentatif de professionnels de générations différentes, des médias qui utilisent ces plateformes. En fait, par cette démarche nous voulons nous pencher sur les usages générationnels de ces nouveaux médias sociaux numériques. Cette répartition suivant l'âge des enquêtés est synthétisée dans le tableau ci-après :

Tableau n° 1: Répartition des participants selon les tranches d'âge

Réponse	Fréquence
[25-35]	7
[35-45]	6
[45-55]	3
Total	16

1-3. Répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction

Tous les enquêtés que nous avons interrogés ont suivi des études universitaires. La première catégorie correspond à ceux qui ont obtenu une licence en journalisme selon l'ancien système classique en Algérie, tandis que les autres, notamment, les plus jeunes ont poursuivi un master en raison des opportunités offertes par le système LMD (Licence-Master-Doctorat). Il est clair que le métier du journalisme exige un niveau d'instruction élevé afin de faire partie de la corporation. La nature même du travail nécessite des compétences spécifiques telles que la collecte d'informations fiables, la rédaction précise et concise, ainsi que la maîtrise des outils et des techniques de communication médiatique. Ces compétences ne peuvent être acquises que par le biais d'une formation spécialisée tout au long du parcours universitaire des journalistes.

1-4. Répartition des enquêtés en fonction du type de médias

Les journalistes interviewés appartenaient à différentes entreprises médiatiques, à savoir : la radio, la télévision, les journaux et les magazines. Cette diversité de médias incluse dans notre étude est très importante car elle nous permet d'avoir une variété de points de vue sur l'utilisation des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels. Chaque média peut adopter

ses propres pratiques et stratégies en matière de présence en ligne, sachant qu'il existe une distinction entre les entreprises médiatiques publiques et privées.

Alors, nous avons mené nos entretiens avec une animatrice et une commentatrice de la radio Soummam, deux animatrices de la Radio Nationale Chaîne 2, une journaliste de Berbère TV, deux journalistes d'Ennahar TV, deux journalistes d'Echourouk News TV, un journaliste d'El-Hayat Tv et une journaliste d'Algérie 24, une journaliste de beur TV, ainsi que des journalistes de journaux tels qu'un journaliste d'El-Khabar, un rédacteur en chef et un journaliste d'El-Hayat, et deux journalistes du magazine Echourouk El-Arabi. Au total, nous avons interrogé 16 personnes dans le cadre de cette enquête.

Il est important de souligner que les journalistes interrogés provenant de différents médias ont été sélectionnés selon une approche d'échantillonnage raisonné. Cela implique que les participants ont été choisis en tenant compte de notre connaissance préalable et de notre relation avec eux. Notre préexistence de liens avec ces journalistes, qui travaillent dans divers médias, nous a permis de bénéficier d'une compréhension préalable de leur travail et de leurs domaines d'expertise. De plus, ces relations déjà établies ont facilité une communication fluide et une collaboration fructueuse tout au long du processus d'enquête. Cette répartition suivant les fonctions des enquêtés est synthétisée dans le tableau ci-après :

Tableau n° 2: Répartition selon type des médias

Réponse	Fréquence
Radio (soummam, chaîne 2)	4
Télévision (Elhayat tv, ennahar tv, echourouk News, beur tv, berbère tv, Algérie 24)	7
Journal (Elhayat, El khabar)	3
Magazine (Echourouk Al-Arabi)	2
Total	16

1-5. Répartition des enquêtés selon leurs fonctions

Sur l'ensemble de notre échantillon (16 professionnels), nous avons interrogées une diversité de rôles au sein du domaine des médias. Parmi eux, onze (11) d'entre eux se sont identifiés comme étant des journalistes, chargés de rassembler, analyser et rapporter des nouvelles et des événements pour différents médias. Leur rôle est important dans la diffusion d'informations précises, vérifiées et objectives auprès du public. Trois personnes se sont identifiées comme

étant des animateurs. Les animateurs sont responsables de la présentation d'émissions ou de programmes audiovisuels. Ils jouent un rôle clé dans la création de contenus à la fois divertissants et informatifs, en interagissant avec les invités ou le public et en maintenant l'attention des téléspectateurs ou des auditeurs. Un répondant s'est déclaré rédacteur en chef qui a pour tâche de superviser et de coordonner le travail des journalistes et des rédacteurs au sein d'une publication ou d'un média. Ils veillent à la qualité du contenu, à la cohérence éditoriale et à l'application des lignes directrices de l'organisation. Une autre personne a mentionné être un commentateur qui analyse et fournisse des commentaires sur des événements, des problématiques ou des domaines spécifiques. Leur rôle consiste, donc, à apporter des éclairages, des opinions ou des explications supplémentaires sur des sujets d'intérêt général ou spécialisés. Ces différentes fonctions enrichissent notre échantillon et nos données que nous voulons collectées.

1-6. La répartition des enquêtés selon leur expérience professionnelle

Au même titre que la catégorie âge, nous avons essayé d'intégrer une répartition diverse en termes d'années d'expérience. Parmi les répondants, 4 journalistes avaient entre 1 et 5 ans d'expérience, tandis que 3 journalistes comptaient entre 5 et 10 ans d'expérience. De plus, 3 participants avaient une expérience de 10 à 15 ans, et 5 journalistes avaient accumulé entre 15 et 20 ans d'expérience. Enfin, seul un participant déclarait avoir plus de 20 ans d'expérience en tant que journaliste. Ces données illustrent la variété des profils présents dans l'échantillon, reflétant un mélange d'expériences plus récentes et de parcours plus longs dans le domaine du journalisme. Cette répartition suivant les expériences professionnelles des enquêtés est synthétisée dans le tableau ci-après :

Tableau n° 3: Répartition selon les expériences professionnelles

Réponse	Fréquence
[1-5]	4
[5-10]	3
[10-15]	3
[15-20]	5
Plus de 20 ans	1
Total	16

Maintenant, que nous avons présenté les données préliminaires de notre recherche. Nous sommes prêts à avancer vers le prochain chapitre, qui consiste à analyser et interpréter les données collectées à travers les réponses des enquêtés que nous venons de présenter. Nous

examinerons de près les informations que nous avons recueillies afin de tirer des conclusions éclairées et bien détaillées sur l'usage des RSN par les journalistes professionnels. Nous tenons aussi à souligner que ces résultats seront appuyés par ceux de notre observation des comptes et profils des journalistes sur les RSN (Facebook).

Cette méthode complémentaire nous permettra d'obtenir une vision plus complète et nuancée de l'utilisation des réseaux sociaux numériques par l'échantillon de journalistes étudié. En examinant les activités, les publications et les interactions sur ces plateformes, nous serons en mesure d'apporter des éléments concrets pour soutenir nos conclusions.

Dans le cadre de notre projet, nous avons décidé de consulter environ 10 profils de journalistes certifiés⁴⁷. Nous avons entrepris une observation approfondie des comptes et profils de ces journalistes sur les réseaux sociaux numériques, en nous concentrant principalement sur Facebook. Pour ce faire, nous avons mis en place une grille d'observation comprenant plusieurs axes essentiels. Tout d'abord, nous avons collecté des informations de base telles que le genre du journaliste, le média pour lequel il travaille et le type de profil utilisé. Ensuite, nous avons examiné en détail la description du profil, y compris la photo de profil, la biographie et les informations professionnelles. En ce qui concerne le contenu publié, nous avons étudié les types de publications, tels que les articles, les vidéos, les photos et les liens, ainsi que les thématiques soutenues par les journalistes, comme la politique, le sport et la culture. De plus, nous avons analysé l'utilisation des fonctionnalités de Facebook, notamment la fréquence et le contenu des (stories) partagées, ainsi que de diffusions en direct (Live) et les sujets abordés. Nous avons également pris en compte les interactions du public avec les publications, en évaluant le nombre de likes, de partages et de commentaires, ainsi que les réactions positives, négatives et neutres exprimées. Enfin, nous avons étudié la stratégie de visibilité des journalistes, en observant l'utilisation de hashtags pertinents, le recours au sponsoring et la fréquence des publications.

En utilisant les informations obtenues de nos enquêtés et celles provenant de l'observation des comptes sur les réseaux sociaux numériques, nous pourrions étudier plus en détail comment les réseaux sociaux en ligne affectent le travail des journalistes et leurs méthodes de travail. Tout cela prend en compte plusieurs aspects qui nous permettra d'avoir une vision globale de

⁴⁷ Voir l'annexe n°3

la façon dont les journalistes utilisent les réseaux sociaux numériques, en considérant à la fois ce qu'ils pensent et ce qu'ils font réellement.

Enfin, notre prochain chapitre se concentrera sur l'analyse et l'interprétation des données collectées, en utilisant à la fois les réponses des enquêtés et les informations recueillies à travers l'observation des comptes et profils des journalistes sur les réseaux sociaux numériques, notamment Facebook.

Chapitre VI

Interprétation des données

Dans ce chapitre, nous procéderons à l'analyse des données recueillies et à leur interprétation en lien avec nos constats sur le terrain de recherche. À titre de rappel, notre travail empirique s'appuie principalement sur des entretiens réalisés sur la base de vingt questions soigneusement élaborées, et qui ont été adressées à des journalistes professionnels de quelques rédactions différentes qui forme notre échantillon. Ils sont d'une durée de 20 à 30 minutes. Ces entretiens ont fait l'objet d'une analyse de contenu thématique, où nous avons regroupé les tendances générales des réponses des journalistes suivant chaque thème abordé.

