



المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام
ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE JOURNALISME
& DES SCIENCES DE L'INFORMATION D'ALGER

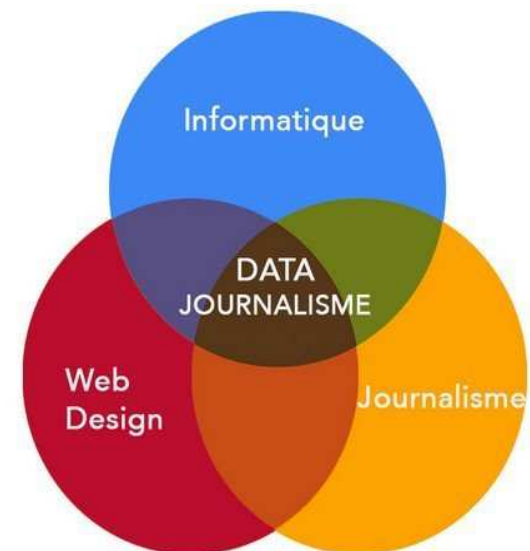
Cours DATA JOURNALISME

Journalisme de données

« SI TU FAIS LE PAPIER, TU FAIS AUSSI LES GRAPHS »

Dr. ARDJOUN SAMIR

Avril 2020



CONSIGNES

- Adresse Mail: samirsout@yahoo.fr
- Durant nos 06 séances animées, nous avons discuté pratiquement l'ensemble des préceptes et théories en relation avec le contenu du séminaire Data journalisme.
- Il vous est demandé, à présent, de passer à l'action et de travailler individuellement sur un projet en mode Data journalisme. (Enquête, recherche, investigation, sondage, fait...etc).
- Les projets et les thèmes en question seront soumis à ma validation préalable.
- Date butoir de validation des projet, **25 Avril**, et la réception finale au **20 Mai 2020**.
- Afin de réussir vos projet, trois composants sont indispensables :
 - 1- La prise de conscience de l'apport de la data et son soutien au journalisme,
 - 2- Le travail en collaboration et en mode réseau (Vos camarades, vos enseignants, ...etc)
 - 3- La mise en production des projets (Schématiser et modéliser).

- **Séance 1: OBJECTIFS DU COURS**

- Le « Data journalisme » ou journalisme de données ou le computational journalisme indique un journalisme adapté à notre ère moderne-complexe, qui implique une prise en compte de la masse importante de nouvelles données mémorable continuellement.
- Nous tenterons à travers ce cours de comprendre les enjeux de ce qui est régulièrement présenté comme l'avenir du journalisme, voire une véritable révolution pour le journalisme et une opportunité pour l'espace public, nous exploitons aussi les termes : data journalisme, data visualisation, l'open data...Etc.
- Le data journalisme, sous bien des aspects, reprend les fondamentaux du journalisme, tout en exprimant certaines dimensions inédites d'une activité en train de se réinventer. En premier lieu, il est question d'informer à partir d'un territoire en expansion constante, celui des données.
- Dans le data journalisme s'exprime d'abord le rôle traditionnel du journaliste : identification de ce qui fait sens du point de vue de l'intérêt général, croisement, vérification, puis hiérarchisation des faits. En même temps, cette recherche et cette vérification, et la conception des moyens qui vont permettre de transmettre l'information au public, passe par une coopération étroite avec un professionnel mi-journaliste mi-désigner et informaticien!
- Pour faire du data journalisme, une organisation doit pouvoir collecter, traiter, analyser et communiquer des données structurées. Les compétences nécessaires sont multiples : Plume journalistique, design, statistiques, expertise thématique. En plus d'être une forme de recherche, de collecte, de traitement des données, le data journalisme participe à l'expérimentation d'une nouvelle écriture multimédia.
- Le data journalisme, qui combine les dimensions traditionnelles du journalisme s'appliquant au territoire particulier des données, et compétences propres à l'informatique et au traitement graphique, pourra devenir l'avenir du journalisme, mais aussi l'une de ses dimensions?!