Notre objectif principal est de tirer des conclusions significatives et de répondre aux questions de recherche que nous avons formulées initialement comme suit : Quels usages font les journalistes professionnels des réseaux sociaux numériques, notamment Facebook ? Cela est suivi par des questions secondaires : Comment les réseaux sociaux numériques peuvent-ils être utiles pour les journalistes professionnelles ? Quels défis posent-ils ces réseaux sociaux numériques (Facebook) aux pratiques journalistiques ?

C'est ce que nous allons traiter dans ce chapitre reparté en trois sections. Dans la première section, nous aborderons l'expérience des journalistes sur les réseaux sociaux numériques. Ensuite la deuxième portera sur les actions et les pratiques des journalistes professionnels sur les RSN notamment sur Facebook, et enfin, le paysage du journalisme à l'ère des RSN, bien sûr, dans le contexte algérien.

En mettant l'accent sur la plateforme Facebook, nous avons recueilli des données en menant des entretiens avec 16 journalistes professionnels algériens (10 hommes et 6 femmes) et en observant dix pages de journalistes actifs⁴⁸ sur Facebook et Instagram. En combinant ces méthodes de collecte de données et en tenant compte du contexte spécifique de l'Algérie, nous avons pu tirer des conclusions significatives sur les usages en général des RSN par les journalistes, les types de contenus partagés et les pratiques qu'ils adoptent dans ces nouveaux médias socio-numériques.

Les acteurs médiatiques, auxquels nous nous sommes intéressés et dont les rôles varient de l'animateur, au commentateur, en passant par ceux de rédacteur en chef et de journaliste rédacteur, ont un parcours professionnel qui s'étend sur une période de 1 à 20 ans, témoignant de leur expérience et de leur savoir-faire. Ces professionnels sont également actifs sur les réseaux sociaux numériques, en particulier sur Facebook. Ils présentent tous les caractéristiques

⁴⁸Nous accédons assidûment et régulièrement aux pages professionnelles des journalistes.

d'utilisateurs actifs, ils partagent régulièrement du contenu, interagissent avec leur audience, et participent aux discussions en ligne. Leur présence sur les réseaux sociaux leur permet d'établir une connexion directe avec leur public, de générer des réactions et des commentaires, et d'adapter leur travail en conséquence.

IV. 1. Expériences des journalistes sur les RSN

Dans cette section, nous aborderons l'expérience des journalistes sur les réseaux sociaux numériques. Nous examinons les plateformes les plus utilisées par les journalistes étudiés, leurs motivations, le temps qu'ils consacrent à ces réseaux, ainsi que leurs préférences d'utilisation. Cette analyse qualitative nous permettra de mieux comprendre comment les journalistes professionnels s'engagent et interagissent avec les réseaux sociaux numériques dans leur pratique professionnelle et personnelles.

À l'heure actuelle, parmi la multitude de réseaux sociaux numériques disponibles, Facebook est la plateforme de réseautage social le plus visité dans le monde, ce dernier compte plus de «2,9 milliards d'utilisateurs actifs mensuels en 2023, et 2,037 milliards d'utilisateurs actifs journaliers en avril 2023⁴⁹. » Selon une étude réalisée par Medianet Labs⁵⁰ qui est un accompagnateur dans la transformation digitale, Facebook jouit d'une large adoption et d'une popularité significative parmi les utilisateurs algériens. De façon similaire au Facebook, Instagram et Twitter occupent une place importante dans le paysage des RSN. Ces plateformes sont largement utilisées par des millions d'utilisateurs à travers le monde, y compris par les professionnels des médias qui y font recours régulièrement dans leur vie professionnelle et/ou privée.

D'après nos observations sur le terrain lors de notre stage au sein de la rédaction de presse El-Hayat⁵¹, nous avons constaté que les journalistes utilisent activement les réseaux sociaux numériques, en particulier Facebook, pour s'informer et rester connectés à l'actualité. Les journalistes accordent une attention particulière aux conversations en ligne et aux discussions qui se déroulent sur cette plateforme. Ils les utilisent pour recueillir des informations supplémentaires, des points de vue différents et des idées pour leurs articles et reportages. En utilisant Facebook et d'autres réseaux sociaux numériques, les journalistes peuvent ainsi

⁴⁹ Blog modérateur (2023). <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>

⁵⁰ Agence Web, Mobile et Communication Digitale - MEDIANET. (2020). Agence Web, Mobile et Communication Digitale - MEDIANET. MEDIANET. <https://www.medianet.tn/fr/> consulté le 15 juin 2023

⁵¹ Des observations ont été menées au sein de la salle de rédaction du 12 février au 12 mars.

maintenir leur curiosité et leur engagement envers le journalisme, tout en répondant aux attentes de leur public.

À l'issue de nos entretiens avec les journalistes professionnels, nous avons pu relever que le réseau social le plus dominant est Facebook sur l'ensemble des autres réseaux sociaux que nos enquêtés citent, à l'instar de Twitter et Instagram. Cela est expliqué par sa popularité dans le monde, particulièrement en Algérie qui compte, aujourd'hui, plus de 24 millions d'utilisateurs Facebook, soit 55% de la population, dont 62% des utilisateurs est représenté par les hommes contre 38% seulement de femmes⁵², mais aussi en raison des services qu'il propose et les fonctionnalités faciles. À tel point que certains journalistes interviewés considèrent leur présence sur cette plateforme numérique comme une nécessité sociale : « [...] je dois y être présent étant donné que tout le monde y est sur cette plateforme (Facebook)⁵³. »

Au cours de nos entretiens, les journalistes ont souligné que Facebook offre une visibilité accrue et un accès à un large auditoire, ce qui en fait un outil précieux pour promouvoir leur travail et interagir avec leur public. Cependant, augmenter la visibilité et avoir accès au large public nécessite la mise en place de stratégies efficaces. D'après nos observations des profils des journalistes algériens sur Facebook⁵⁴, nous avons remarqué que pour renforcer leur visibilité en ligne, ils utilisent certaines techniques. Ils produisent régulièrement du contenu, avec une variante de fréquence de 2 à 3 publications par jour. Ils s'efforcent de créer un contenu attrayant et de qualité, captivant leur public cible en utilisant des images, des vidéos, des infographies et des textes. L'objectif est de susciter l'intérêt des utilisateurs et d'encourager le partage de leurs publications, tandis que des appels à l'action sont intégrés pour encourager l'interaction et le partage. Le recours à des techniques d'amplification de visibilité est aussi observé dans les pratiques des journalistes sur ces plateformes, à l'image de l'utilisation des hashtags pour booster leurs publications et atteindre un public plus large. De surcroît, les journalistes répondent aux commentaires et messages pour engager une conversation. Mais aussi pour réactiver les algorithmes de ces plateformes numériques, guettant les « mouvements » autour des publications en question, qui prennent en considération l'animation et les réactions des publics pour améliorer le positionnement de ces contenus sur le fil d'actualité.

⁵² Algérie, É. R. S. E. (2020). *Étude réseaux sociaux en Algérie*. MEDIANET.

<https://www.medianet.tn/fr/actualites/detail/etude-reseaux-sociaux-en-algerie/all/1>

⁵³ Entretien avec Assia Mammeri, commentatrice à la Radio Soummam, effectué le 25 mai 2023

⁵⁴ Nous avons un ensemble de profils des journalistes professionnels sur Facebook

À côté de Facebook, Instagram et Twitter sont aussi deux réseaux sociaux appréciés et appropriés par un bon nombre de journalistes algériens, comme moyen pour atteindre un large public et accéder aux différents contenus comme les vidéos et textes, comme le témoigne une jeune journaliste d'Algérie 24 : « Je me sers de Twitter pour rester informée sur les actualités internationales, tandis qu'Instagram me sert à documenter des événements, partager des récits visuels et établir une connexion plus personnelle avec mon auditoire⁵⁵. » Surtout que ces réseaux sociaux (Instagram, Twitter) comptent des communautés numériques très importantes qui avoisine les 2 milliards d'utilisateurs et 368 millions d'usagers actifs, respectivement⁵⁶.

À travers nos observations personnelles⁵⁷ de l'usage des réseaux sociaux numériques par les journalistes algériens, nous avons constaté qu'Instagram est particulièrement le plus utilisé par les jeunes journalistes algériens, car il est connu pour être une plateforme prisée par les influenceurs et les créateurs de contenu. Cela s'explique aussi, par le fait que, les jeunes journalistes sont souvent attirés par les tendances où ils peuvent obtenir des astuces pratiques et des idées créatives de la part de la communauté présente sur la plateforme. À ces deux réseaux cités précédemment, s'ajoute également WhatsApp qui compte 2 milliards d'utilisateurs actifs mensuels à travers le monde, dont l'usage est consacré essentiellement à des fins professionnelles, tant pour communiquer avec leur équipe de rédaction que pour effectuer des travaux à distance et recevoir des communiqués de presse, comme le témoigne un journaliste du quotidien arabophone El-Hayat « [...] je me fie principalement à mes contacts sur WhatsApp pour recevoir des informations nécessaires à intégrer dans mes articles »⁵⁸. Surtout que ce réseau est le plus sécurisé, dont les conversations sont totalement codées ce qui écarte le risque de piratage et d'espionnage.