Séance 2: L'ÉMERGENCE D'UN JOURNALISME SMART-DATA 1/2

- La résistance épistémologique des SIC face aux promesses d'un journalisme intégralement robotisé,
- L'application, dans les années 1970, des méthodes des sciences sociales au « journalisme de précision » imposera dans le champ journalistique le recours à l'informatique et aux statistiques,
- Les recherches en SIC évoluent en se recentrant sur certains de ses fondamentaux,
- Le journalisme reste frileux, On traite la « data » en ennemi, ami ou pas?
- Le journalisme qui, après avoir favorisé l'observation sur le terrain et les interviews dès le 19ème siècle et ce jusqu'à la deuxième moitié du 20ème siècle, sur le modèle des sciences sociales, revient aux données, statistiques et aux documents,
- Dataisme, Data scientist, Data analyst, Big Data :
l'ensemble des données qui relèvent de la règle des quatre V (le volume, la variété, la vitesse dans la récolte, valeurs véhiculées par les données),
- S'interroger sur le rôle des big data et des algorithmes dans le champ journalistique et les SIC conduit à s'intéresser au journalisme automatisé (ou « robot-journalisme »), à savoir la production d'articles par des logiciels à partir du traitement algorithmique de grandes masses de données,
- Le data Journalism est présenté comme l'avenir du journalisme d'enquête, voire une véritable « révolution » pour le journalisme et une opportunité démocratique pour l'espace public,
- Anticiper l'actualité, renforcer la puissance d'une édition, fidéliser l'audience : voilà les promesses très concrètes du data journalisme.

Séance 3: L'ÉMERGENCE D'UN JOURNALISME SMART-DATA 2/2

- L'usage éclairé de la « data », c'est l'« empowerment » des journalistes,
- Visualiser les données sont une même démarche qui consiste à rendre les données compréhensibles, interprétables, utiles, partageables, vivantes,
- Une forme de « réappropriation » de l'outil par les journalistes, avec un objectif supplémentaire : que la donnée ne soit plus simplement un élément illustratif ou de simple argumentation, mais qu'elle soit le fondement de l'enquête ,
- Historiquement, il y avait beaucoup de journalistes qui étaient à même d'interpréter des données très spécialisées parce qu'eux-mêmes étaient spécialisés : c'était de vrais rubricards,
- Le « journalisme Shiva » c'est-à-dire avoir des journalistes qui, en même temps, écrivent, font des graphs, du son, de l'image, et en plus doivent être généralistes,
- Dans les pays anglo-saxons le data journalisme s'appuie beaucoup sur les données publiques, sur l'open data, il y a même une organisation dans les services de presse anglo-saxons de la mise à disposition de la donnée,
- L'usage des données est un atout éditorial puissant pour le travail du journaliste. Tous les événements sensibles, conflits, catastrophes naturelles, mouvement social ou politique, laissent des traces publiques dans les réseaux sociaux,
- 30 minutes le temps maximum d'exposition aux réseaux sociaux et aux écrans d'Internet au-delà duquel apparaît une menace pour la santé mentale, par ricochet, le data journalisme constitue un socle à cette réalité de l'information abondante!

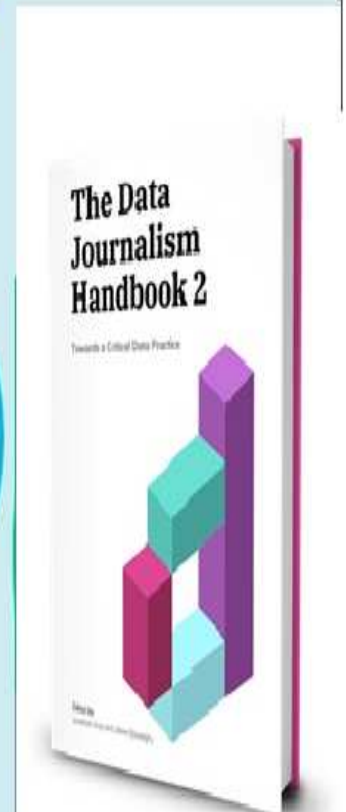
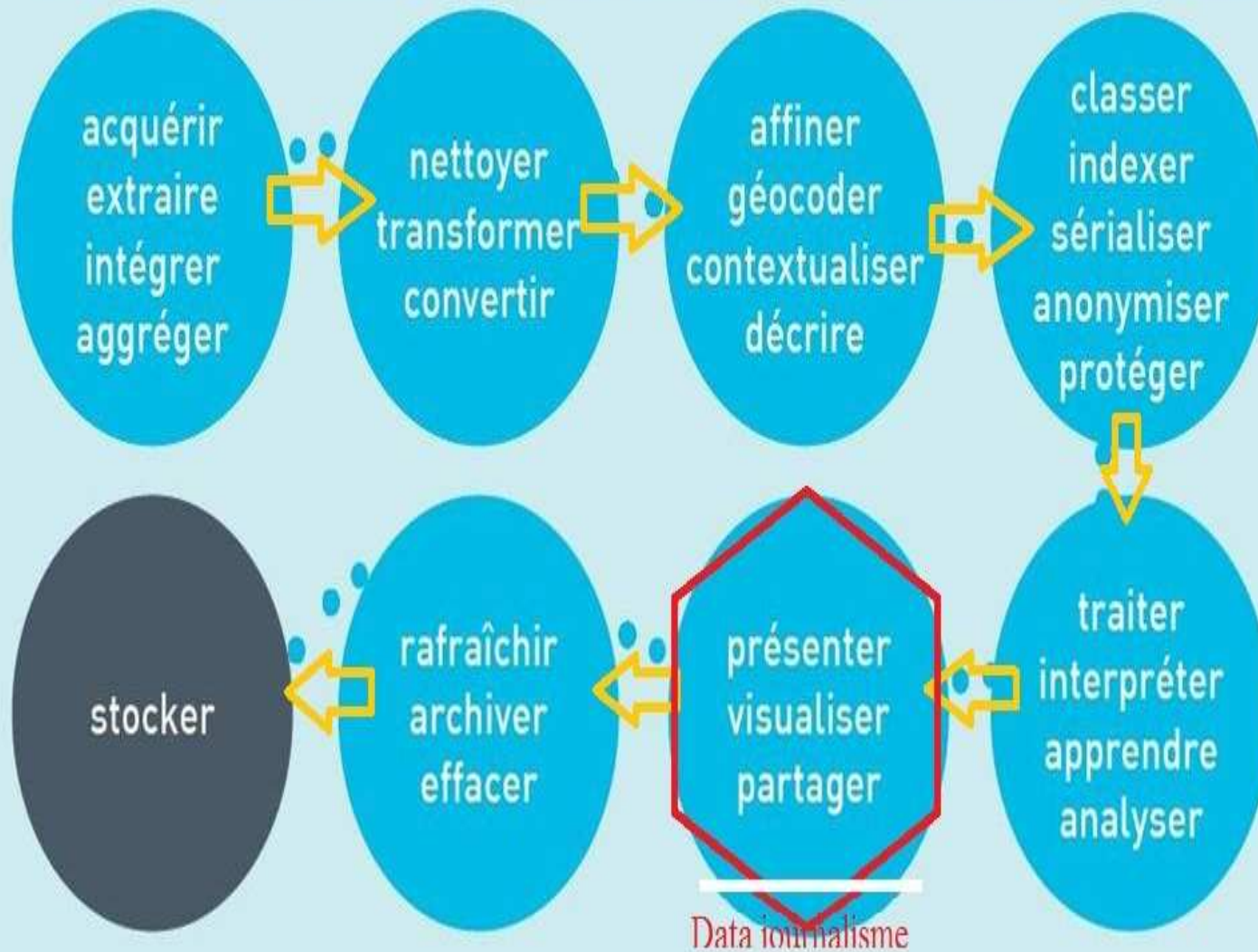
Séance 4: **COMPRENDRE LES DONNEES**

- En 2019 “Le numérique n’a rien d’immatériel” 34 milliards d’équipements technico-technologiques pour 4,6 milliards d’utilisateurs, et
- Les entreprises médiatiques les plus puissantes au monde sont celles qui disposent d’une mine de données sur leurs abonnés et utilisateurs,
- Débats autour de "l'infobésité", de l’abondance de l’information : nous sommes dans une consommation de plus en plus choisie (à la carte) et immédiate,
- L’intérêt du public sature plus vite car il y a plus de contenus produits, (creuser sous la surface),
- Le data journalisme arbitre entre avaler l’information et la comprendre,
- Computer-assisted reporting ? (NICAR),
- Nous produisons de l’information plus rapide que nous la digérons,
- L’analyse qualitative des données est très timide en SIC?
- La data a permis de mettre de l’ordre dans le journalisme,
- Cambridge Analytica, (Data drives all we do),
- [« Paradise Papers »](#) et [« Panama Papers »](#) ,
- L’homme ne peut plus traiter le volume faramineux de données à sa disposition . Exp: à chaque enchère, Google Ads prend en compte plus de 70 millions de signaux pour effectuer son arbitrage,
- La valeur du data journalisme réside dans sa capacité à tirer parti des données pour mieux piloter des produits médiatiques créateurs et de valeur,
- Le monde du sur-mesure et à l’ère du news-snacking, les lecteurs veulent un accès sélectif et immédiat aux contenus informationnels.