En termes de possibilités, les RSN offrent une multitude de fonctions et d'options, les utilisateurs peuvent également créer des pages professionnelles ou des groupes selon leurs objectifs et leurs centres d'intérêt qui sortent parfois de la profession journalistique. D'après nos constats sur le terrain les journalistes algériens ont également tendance à profiter des fonctions qu'offrent les pages Facebook, telles que la possibilité d'obtenir des statistiques détaillées sur la portée des publications, d'ajouter des boutons d'appel à l'action, de promouvoir des publicités ciblées, d'interagir avec les utilisateurs via des stories. Un journaliste travaillant à la Radio

⁵⁵ Entretien avec Lamis, M. journalistes à Algérie 24, effectué le 29 Mai 2023

⁵⁶ Blog du modérateur, (2023). <https://www.blogdumoderateur.com/>, consulté le 13 juin 2023

⁵⁷ Observations personnelles résultant de notre utilisation active de la plateforme Instagram.

⁵⁸ Entretien avec Akkour, R. journaliste au journal El-Khabar. Effectué le 8 juin 2023

Soumam partage son expériences en disant : « j'ai créé une page professionnelle dans le domaine éducatif dédiée aux écoliers, cela représente mon domaine spécifique et ma passion⁵⁹. » Ces options permettent à ces journalistes de promouvoir leur travail et de développer leur réseau professionnel sur la plateforme et de s'étendre leur mission de service public. Dans le même sillage, une rédactrice dans un journal électronique témoigne aussi qu'elle utilise une page professionnelle en tant que journaliste pour promouvoir son travail, établir des liens avec un public plus large et recevoir des retours précieux sur ses articles⁶⁰.

Toujours dans le champ des possibilités, Facebook offre aux journalistes l'opportunité de créer des groupes et cela se fait selon des intérêts communs, des hobbies, des causes, des événements, des professions et centres d'intérêt multiples. Comme le rapporte un journaliste interrogé : « la création d'un groupe dans le domaine politique sur Facebook me permet de construire une communauté, de partager mon contenu spécifique à ce domaine et de rester connecté aux dernières actualités et discussions politiques⁶¹. »

Dans leur usage de Facebook, les journalistes interrogés préfèrent mettre le paramétrage public à leurs comptes pour plusieurs raisons. Selon eux, un compte public permet aux journalistes de rendre leur contenu accessible à un large public, ce qui contribue à renforcer leur visibilité et à toucher un plus grand nombre de personnes. Une observation que souligne un journaliste au magazine Echourouk Al-Arabi qui dit : « J'utilise un compte public pour permettre à tous de bénéficier du contenu que je fournis⁶². » D'après les journalistes interrogés, l'utilisation d'un compte public renforce leur compétence et leur professionnalisme en donnant l'impression de transparence et d'ouverture dans leur approche journalistique.

En outre, cette mise en public des comptes facilite l'interaction avec les sources et les lecteurs, permettant aux journalistes d'engager des conversations, de recevoir des informations et de créer un lien plus fort avec leur public. En revanche, d'autres utilisent un compte supplémentaire privé comme le souligne un enquêté qui se soucie de préserver sa vie privée, en s'exprimant librement en dehors de son cadre professionnel via un compte privé⁶³.

Cette utilisation croissante des réseaux sociaux numériques par les acteurs médiatiques a apporté de nouvelles opportunités et motivations aux journalistes algériens, transformant la

⁵⁹ Entretien avec Assia Mammeri. *Op.cit.*

⁶⁰ Entretiens avec Belkis, A, journaliste à Beur TV. Effectué le 9 juin 2023.

⁶¹ Entretien avec Nabil Slimani, journaliste à Ennahar Tv. Effectué le 7 juin 2023.

⁶² Entretien avec Aymen Ben Kacir, animateur à El-hayat Tv. Effectué le 10 juin 2023.

⁶³ Entretiens avec Belkis, A. *Op. cit.*

Dans le même contexte, les journalistes, interrogés, indiquent qu'ils ont un rythme équivalant lors de leur utilisation, ces derniers sont très actifs, consultent les RSN plusieurs fois par jour et de manière quotidienne, certains apparaissent comme de véritables « accros » à l'information, qu'ils consultent en continu tout au long de la journée, en temps réel « [...] je peux dire les RSN c'est une drogue et quand je sens le manque je prends mon temps à consulter⁶⁷. » Quant aux périodes préférées d'activité sur les réseaux sociaux numériques, cela dépend également des préférences et des habitudes individuelles de ces journalistes. Certains sont beaucoup plus actifs le matin pour se tenir au courant des dernières nouvelles comme le témoigne une journaliste à la Radio Soummam : « Dès que je me réveille le matin, ma première action est de saisir mon smartphone et de consulter les dernières actualités⁶⁸. » Tandis que d'autres journalistes interrogés ont tendance à utiliser les RSN le soir, lorsque le trafic en ligne est généralement plus élevé. Certains journalistes se concentrent également sur des périodes spécifiques, et des heures de pointe qui peuvent souvent se produire en début de soirée, généralement entre 18h et 21h, lorsque les utilisateurs sont rentrés chez eux après leur journée de travail ou d'école. Dans le but de maximiser leur visibilité et leur interaction avec leur audience.

Par ailleurs, dans le domaine du journalisme, la certification des comptes est devenue un enjeu majeur. Les fausses nouvelles, la désinformation et les théories des complots se propagent rapidement sur les réseaux sociaux numériques, face à ce défi de nombreux journalistes algériens se tournent vers la certification, « pour établir la crédibilité et le professionnalisme, la certification du compte consiste à soumettre mon travail journalistique à un processus rigoureux d'évaluations et de vérifications cela offre de multiples avantages qui me permettent de se démarquer dans un paysage médiatique saturé où il devient difficile de distinguer les informations fiables et les contenus trompeurs⁶⁹. » Selon ce journaliste les comptes certifiés deviennent ainsi une référence pour le public en quête de sources d'information crédibles et dignes de confiance. Sur ce point, les avis divergent chez les professionnels interrogés.

Pour la majorité des journalistes interrogés, leurs comptes ne sont pas certifiés. Certains d'entre eux jugent que la certification n'est pas leur priorité car ils accordent plus d'importance à l'information et à sa véracité, tandis que la crédibilité et la confiance avec le public sont

⁶⁷Entretien avec AssiaMaameri. *Op.cit.*

⁶⁸*Idem.*

⁶⁹ Entretien avec Aymen Ben Kacir, animateur à El-Hayat Tv. Effectué le 10 juin 2023

acquises par la pratique. Comme l'explique le journaliste du magazine Echourouk Al-Arabi : « La certification du compte peut, certes, apporter une certaine légitimité, mais elle ne garantit pas nécessairement la fiabilité et la qualité du contenu diffusé⁷⁰. » De plus, certains journalistes questionnés estiment que le processus de vérification est complexe notamment en Algérie, couteux et chronophage. Ce désintérêt à la certification des comptes Facebook par les journalistes professionnels peut-être aussi expliqué par d'autres inconvénients, tels que le manque de ressources, l'absence d'organisations spécialisées dans la vérification des faits et les défis liés à l'accès à l'information fiable. Les contraintes financières et logistiques peuvent rendre difficile la mise en place de procédures de vérification rigoureuses et systématiques⁷¹. Donc, les opinions sur la certification des comptes varient en fonction des valeurs individuelles et des expériences professionnelles des journalistes algériens.

En conclusion partielle, l'utilisation des réseaux sociaux numériques par les journalistes offre de nombreuses opportunités et motivations supplémentaires dans leur pratique professionnelle. Les plateformes numériques telles que Facebook, Instagram et Twitter sont utilisées pour étendre leur visibilité, promouvoir leur travail, engager leur public et élargir leur réseau professionnel. Ces outils sont devenus indispensables pour rester informés, partager des informations de manière instantanée et rester connectés avec leur communauté numérique. Cependant, l'usage de ces plateformes socio-numériques n'est pas sans risques, dès lors, il est essentiel de garder une vigilance constante pour garantir la véracité de l'information partagée et maintenir des pratiques responsables dans l'utilisation de celles-ci eu égard aux exigences du métier de journalisme par ces aspects d'éthique, de déontologie qui fait de ces acteurs, des journalistes soucieux et responsables de toutes leurs actions et pratiques publiques virtuelles.