Séance 5

De l'acquisition à l'utilisation, les données subissent de nombreux traitements

A.S



Séance 6: LES ATOUTS DU DATA JOURNALISME

- Une démarche journalistique est une apparence analytique, comparative et explicative, le data journalisme est bien positionné pour l'accompagner,
- Pas question que la data minimise le rôle du journaliste : elle est à son service, pour orienter son enquête, renforcer son analyse et la force objective de son papier,
- Le data-driven-journalism serait donc une contre-expertise qui serait l'occasion d'une réappropriation du métier de journaliste,
- Le journalisme de demain sera encore plus automatisé qu'aujourd'hui,
- La « data » journalistique et analysée met à jour les signaux faibles, les causalités et les corrélations.
- Il permet également d'anticiper les événements, et ouvre l'ère d'une information prédictive performante,
- La pédagogie: Restituée par une visualisation claire et impactante, elle permet à celui qui découvre un sujet de mieux en comprendre les enjeux, voire d'en tirer ses propres conclusions. Or un public qui comprend est un public mieux informé et automatiquement qui se fidélise,
- Le data journalisme permet de mieux connaître les communautés, ce qu'ils apprécient ou non dans les contenus, mais aussi leurs centres d'intérêt, pour toujours mieux affiner la ligne éditoriale et anticiper leurs attentes.
- Le smart data journalisme n'est plus une option, mais une nécessité afin d'éviter un réveil douloureux aux médias et à la spécialité.
- L'avenir de l'information, c'est le data journalisme - sur la base de données exclusivement publiques, dans le strict respect des datas privés?
- Le domaine dans lequel les journalistes veulent le plus de formation est le journalisme de données : 79% des journalistes souhaitent une formation sur l'analyse des données, (2019 State of Technology in Global Newsrooms Survey Highlights).

Séance 7: STORYTELLING TRANSMÉDIA : LES 6 ÉTAPES DU DATA JOURNALISME

- 1- Choix de la thématique,
- 2- Récupération et analyse des données,
- 3- Mise en forme et création des visualisations,
- 4- Construire la story-board,
- 5- Édifier la trame narrative,
- 6- Création et publication du contenu informationnel en forme Data journalisme.

Séance 8: ENJEUX DU DATA JOURNALISME

- Lou Ferrara, Associated Press : « Je ne peux pas me permettre d'avoir des journalistes qui perdent du temps à répertorier des données. En revanche, j'ai besoin de plus de reportage ».? ».
- Le data journalisme doit se construire sur une logique « smart data » c'est-à-dire l'analyse qualitative à forte valeur ajoutée d'un nombre choisi de données pertinentes, plutôt que sur la logique Big Data qui prévaut l'analyse non ciblée d'une masse énorme de données, infiniment chronophage.
- Le data journalisme semble finalement être un « nouveau journalisme » qu'un complément possible du travail journalistique « classique ». Ce genre journalistique est divisé en 2 parties:
 - L'analyse : Pour apporter du sens, car le flot d'information est sans fin.
 - La présentation : mise en forme pour apporter des informations claires aux lecteurs
- Il est plus que temps d'en faire une réalité ce journalisme. Comment ? :
 - 1- En formant les journalistes à l'usage et au décryptage des données
 - 2- En investissant dans les outils qui, au sein des rédactions, leur permettront d'y accéder
 - 3- En engageant des collaborations pointues entre médias et monde académique : en matière de « data analyse ».
 - 4- Les organismes d'information doivent avoir un coup d'avance en la matière.
- Si les Gafa ont remporté la bataille des réseaux sociaux, le journalisme a l'opportunité de remporter celle du smart data et de se positionner en leader.
- Le respect de principes fondamentaux : usage exclusif de données publiques ; vigilance, éthique, bon sens - sans céder à la panique, les « fake news ».
- L'occasion est historique pour les médias.