IV. 2. Actions et pratiques des journalistes professionnels sur les RSN

Dans cet axe, nous présentons les différentes pratiques et activités que font les journalistes professionnels sur les réseaux sociaux numériques, plus précisément sur Facebook, et cela, en termes de contenu qu'ils partagent les objectifs qu'ils poursuivent, et leur interaction avec leur communauté numérique. Suivant notre enquête sur le terrain, nous avons pu relever les

⁷⁰Entretiens avec Harounn A. journaliste à Echourouk Al-Arabi. Effectué le 1 juin 2023

⁷¹ Victor, (2023). *Réseaux sociaux : pourquoi et comment certifier ses comptes ?*. <https://idealogueek.fr/pourquoi-certifier-comptes-reseaux-sociaux/>. Consulté le 12 juin 2023.

différentes activités et pratiques des journalistes professionnels sur la plateforme Facebook, leurs présences actives sur celle-ci, ont considérablement engendré de nouvelles habitudes et pratiques dans le métier de journalisme. L'un des aspects clé de ces pratiques est son utilisation pour la collecte d'informations, les journalistes exploitent la puissance de cette plateforme pour trouver des sources, recueillir des témoignages, et obtenir des informations en temps réel. Ainsi, pour suivre les dernières nouvelles et tendances, en se connectant à des groupes ou à des pages pertinentes liées à son champ d'intérêt journalistique. C'est ce que témoigne un journaliste d'Ennahar TV : « cela me permet de rester informé des développements importants, de découvrir de nouvelles idées et de nouer des contacts avec d'autres professionnels du secteur⁷². » Les interviewés relèvent qu'ils accèdent à une diversité de points de vue et des événements en direct qui ne seraient facilement accessible autrement, ils suivent assidûment les pages officielles des organismes et institutions publiques et privés telles que les ministères, les délégations et les personnalités connues afin d'être parmi les premiers à recevoir les informations, une pratique très partagée par de nombreux journalistes: « En tant que journaliste spécialisée en politique, suivre les pages officielles des ministres et lire leurs nouvelles publications me permet de recueillir des informations précieuses pour alimenter ma rubrique⁷³. » Cela dit, Facebook offre aux journalistes la possibilité de partager instantanément leur travail, mais surtout de s'y ressourcer. Ils peuvent publier des articles, des vidéos, des photos et des graphiques, tout en les accompagnants d'un contexte supplémentaire et parfois d'analyses plus ou moins approfondies.

En outre, Facebook offre des possibilités à observer et écouter la société, aussi pour accomplir un travail d'investigation et collaboratif. Les journalistes l'utilisent pour mobiliser leur public et obtenir des informations locales, ou sur des questions sociales et sur des sujets d'intérêt général. En ce sens, Philippe Guilbert⁷⁴, dans son étude menée sur l'utilisation des plateformes numériques de veille sociale, souligne que le social listening joue un rôle important dans le domaine du journalisme. Les résultats de l'étude révèlent que 75 % des journalistes interrogés utilisent régulièrement le social listening pour recueillir des informations et des insights auprès du public. Cette pratique leur permet de surveiller et d'analyser les conversations en ligne, les mentions de marque, les commentaires et les discussions présents sur les réseaux

⁷² Entretien avec Nabil Slimani. *Op.cit.*

⁷³ Entretien avec Kenza. B, journaliste au journal El-Hayat, effectué 24 Mai 2023

⁷⁴ Philippe Guilbert. (2020). *Plateformes de social listening : L'avis des professionnels des études*. <https://www.soft-concept.com/surveymag/plateformes-de-social-listening-lavis-des-professionnels-des-etudes.html>. Consulté le 16 juin 2023

sociaux numériques, les blogs, les forums et autres plateformes en ligne. Le social listening offre ainsi aux journalistes un moyen efficace d'interagir avec leur audience, de rester informés des tendances émergentes et de nourrir leurs reportages avec des perspectives variées. En utilisant cette pratique, les journalistes peuvent mieux comprendre les opinions, les sentiments et les préoccupations du public, ce qui renforce leur capacité à fournir des informations pertinentes et à maintenir une connexion solide avec leur lectorat

En tant que réseau social le plus populaire, Facebook permet aux journalistes de diffuser différents types de contenus. En analysant les conversations recueillies au cours de nos entretiens, il est mentionné que lorsqu'il s'agit de diffuser du contenu sur les réseaux sociaux numériques, les journalistes ont souvent des intérêts particuliers, des connaissances spécialisées ou des passions dans des domaines spécifiques, cela dépend de leur formation académique, comme l'indique un journaliste diplômé en langue français qui préfère publier des contenus en langue française, pour s'exprimer plus clairement et précisément, en s'adressant à un public francophone⁷⁵. Leur expérience professionnelle, leurs hobbies, leurs centres d'intérêt personnels sont aussi associés à leurs pratiques numériques. Comme le résume un journaliste de Berbère TV quand il dit : « j'ai choisi de diffuser un contenu axé sur le domaine de l'art pour combiner ma passion personnelle avec mon travail professionnel et contribuer à promouvoir la diversité artistique et l'importance de l'art dans notre société⁷⁶. » Certains d'entre eux ont également tendance à partager fréquemment leurs articles, une manière aussi de valoriser leur travail, de lui donner plus de visibilité, comme l'explique une journaliste au journal El-Hayat : « en raison de la diminution de l'utilisation du journal imprimé, j'ai pris la décision de créer un contenu exclusivement dédié à la diffusion des articles issus du journal ou je travaille. » En plus des articles les journalistes utilisent Facebook pour partager des vidéos, qui sont devenues un moyen populaire de consommation de contenu en ligne, les vidéos peuvent inclure des reportages, des interviews ou des documentaires. Par ces publications les journalistes cherchent aussi de la gratification de la communauté numérique, comme l'illustre une journaliste travaillant à Algérie 24 « j'ai souvent l'habitude de republier mes VTR sur ma page Facebook, je souhaite également encourager l'interaction avec mes followers en leur demandant leurs préférences et leurs suggestions de sujets à aborder⁷⁷. » C'est l'argument qu'avance d'autres journalistes : « J'ai lancé une page dédiée à ma propre émission culturelle, qui est exclusivement

⁷⁵ Entretien avec Aymen Ben Kacir, animateur à El-Hayat Tv. Effectué le 10 juin 2023

⁷⁶ Entretien avec Kenza.B, *Op.cit.*

⁷⁷ Entretiens avec Lamis, M. journaliste à Algérie 24. Effectué le 29 Mai 2023

diffusée sur les réseaux sociaux numériques, Mon objectif est de créer une expérience immersive pour les spectateurs, où ils pourront découvrir et apprécier différents aspects de la culture à travers mes vidéos⁷⁸. »

Derrière leurs choix de contenu, les journalistes reposent sur diverses motivations qui guident leurs pratiques et leur permettent de fournir des informations pertinentes et engageantes, telles que la mission journalistique, la passion pour la narration, l'écoute du public et le respect des principes d'éthiques, ce qui les guide dans leur choix de contenu pour fournir des informations pertinentes et engageantes. Car pour certains : « l'information est une responsabilité sociale, mon objectif est de favoriser une prise de conscience et de promouvoir une action éclairée à travers les RSN⁷⁹. »

La pertinence occupe également une place centrale dans le choix des journalistes, dont ils cherchent à informer leur public sur des sujets correspondant à leur domaine spécifique, surtout que Facebook leur offre la possibilité de s'exprimer librement et de partager leurs points de vue, leurs expériences et leurs convictions⁸⁰.

En enrichissant leurs contenus, les journalistes peuvent également obtenir des opportunités de revenus supplémentaires. Cela se réalise grâce à leurs pratiques professionnelles de qualité et à leur visibilité accrue sur les RSN. C'est ce qu'on appelle plutôt par la monétisation. Et sur ce point, l'un des principaux moyens de monétisation de l'information par les journalistes algériens sur Facebook est la publicité, parmi les 16 journalistes interrogés, 8 d'entre eux utilisent les outils publicitaires de la plateforme pour cibler leur audience et diffuser des publicités, que ce soit en pertinence avec leur contenu ou indépendamment de celui-ci. Comme l'indique un animateur à EL-Hayat TV : « Grâce à ma présence active sur Facebook, j'ai remarqué une augmentation de l'attention des annonceurs et des sponsors potentiels, ces derniers me contactent pour promouvoir leur produits ou service⁸¹. » En observant⁸² les pages Facebook des journalistes professionnels, le genre de publicité qui y sont associées est souvent axé à la promotion de produits commerciaux. Ces journalistes utilisent leur plateforme pour faire la promotion de marques et de produits qui sont en accord avec leurs intérêts et leur

⁷⁸ Entretien avec Aymen Ben Kacir. *Op.cit.*

⁷⁹ Entretien avec Akkour. R, *Op.cit.*

⁸⁰ Entretien avec Kahina Bouzidane, journaliste à la Radio National chaine 2. Effectué le 27 mai 2023

⁸¹ Entretien avec Aymen Ben Kacir, *Op.cit.*

⁸² Nous avons observé les stories des journalistes quotidiennement sur Facebook.

domaine d'expertise. Cela peut inclure des produits avec des entreprises pour promouvoir des services pertinents pour leur audience.

En examinant attentivement les profils de certains journalistes sur Facebook, nous avons remarqués qu'ils entretiennent des partenariats avec des marques, des organisations ou des entreprises, par exemple un journaliste spécialisé en tourisme peut agir avec une compagnie aérienne pour promouvoir des offres de vols abordables ou partager des conseils de voyage. C'est ce qu'affirment d'autres auteurs, tels que Matthieu Caron⁸³ qui souligne que cette pratique de partenariat et de promotion mutuelle est courante dans le domaine du marketing et des médias. Elle permet aux deux parties de bénéficier de manière réciproque de la visibilité et de l'engagement généré par ces collaborations. La monétisation de l'information par les journalistes professionnels est l'une des variables qui peut influencer directement la réaction du public. Néanmoins, certains auteurs, préconise la prudence, tel que Marion Wyss⁸⁴, consultante spécialisée dans les médias, qui précise que la monétisation de l'information par les journalistes professionnels peut influencer directement la réaction du public, en suscitant des opinions divergentes sur l'éthique, l'intégrité journalistique et la qualité de l'information. Il est essentiel que les journalistes maintiennent un équilibre entre la recherche de revenus et le respect des principes fondamentaux du journalisme, tels que l'exactitude, l'impartialité et la transparence, afin de préserver la confiance et l'engagement du public.