Séance 9: OUTILS DATAVISUALISATION

- Excel,
- Google sheets,
- PowerPoint,
- Google Earth,
- Many Eyes,
- Datawrapper,
- Infogram,
- Visme,
- Power BI,
- Qlik,
- ...Etc,

SOURCES ET RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- SCHERER Eric, A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un « journalisme augmenté », Paris, Edition Presses Universitaires de France, 2011, 210 pages.
- MCCANDLESS David, Datavision, Paris, Edition Robert Laffont, 2011, 121 pages.
- ROVENTA-FRUMUSANI Daniela, PELISSIER Nicolas, DRAGAN Loan, Journalism et transformations sociales: des anciens aux nouveaux médias, Paris, Edition L'harmattan, 2016.
- CARDON Dominique, A quoi rêvent les algorithmes, Nos vies à l'heure des big data, Paris, Edition Le Seuil, 2015, 110 pages.
- JOANNES Alain, Data journalisme - Bases de données et visualisation de l'information, Paris, Edition CFPJ, 2010, 169 pages.
- GRAY Jonathan, BOUNEGRU Liliana, CHAMBERS Lucy, KAYSER BRIL Nicolas, ROBERT Charles, Guide du datajournalisme : Collecter, analyser et visualiser les données, Paris, Edition Eyrolles, 2013, 224 pages.
- YAU Nathan, GUESNU Xavier, Data visualisation : De l'extraction des données à leur représentation graphique, Paris, Edition Eyrolles, 2013, 355 pages.
- MARKS Briggs, CHARLES Robert, Manuel de journalisme web : Blogs, réseaux sociaux, multimédia, info mobile, Paris, Edition Eyrolles, 2014, 295 pages.
- VALLANCE-JONES Fred, Data Journalism Methods, London, Edition Oxford University Press, 2016, 320 pages.
- CALDERAN lisette, LAURENT Pascal, LOWINGER Hélène, MILLET Jacques, Publier, édité, éditorialiser : Nouveaux enjeux de la production, Belgique, Edition De Boeck, 2016, 177 pages.
- YAU Nathan, Data visualisation ; de l'extraction des données à leur représentation graphique, Paris, Edition ; EYROLLES, 2013, 352 pages.
- LIMA. M, cartographie des réseaux- l'art de représenter la complexité, Paris, Edition : EYROLLES, 2013, 272 Pages.

SOURCES ET RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- GRAY J, BOUNEGRU L, CHAMBERS L, KYSER-BRIL N, guide du data journalisme ; collecter, analyser et visualiser les données, Paris, Edition : EYROLLES, 2013, 220 Pages.
- SCIBETTA Frédéric, MOYSAN Yvon, DOSQUET Eric, DOSQUET Frédéric, L'internet des objets et la data, Paris, Editio : DUNOD, 2018, 190 pages.
- BOUZEGHOUB Mokrane, MOSSERI Remy, Les big data à découvert, Paris, Edition : CNRS, 2017, 364 Pages.
- T.LAROSE Daniel, Des données à la connaissance : une introduction au data mining, Paris, Edition : Vuibert informatique, 2005, 223 Pages.
- NOGIER Jean François, BOUILLOT Thierry, Leclerc Jules, Ergonomie des interfaces, Paris, Edition : Dunod, 2013, 298 Pages.
- BENOIT Pierre, GIRARD Tristan, Gloaguen, Réaliser des présentations innovantes avec Prezi, Montreuil, Edition : Pearson, 2014, 132 Pages.
- GUILAIN Yann, Info design ; le management visuel de l'information à l'heure du Big Data, Paris, Edition : Ellipses, 2013, 204 Pages.
- CARMES Maryse, NOYER Jean-Max, Les débats du numériques, Paris, Edition : Presses des Mines, 2013, 279 Pages.
- CHARDONNEAU, Google Analytics ; analysez le trafic de votre site pour améliorer ses performances, France, Edition : ENI, 2011, 266 Pages.
- COLLIOT Pierre-jean, DIGOUT Jacques, Référencement et visibilité Web ; de la stratégie à l'efficacité, Paris, Edition : Vuibert, 2012, 205 Pages.
- COUSIN Capucine, Tout sur le web 2.0 et 3.0, Paris, Edition : Dunod, 2010, 205 Pages.
- PAIN Jean-Olivier, Dictionnaire Azerty ou presque...du multimédia, Paris, Edition : Favre, 2005, 286 Pages.
- BOUCHER Amélie, Ergonomie web, Paris, Edition : Eyrolles, 2007, 455 Pages.
- CANIVET Isabelle, Bien rédigé pour le web, Paris, Edition : Eyrolles, 2014, 730 Pages.

NB. Pas de reproduction ou modification de ce travail de recherche.

ARDJOUN SAMIR