À cet effet, la gestion des interactions avec le public est devenue un aspect essentiel du travail des journalistes à l'ère du numérique contribuant à établir un lien de confiance avec leur public. En écoutant les commentaires, en prenant en compte les préoccupations du public et en fournissant des réponses transparentes, les journalistes établiront une relation plus solide avec leur public, c'est ce que souligne une journaliste travaillant à Beur Tv : « En lisant attentivement ces commentaires, je peux comprendre les préoccupations, les questions et les points de vue de ma communauté, ce qui me permet d'améliorer mon travail et de répondre à leurs attentes⁸⁵. » Les journalistes mettent en place différentes stratégies pour favoriser un échange sain et constructif avec leur public, en utilisant les réseaux sociaux comme outil principal, un rédacteur chef au journal Ennahar indique qu' : « Il est important de reconnaître que chaque

⁸³ Danièle Lamarque. (2018). *Monétiser*. À l'adresse <https://www.cairn.info/revue-gestion-et-finances-publiques.htm>. Consulté le 14 juin 2023

⁸⁴ Chantrel, F. (2019, août 20). Quel avenir pour la monétisation de l'information ; ? *BDM*. <https://www.blogdumoderateur.com/avenir-monetisation-information/>, consulté le 14 juin 2023

⁸⁵Entretiens avec Belkis, *Op.cit.*

interaction est une opportunité d'engagement et de renforcement de la confiance, moi en tant que journaliste je porte une grande attention aux commentaires et y répondre de manière professionnelle et respectueuse⁸⁶. »

Lorsqu'il s'agit de commentaires ou de critiques, les journalistes gardent à l'esprit qu'ils ne peuvent pas plaire à tout le monde. Mais cela ne signifie pas pour autant qu'ils ignorent les opinions divergentes. Au contraire, il est important pour eux de répondre de manière constructive, en fournissant des explications supplémentaires ou en invitant à un débat ouvert. Cela permet de montrer au public leur opinion est prise en compte et que le journaliste est prêt à écouter différentes perspectives. Un point que souligne un journaliste à l'Echourouk News TV : « J'essaye toujours de prendre la critique comme un point positif car elle m'offre une opportunité d'apprentissage et d'amélioration continue⁸⁷. »

Enfin, nous constatons que les journalistes algériens, en tant que médiateurs entre l'information et le public, sont souvent confrontés à diverses réactions et opinions de la part de leur audience. Il est apparu clairement que les journalistes accordent une grande importance à la prise en compte des réactions du public lorsqu'ils prennent des décisions concernant le contenu à produire et la manière de le présenter. La gestion des réactions du public est perçue comme une partie essentielle du travail journalistique, car ceux-ci s'efforcent de maintenir la confiance et l'engagement de leur public.

Lors de notre enquête sur le terrain, les journalistes ont clairement démontré l'importance cruciale de la gestion des réactions du public (feedback) par les journalistes dans leur rôle de lanceur d'alerte et d'influenceur. Les journalistes interviewés ont révélé que les réactions du public ont un impact significatif sur la manière dont les journalistes orientent leur travail. Lorsqu'ils sont concernés en tant que lanceurs d'alerte, leur objectif est de mettre en lumière des problèmes, des injustices ou des faits préoccupants afin de susciter l'attention du public. Comme le révèle une journaliste travaillant à Beur TV : « Mon objectif ultime en tant que lanceur d'alerte et influenceur est de promouvoir la transparence, la justice et le bien-être de la société. Je crois fermement que la vérité et la connaissance sont des outils puissants pour susciter le changement et améliorer notre monde⁸⁸. » En revanche, lorsque les réactions sont négatives ou témoignent d'un manque de compréhension, les journalistes sont confrontés à des

⁸⁶ Entretien avec Nabil Slimani, *Op.cit.*

⁸⁷ Entretien avec Faycel. M, journaliste à Echourouk news. Effectué le 31 mai 2023

⁸⁸Entretiens avec Belkis, A, *Op.cit.*

défis pour continuer à sensibiliser et à informer efficacement. Leur conviction et leur responsabilité vont au-delà de la simple diffusion d'informations, car leur intention vise aussi à susciter des débats, réveiller les consciences sur des sujets d'intérêt général.

En tant que lanceurs d'alerte, ils ont exprimé leur volonté de mettre en lumière des problèmes souvent négligés, de dénoncer des injustices et d'amplifier les voix des victimes ou des personnes marginalisées qu'ils mettent en visibilité, en racontant leurs histoires qui résonnent avec le public et qui illustrent les enjeux de manière concrète et émotionnelle. Comme le souligne une journaliste : « je considère mon rôle comme celui d'un facilitateur du changement. Mon objectif principal est de mettre en les problèmes et les préoccupations de la société, et de mobiliser les individus afin d'évidence le changement positif.»⁸⁹

En tant qu'influenceurs, donc, les journalistes ont affirmé leur engagement à mobiliser l'opinion publique. Ils ont souligné le pouvoir des médias pour mobiliser des mouvements sociaux, pour susciter des débats constructifs et pour favoriser des changements positifs dans la société. Dans le même contexte une journaliste exprime : «j'utilise ma plateforme pour sensibiliser le public, inspirer le dialogue et promouvoir le changement. Je m'efforce de créer un engagement actif en fournissant des informations vraisemblables et en présentant des solutions constructives.»⁹⁰

Dans l'ensemble, les journalistes ont exprimé leur conviction que le rôle de lanceur d'alerte et d'influenceur va au-delà de leur simple métier, mais qu'il est ancré dans leur responsabilité envers la société. Ils se considèrent comme des agents de changement qui cherchent à informer, à sensibiliser et à inspirer leur audience, dans l'espoir de contribuer à un monde meilleur et plus éclairé. Lors de notre enquête sur la perception des journalistes quant à leur rôle de lanceurs d'alerte et d'influenceurs, nous avons également examiné leur perception de la communauté numérique en tant qu'utilisateurs des réseaux sociaux numériques. Les résultats ont mis en évidence des éléments importants révélant leur vision de cette communauté en ligne.

La communauté numérique est bien plus qu'une simple plateforme de communication. Elle est devenue un espace de débat, d'influence et de mobilisation sociale. Les individus se regroupent en communautés en ligne, formant des réseaux d'échange et de partage de connaissances. Cette évolution a également profondément impacté le journalisme et le rôle des journalistes dans la société. Les journalistes professionnels utilisant les RSN, expriment une

⁸⁹Entretien avec Aymen Ben Kacir. *Op.cit.*

⁹⁰Entretiens avec Belkis, *Op.cit.*

perception nuancée de la communauté numérique, dans ce contexte les journalistes ont identifié à la fois les avantages et les défis associés à cette communauté. Du côté positif, ils abordent les avantages tels que la connectivité accrue, comme le souligne une journaliste à la chaîne 2 : « [...] je suis impressionné par la diversité des voix et des perspectives présentes en ligne »⁹¹ d'autre part, certains journalistes ont également exprimé leur préoccupation face aux défis de la communauté numérique. Ils ont relevé la présence de désinformations, de discours haineux et de polarisation, qui peuvent rendre difficile la navigation dans cet environnement en tant que journaliste soucieux de fournir des informations fiables et équilibrées. La vigilance et la vérification des faits, pour contrer la propagation de fausses informations, sont aussi les points préoccupant l'esprit de nos enquêtés. Cette fonction devient de plus en plus présente dans les rédactions, notamment occidentale sous la dénomination de fact-checking. Un aspect que met en valeur une journaliste travaillant à Beur TV : « Je me sens également responsable de fournir des informations fiables, de vérifier les faits et de maintenir des normes d'éthiques élevées, afin de contribuer à la lutte contre la désinformation et de promouvoir un dialogue constructif au sein de la communauté numérique⁹². »

En résumé, les résultats de notre enquête sur les pratiques des journalistes professionnels sur Facebook ont mis en évidence l'augmentation de l'utilisation de cette plateforme par les journalistes, procurant ainsi son importance croissante dans le domaine du journalisme, En utilisant l'approche usage et gratifications, nous pouvons observer que les journalistes sont motivés par le besoin d'accéder à une variété de sources d'informations, d'augmenter leur visibilité et d'établir des liens avec leur public. Grâce à Facebook, ils obtiennent des gratifications telles que la diversification de leurs sources, une portée plus large pour leur contenu, et la possibilité d'obtenir des financements supplémentaires..

IV .3. Le paysage médiatique à l'ère des RSN

Dans cette section, nous allons examiner les opportunités et les défis de la plateforme Facebook qu'elle offre aux professionnels des médias, ses avantages et ses inconvénients ainsi que son impact sur le processus de l'information. Selon les journalistes professionnels algériens interrogés lors de notre recherche sur le terrain, Facebook occupe une place cruciale et apporte une valeur inestimable aux pratiques journalistiques, cette plateforme mondialement populaire

⁹¹Entretien avec Chahra Ait Mohammed, animatrice à la chaîne 2. Effectué le 24 mai 2023.

⁹²Entretiens avec Belkis, *Op.cit.*

⁹²Entretien avec Aymen Ben Kacir, *Op.cit.*

offre une audience massive aux journalistes. Cela permet de diffuser rapidement et efficacement les informations, touchant ainsi un public beaucoup plus large que les médias traditionnels, un privilège qu'offre ce nouvel espace de publicisation numérique tout particulièrement les RSN qui défient les frontières physiques et la contrainte du temps. Dans le même ordre d'idée, les avis de nos enquêtés convergent sur le cas de Facebook qui offre des outils permettant de mieux comprendre les audiences, d'identifier les tendances émergentes et de personnaliser les contenus en conséquence. Cette connaissance approfondie de l'audience aide, en fait, les journalistes à produire un contenu plus adapté, ciblé et engageant.

Selon les journalistes interrogés, Facebook est une plateforme puissante qui permet une diffusion rapide et efficace des actualités et des reportages, dépassant les limites géographiques et culturelles des pays. Les journalistes ont également souligné la facilité avec laquelle ils peuvent partager des stories avec un large public en quelques clics, atteignant ainsi des personnes qui ne seraient peut-être pas exposées autrement à leur travail. De plus, les réseaux sociaux, en particulier Facebook avait rapproché les acteurs médiatiques de leurs publics (lecteurs), en favorisent l'interaction et l'engagement de ces derniers dans les territoires numériques de ces acteurs, permettant, ainsi, aux internautes (lecteurs) de commenter, de partager et de réagir instantanément aux articles, en créant un dialogue direct et en temps réel. En ce sens, les journalistes interrogés estiment que cette interactivité renforce l'impact de leur travail en encourageant la participation et en stimulant les discussions autour des enjeux sociaux, politiques et culturels. Au-delà, des aspects relationnels les communautés numériques (publics) constituent un enjeu important et non des moindres pour les journalistes (médias en général), car elles sont une ressource de gratification de l'égo (louanges, reconnaissances...) et de la réputation des journalistes, mais aussi un élément déterminant dans la monétisation de leur contenu (cas échéant).

Par ailleurs, l'avantage le plus récurrent et que les journalistes récitent demeurent l'accessibilité à l'information et à des contacts en un clic. Une contrainte tant rencontrée dans le métier du journalisme depuis longtemps, particulièrement dans le contexte algérien. Cela dit : « Les réseaux sociaux ont réduit l'effort des journalistes en offrant un accès instantané à l'information, facilitant la recherche de sources et permettant une diffusion rapide des articles⁹³. »

⁹³Entretiens avec Moussa. K, journaliste à la radio Soummam. Effectué le 25 juin 2023.

En outre, l'avantage lié à la visibilité accrue de l'objet promu via les réseaux sociaux a été fréquemment mentionné au cours de nos entretiens effectués. Les propos des professionnels interrogés convergent en majorité pour rejoindre le témoignage de la journaliste travaillant à Algérie 24, et qui résume la situation comme suit : « En comparaison avec un site internet par exemple, l'utilisation de Facebook offrait une visibilité beaucoup plus large en raison du nombre d'utilisateurs qui y sont présents. Alors que les visiteurs consultent un site internet lorsqu'ils ont un besoin spécifique, sur Facebook, les utilisateurs s'y rendent régulièrement pour diverses raisons telles que rencontrer des personnes ou chercher des informations. Ainsi, je pense que l'enjeu de la visibilité sur Facebook est plus large⁹⁴. »

Cependant, il est important de reconnaître les inconvénients associés à l'utilisation des réseaux sociaux numériques notamment Facebook. Les témoignages recueillis auprès des journalistes professionnels tendent tous à soulever la problématique de la désinformation et de la propagation des fausses nouvelles, des pratiques qui peuvent induire en erreur des millions d'internautes. Dans cet ordre d'idée, Hamid Mecheri journaliste et rédacteur à E-Bourse d'Algérie souligne que : « Le non-respect des principes d'éthiques de la profession journalistique peut entraîner de nombreuses erreurs, dont la diffusion d'informations erronées, la diffamation et la propagation de rumeurs⁹⁵. » Cet avis préoccupe l'esprit de nombreux autres professionnels du métier, notamment en termes de protection et de la confidentialité des sources d'informations, car ces plateformes numériques, notamment : « Facebook collecte une quantité importante de données personnelles des usagers et des échanges, ce qui peut compromettre la confidentialité des sources journalistiques. En journalisme il est primordial d'être toujours vigilant afin de préserver la sécurité de nos sources ainsi que la confidentialité des informations sensibles qu'elles partagent⁹⁶. »

En somme, l'utilisation de Facebook par les journalistes professionnels présente des avantages en termes de portée et de diversité des sources, mais aussi des inconvénients tels que la véracité de l'information et la dépendance à une seule plateforme. Ces aspects ont certainement influencé le processus de sélection et de hiérarchisation de l'information.

Avant l'avènement des RSN, les journalistes ont principalement recours aux sources traditionnelles telles que les agences de presse, les journaux imprimés et les contacts directs

⁹⁴Entretiens avec Lamis, M. *Op.cit.*

⁹⁵Entretien avec le journaliste Hamid Mancheri. Effectué le 1 juin 2023

⁹⁶ Entretien avec une Journaliste à Berbère TV. Effectué le 7 juin 2023

pour obtenir des informations. Cependant, avec les RSN et Facebook en particulier, ceux-ci ont modifié les méthodes de travail du métier. Pour de nombreux journalistes professionnels, Facebook est une fenêtre qui s'ouvre à une large et diversité d'actualités, et qui nourrit l'inspiration des journalistes en quête de sujets, d'idées et de témoignages, permettant à ces derniers « d'obtenir des informations provenant de différentes parties du monde ce qui enrichit le processus de sélection des sujet et des nouvelles⁹⁷. » Ce point justement, la notion de la hiérarchisation de l'information comme fondement du métier du journalisme, est déterminant dans la visibilité de contenu et l'interactivité de la communauté numérique. D'autant plus, que ces plateformes numériques en introduit des paramètres informatiques, qui prennent en considération « l'engagement du public », dans le positionnement et le référencement naturel des contenus numériques. Les articles les plus lus, visités et qui suscitent beaucoup de réactions, de partages et de commentaires ont tendance à être mis en avant par les algorithmes de Facebook. Cela signifie que les sujets qui génèrent le plus d'interactions peuvent prendre une place prépondérante dans leur flux d'informations et le fil d'actualité numérique. C'est ce que relève un journaliste d'El-Khabar : « L'influence de Facebook sur mon processus de sélection et de hiérarchisation de l'information en tant que journaliste a entraîné des modifications dans mes méthodes de travail et mes critères de choix, en m'offrant un accès rapide à une variété d'informations tout en m'obligeant à être vigilant face aux biais potentiels de l'algorithme et à maintenir mes normes de qualité et de vérification des faits »⁹⁸

Suivant notre enquête de terrain, Facebook a influencé le processus de sélection et de hiérarchisation de l'information pour certains journalistes professionnels. Cela a introduit de nouvelles sources d'informations, élargi leur perspective, mais aussi posé des défis en termes de filtrage, de vérification des faits et de gestion de l'engagement du public. Une pratique qu'adoptent de nombreux professionnels conscient de ces défis et qui adaptent leurs méthodes de travail au nouveau contexte numérique dans le but de maintenir un journalisme de qualité et l'intégrité du métier⁹⁹. »

Dans leur métier de journalistes, la véracité des faits est une priorité absolue, et cela prend une importance encore plus grande dans le contexte de l'utilisation de Facebook comme plateforme de diffusion d'informations. Les journalistes soulignent, à travers les données recueillies lors des entretiens, l'importance de garantir la fiabilité des informations qu'ils partagent avec leur public,

⁹⁷Entretiens avec Lamis, M, *Op.cit.*

⁹⁸Entretien avec Akkour, R, *Op.cit.*

⁹⁹Entretien avec Kenza, B, *Op.cit.*

les journalistes adoptent une approche rigoureuse, ils s'appuient sur des méthodes éprouvées, telles que le croisement des sources, la consultation d'experts, la triangulation des informations et la lecture critique des faits et de l'actualité partagée sur ces plateformes. De plus, ils tirent parti des outils de vérification des faits disponibles en ligne et collaborent souvent avec leurs collègues journalistes pour confronter leurs recherches. Tout cela est guidé par des principes d'éthiques, tels que, écouter les différents points de vue, « l'objectivité » et la transparence, afin de fournir à leur public des informations fiables et objectives. Dans un contexte où la diffusion de fausses informations est préoccupante, ils s'efforcent de maintenir la confiance du public en apportant des informations précises et vérifiées ou plus tôt comme le déclare une animatrice à la chaîne 2 « il vaudrait mieux de rater l'information que de donner une fausse information¹⁰⁰. » Évidemment, cette problématique n'est pas le propre des journalistes algériens, car elle est préoccupante même dans d'autres contextes, comme les États-Unis, particulièrement depuis l'élection de Donald Trump en 2016. Malgré le principe de vérification des nouvelles dans le métier de journalisme, une étude intitulée « Journalistes et réseaux sociaux : Les grandes tendances¹⁰¹ », rapporte que seulement 29% des informations provenant des réseaux sociaux soient vérifiées en Allemagne. Cette faible vérification peut-être expliquée par les flux importants des informations qui sont diffusés instantanément et sans cesse par des publics multiples et d'horizons divers, parfois mal intentionnés. Cela dit, ce risque d'induction en erreur devrait inciter davantage les journalistes et les médias en général à être prudents, aussi, de mettre en place des mécanismes solides de vérification des informations, comme par exemple un service de fact-checking, lorsqu'ils envisagent de diffuser des informations issues de ces plateformes

En conclusion, notre chapitre sur l'interprétation des données recueillies auprès des journalistes professionnels, ainsi que nos observations sur leurs expériences et pratiques sur Facebook, met en évidence leurs usages sur la plateforme, les entretiens approfondis que nous avons menés avec les journalistes, nous ont permis de comprendre leurs motivations, leurs objectifs et leurs stratégies dans l'usage des réseaux sociaux numériques, en particulier Facebook.

¹⁰⁰ Entretien avec Chahra Ait Mohammed, *Op.cit.* .

¹⁰¹ Journalisme et réseaux sociaux : les nouvelles tendances. ISCPA Écoles. <https://www.iscpa-ecoles.com/tendances-journalisme-reseaux-sociaux/#:~:text=96%25%20des%20journalistes%20utilisent%20les%20r%C3%A9seaux%20sociaux&text=Sans%20grande%20surprise%2C%20Facebook%20arrive,aux%20contenus%20de%20280%20caract%C3%A8res>. Consulté le 18 juin 2023.

VI.4 Discussion et vérification des hypothèses

dans cette section nous reviendrons sur les hypothèses formulées tout au début de notre recherche pour les mettre en évidence après analyse et discussion des résultats empiriques. Pour rappel, au cours de notre recherche, nous avons formulé des hypothèses étroitement liées et complémentaires concernant l'utilisation des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels en Algérie.

En se basant sur les résultats de notre enquête, les journalistes avec lesquels nous avons mené des entretiens ont clairement confirmé les conclusions selon lesquelles les réseaux sociaux numériques sont devenus un outil essentiel dans leur pratique professionnelle.

L'analyse et les discussions de nos résultats de recherche montrent que les journalistes algériens utilisent les RSN, notamment Facebook pour s'informer et rester connectés à l'actualité. Mais aussi pour accéder rapidement et facilement à diverses sources d'informations, réflexions et points de vue différents. Cela, en suivant des comptes de personnalités influentes, de médias et d'experts dans leur domaine, leur permettant ainsi d'obtenir une diversité de perspectives et d'idées pour enrichir leur production journalistique.

Nos résultats révèlent que les RSN offrent aux journalistes un espace de libre expression précieux, où ils peuvent partager leur réflexion, opinion et analyse en toute liberté. Cela leur offre une opportunité de s'exprimer de manière plus authentique sans les contraintes éditoriales souvent présentes dans les médias traditionnels. Cette liberté leur permet de d'explorer des sujets jusqu'à lors non ou moins abordés dans le cadre professionnel. Ces plateformes numériques permettent également une forme de reconnaissance du travail des journalistes. Ces professionnels peuvent partager leurs articles, reportages et analyses avec un large public, ce qui donne plus de notoriété et un retour de gratifications de la part de leurs lecteurs. Cette interaction directe avec le public renforce la visibilité et la crédibilité des journalistes.

Cependant, certains journalistes connus jouent le rôle de lanceurs d'alerte et d'influenceurs sur la RSN. Leur réputation et leur crédibilité dans le domaine journalistique leur permettent de mobiliser le public et de sensibiliser sur des problématiques sociales et des questions importantes.

Enfin, les journalistes utilisent les RSN pour interagir avec leur public et leur communauté numérique. Ces nouveaux médias rapprochent les journalistes et leur public, leur permettant de répondre aux commentaires, aux questions et aux préoccupations des internautes. Les journalistes peuvent également participer à des discussions et rejoindre des communautés numériques afin de collaborer avec d'autres professionnels et d'échanger des informations.

En somme, les résultats de notre recherche nous ont éclaircis grandement dans la compréhension des usages que font les journalistes algériens des réseaux sociaux numériques. Cette recherche met en évidence l'importance d'une utilisation réfléchie et consciente de ces plateformes par ces professionnels des médias.

Conclusion

Notre recherche met tacitement en évidence l'importance et la pertinence de l'usage des réseaux sociaux numériques (Facebook) par les journalistes algériens. Notre étude montre la place incontournable de ces plateformes numériques dans la profession des journalistes. Car, les RSN ont révolutionné la manière dont l'information est diffusée, partagée et consommée. Bien que ces plateformes numériques offrent de nouvelles opportunités, elles présentent également des défis considérables.

Certes, personne ne peut nier l'apport des réseaux sociaux numériques à la profession des journalistes, en termes notamment d'accès aux nouvelles, d'interaction avec leur public, et de visibilité, offrant ainsi aux journalistes une perspective unique et en temps réel sur les événements. Néanmoins, l'identification et la vérification des nouvelles partagées sur ces RSN obligent les journalistes à rester prudents.

À travers ces nouveaux médias socio-numériques, les journalistes peuvent désormais diffuser des nouvelles instantanément, contournant ainsi les processus de publication traditionnels. Cela leur permet de couvrir des événements en direct, de créer un sentiment d'urgence et d'accroître l'engagement du public. Cependant, cette rapidité comporte également des risques, car l'information peut être diffusée sans une vérification rigoureuse, entraînant parfois des erreurs ou la propagation de fausses nouvelles.

De surcroît, l'utilisation des RSN par les journalistes professionnels soulève des questions d'éthiques et de déontologie. En d'autres termes, les journalistes doivent être conscients de ces enjeux et travailler activement pour promouvoir un journalisme responsable et au service de l'intérêt général.

Enfin, l'usage des RSN par les journalistes professionnels en Algérie et partout dans le monde va transformer davantage le paysage médiatique en offrant des opportunités uniques de connectivité, d'engagement du public et de diffusion rapide de l'information. Cependant, cela nécessite une réflexion critique et une responsabilité accrue de la part des journalistes. En intégrant habilement les RSN dans leurs pratiques professionnelles, les journalistes peuvent véritablement exploiter leur potentiel pour informer, éduquer et engager le public d'une manière efficace.

Références bibliographiques

Ouvrage méthodologique :

- Agbobl, E. K. M. (2015). *Méthodologie de la recherche et initiation à la préparation des mémoires et des thèses*. Paris : L'Harmattan.
- Proulx, S. (2005). *Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui : enjeux – modèles – tendances*. Bordeaux : Presses universitaires de Bordeaux.
- Mallen, M-C. (1982). Guide méthodologique pour la pratique de l'enquête d'opinion. *Travailler en projet*, n°36.
- Mostefaoui, B. (2016). Note sur la régulation des médias en Algérie. *L'Année du Maghreb*. N°15 <https://doi.org/10.4000/anneemaghreb.2772>.
- Maurice Angers, (2014). *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*, 6e édition, CEC ins : Paris .
- Aktouf, O(1987), *Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations, Une introduction à la démarche classique et une critique*. Montréal : Les Presses de l'Université du Québec.

Ouvrages sur la thématique :

- Bernhard Rieder, Nikos Smyrnaio, (2011). Les journalismes français sur twitter vus comme un graphe. *La revue des medias*, [Les journalistes français sur Twitter vus comme un graphe | la revue des médias \(ina.fr\)](#),
- Valérie, J.-P., Smyrnaio, N., et Noci, J. D. (2015). Journalisme et réseaux socio numériques : Innovation et mutation professionnelles ou réquisition de "sociabilités". *Revue de communication Sociale et Publique*,.
- Romain Rissoan, (2011). *Les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google+ - Comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication*(2^eéditions).Herblain : ENI.
- Danièle Bourcier, Primavera de Filippi. (2013). Les communautés numériques : Objectifs, principes et différences, *Les Cahiers français : documents d'actualité*, 372.
- Linda, B. (2020). *Journalistes 2.0*. Paris: L'Harmattan.
- Max Giardina. (1999). *Interactivité, le multimédia et l'apprentissage un dynamique complexe*. Paris : L'Harmattan.
- Judith Dubois, (2021). *Journalisme, médias sociaux et intérêt public : enquête auprès de 393 journalistes québécois*. Québec : Presses de l'université Laval.

Références bibliographiques

- Jennifer Alejandro, (2010). *Journalism in the Age of Social Media*, Reuters Institute : University of Oxford
- Lucile Merra, (2013). *Pour une sociologie des médias sociaux. Internet et la révolution médiatique : nouveaux médias et interactions*, Thèse Doctorat en sociologie. Université paris Descartes, Paris.
- Diouf, R. (2023). *Réseaux sociaux numériques et jeunes*. Paris : L'Harmattan.
- François., L. (2023). *Les réseaux sociaux : une communauté de vie*. Paris : L'Harmattan.
- De Grosbois., P. (2022). *La collision des récits : Le journalisme face a la désinformation*, Canada : Éco société
- Eve. E, (2022). *Réseaux sociaux, les temps modernes*, Paris : France culture .
- Manara. C, (2013). *Les réseaux sociaux*, Paris : Diateino.
- Wamé, B., (2021). *Le journalisme numérique- repenser le paysage médiatique*, Paris : L'Harmattan .
- Be Diaf., L. (2020). *Journalistes 2.0*. Paris : L'Harmattan.
- Etienne. R, (2019). *L'éducation aux médias et à l'information (EMI)*. Paris : L'Harmattan.

Web site :

- Victor, (2023). *Réseaux sociaux : pourquoi et comment certifier ses comptes ?*. <https://idealogeek.fr/pourquoi-certifier-comptes-reseaux-sociaux/>.
- International Center for Journalists (ICFJ) - Site web officiel : <https://www.icfj.org/>
- Blog modérateur (2023). <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>
- Agence Web, Mobile et Communication Digitale - MEDIANET. (2020). Agence Web, Mobile et Communication Digitale - MEDIANET. MEDIANET. <https://www.medianet.tn/fr/>
- Algérie, É. R. S. E. (2020). *Étude réseaux sociaux en Algérie*. MEDIANET. <https://www.medianet.tn/fr/actualites/detail/etude-reseaux-sociaux-en-algerie/all/1>
- Philippe Guilbert. (2020). *Plateformes de social listening : L'avis des professionnels des études*. <https://www.soft-concept.com/surveymag/plateformes-de-social-listening-lavis-des-professionnels-des-etudes.html>.
- Danièle Lamarque. (2018). *Monétiser*. À l'adresse <https://www.cairn.info/revue-gestion-et-finances-publiques.htm>.

Références bibliographiques

- Chantrel, F. (2019, août 20). Quel avenir pour la monétisation de l'information ; ? *BDM*. <https://www.blogdumoderateur.com/avenir-monetisation-information/>
- Journalisme et réseaux sociaux : les nouvelles tendances. *ISCPA Écoles*. <https://www.iscpa-ecoles.com/tendances-journalisme-reseaux-sociaux/#:~:text=96%25%20des%20journalistes%20utilisent%20les%20r%C3%A9seaux%20sociaux&text=Sans%20grande%20surprise%2C%20Facebook%20arrive,aux%20contenus%20de%20280%20caract%C3%A8res.>
- PewResearch Center. (2021). News Use Across Social Media Platforms. [En ligne] <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/09/20/news-use-across-social-media-platforms-in-2021/>
- Radio France, (2012). *Comment monétiser l'info sur internet? Pas assez de journalistes de droite sur le service public ?* Radio France <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/regard-sur-les-medias/comment-monetiser-l-info-sur-internet-pas-assez-de-journalistes-de-droite-sur-le-service-public-5404375>
- Oscar, M. (2017). *Comment les médias sociaux ont changé le journalisme*. *IRISH TECH NEWS*, <https://irishtechnews.ie/how-social-media-has-changed-journalism>.
- Angeliki Monnier, Usage. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. <http://publictionnaire.huma-num.fr/>

Annexes

Annexes01 :

Guide d'entretien

Contexte de l'entretien

Cet entretien s'inscrit dans le cadre de la préparation du mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme de Master 2 en Presse imprimée et électronique à l'université Abderrahmane Mira. Celui-ci a pour objectif d'étudier l'usage des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels, en particulier Facebook. Nous cherchons à comprendre les expériences et les motivations qui poussent ces professionnels à utiliser les RSN dans leur travail et vie privée. Nous voulons comprendre également les défis et les opportunités que Facebook présente pour les journalistes professionnels. Alors, votre contribution à ce travail sera très appréciée, nous tenons également à vous assurer que nous respectons votre souhait d'anonymat, si vous préférez ne pas divulguer votre identité ou toute autre information personnelle dans le cadre de notre échange.

Axe 1 : Profil socioprofessionnel des journalistes

Nous allons commencer d'abords par quelques questions préliminaires :

1. Quel âge avez-vous ?
2. Quel est votre dernier diplôme obtenu ?
3. Pouvez-vous nous parler de la fonction que vous occupez actuellement et de votre expérience dans ce domaine?

Axe 2 : Expérience sur les réseaux sociaux numériques

Beaucoup de journalistes utilisent plusieurs RSN pour des fins multiples, alors vous qui êtes journaliste :

1. Quels RSN utilisez-vous souvent ? Pourriez-vous également nous préciser s'il s'agit d'un compte personnel, d'une page professionnelle ou d'un groupe ?
2. Avez-vous choisi un profil privé ou public ? pour quoi ?
3. Quelles sont les motivations qui vous poussent à utiliser cette plateforme ?
4. Pourriez-vous nous indiquer le temps que vous consacrez quotidiennement aux RSN ?
5. Quel est votre rythme d'utilisation ou de consultation de ces plateformes ? Avez-vous des périodes préférées où vous êtes plus actif sur les réseaux sociaux numériques ?
6. Votre compte est-il certifié ? pourquoi ?

Axe 2 : Les actions et les pratiques des journalistes professionnels sur Facebook

En termes d'activités et de pratiques sur ce réseau

7. Pouvez-vous nous décrire vos pratiques sur Facebook ?
8. Quel type de contenu que vous diffusez sur Facebook ?
9. Quelles sont les motivations derrière le choix de ce type de contenu ?
10. Comment percevez-vous l'opportunité de générer des revenus à partir de votre contenu ?
Est-ce que vous constatez une augmentation de l'attention des annonceurs et des sponsors potentiels grâce à votre présence sur Facebook ?
11. Comment gérez-vous les interactions avec votre audience ? Comment faites-vous face aux commentaires, aux critiques ou aux informations erronées ?
12. Comment voyez-vous votre rôle en tant que lanceur d'alerte et influenceur pour soulever les préoccupations de la société et stimuler le changement ?
13. En tant que journaliste utilisant les RSN, quelle est votre perception de la communauté numérique ?

Axe 3 : Le paysage du journalisme à l'ère des RSN

Facebook a apporté de nouveaux défis et opportunités pour le métier de journalisme, modifiant la façon dont les informations sont publiées, diffusées et consommées, selon vous :

14. Quel regard portez-vous sur l'utilité (place, l'apport) de Facebook au métier de journalisme ?
15. Quels sont les avantages et les inconvénients que vous retirez de l'utilisation de Facebook en tant que journaliste professionnel ?
16. Comment percevez-vous l'influence du Facebook sur votre processus de sélection et de hiérarchisation de l'information en tant que journaliste ? Est-ce que cela a modifié vos méthodes de travail ou vos critères de choix ?
17. Au sujet des fausses informations, quels sont les outils, les méthodes ou les bonnes pratiques que vous utilisez pour garantir la véracité des faits avant de les partager avec votre public ?
18. En tant que journaliste actif sur les RSN, comment avez-vous observé l'impact du Facebook sur votre notoriété et votre carrière ?

Nous arrivons à la fin de nos questions. Si vous n'avez pas encore des éléments que vous souhaitez rajouter, nous vous remercions pour votre contribution à ce travail de recherche. Et pour le temps que vous nous avez consacré pour répondre à ces questions.

Annexes 02 :

La grille d'observation

Dans le cadre de notre recherche, nous avons entrepris une étude visant à explorer les usages des journalistes professionnels sur les réseaux sociaux numériques, nous avons opté pour une méthodologie d'observation non participante, plus précisément sur la plateforme Facebook, en observant les différents profils des journalistes algériens professionnels cela nous permettra de collecter des données concertées sur les pratiques des journalistes sur cette plateforme. À cet effet, nous avons développé une grille d'observation qui présente les éléments suivants :

- **Informations de base :**

1. Genre
2. Média pour lequel le journaliste travaille ~~il travaille~~
3. Type de profil (page professionnelle, profil personnel, groupe, etc.)

- **Description du profil :**

- **Contenu publié :**

1. Types de publications (articles, vidéos, photos, liens, etc.)
2. Thématiques soutenues (politique, sport, culture, etc.)

- **Utilisation des fonctionnalités de Facebook :**

1. Fréquence des histoires (stories), contenu des histoires (informations professionnelles, coulisses, événements, vie publicité etc.)
2. Fréquence des Live, thématiques évoquées lors des Live

- **Interactions du public avec les publications :**

1. Nombre de likes, partages et commentaires sur publications
2. Types de réactions du public (positives, négatives, neutres)

- **Stratégie de visibilité**

1. Utiliser des hachtags pertinents, sponsoring
2. Fréquence des publications : nombre de publications par jour/ semaine

Annexe 03 :**Tableau des Profils Facebook des Journalistes Algériens Professionnels :**

Nom du profil	Nombre d'abonnés
Nora Berra	9,2 K
Adlène Meddi	135 K
Malika Mezzane	113 K
Djeddou Hacene	27 K
Yacine Kentache	2,1 M
Hafid Derradji	9,3 M
Hicham Bougouffa	156 K
Addes Moufida	203 K
Khaled Drareni	7 6 K
Yacine Maloumi	5 9 K

Résumé

La présente étude examine en détail l'usage des réseaux sociaux numériques par les journalistes professionnels. Les résultats mettent en évidence les différentes pratiques qui font les journalistes sur les réseaux sociaux numériques pour trouver de nouvelles idées de sujets, interagir avec leur audience et promouvoir leurs travaux. Toutefois, l'utilisation des réseaux sociaux numériques comporte également des défis à relever, notamment en matière de protection de la confidentialité, de gestion de la réputation en ligne et de risque de propagation de fausses informations. L'étude cherche à fournir des informations précises et détaillées sur la manière dont les réseaux sociaux numériques sont utilisés par les journalistes professionnels.

Mots clés : Usages, les réseaux sociaux numériques (RSN), communauté numérique, la veille informationnelle, interactivité.

ABSTRACT

This comprehensive study delves deep into the intricate world of professional journalists' utilization of digital social networks. Our findings illuminate the myriad strategies employed by journalists on these platforms, from uncovering fresh story concepts to engaging with their audience and amplifying their work's reach. Nevertheless, the dynamic landscape of digital social networks also presents formidable challenges, ranging from safeguarding privacy to managing online reputation and mitigating the dissemination of false information. This study is committed to providing precise and in-depth insights into the nuanced ways in which professional journalists harness the power of digital social networks.

Keywords: Uses, social networks, digital community, information monitoring, interactivity.