



Pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire : entre exigence informative et logique d'audience

Affoué Léontine KOUADIO

Doctorante

Sciences de l'Information et de la Communication

Université Felix Houphouët Boigny

Abidjan – Côte d'Ivoire

kleontine8@gmail.com

Kouassi Raymond KRA

Enseignant-chercheur

Sciences de l'Information et de la Communication

Université Felix Houphouët Boigny

Abidjan – Côte d'Ivoire

kraraymond@yahoo.fr

Résumé

Cet article analyse les pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire en mettant en lumière la tension entre exigence informative et logique d'audience. L'objectif principal est de comprendre comment les journalistes parviennent à concilier la production d'une information fiable avec la nécessité de générer de la visibilité et de l'engagement sur les plateformes numériques. Le cadre théorique mobilise la théorie des champs de Pierre Bourdieu, qui permet d'expliquer les pratiques journalistiques comme résultant de rapports de forces entre logiques professionnelles, économiques et technologiques. Sur le plan méthodologique, l'étude adopte une approche mixte combinant recherche

documentaire et enquête par questionnaire auprès de 80 journalistes de la presse écrite en ligne exerçant à Abidjan. Les données ont été traitées à partir d'analyses statistiques descriptives afin d'identifier les tendances générales. Les résultats montrent que 85 % des journalistes privilégient des informations factuelles, confirmant leur attachement aux normes professionnelles. Toutefois, le choix des sujets est aussi influencé par les attentes du public (31,25 %). Les objectifs poursuivis combinent information, recherche de visibilité (98,75 %) et attractivité économique. De plus, les publics influencent fortement les contenus (83,75 %). L'étude met en évidence comme avantage une adaptation des journalistes aux mutations numériques et une diversification des contenus. Cependant, elle souligne des défis majeurs : pression de l'audience, risques de perte de qualité, dépendance aux plateformes et fragilisation de l'éthique journalistique.

Mots-clés : journalistes - pratiques journalistiques - presse écrite en ligne - presse en ligne - information - public.

Abstract :

This article analyses journalistic practices in the online press in Côte d'Ivoire, highlighting the tension between the need to provide accurate information and the pursuit of audience engagement. The main objective is to understand how journalists manage to reconcile the production of reliable news with the need to generate visibility and engagement on digital platforms. The theoretical framework draws on Pierre Bourdieu's field theory, which explains journalistic practices as resulting from power relations between professional, economic and technological imperatives. Methodologically, the study adopts a mixed-methods approach combining desk research and a questionnaire survey of 80 online journalists working in Abidjan. The data were analysed using descriptive statistical methods to identify general trends. The results show that 85% of journalists prioritise factual information, confirming their commitment to professional standards. However, the choice of topics is also influenced by public expectations (31.25%). The objectives pursued combine providing information, seeking visibility (98.75%) and economic appeal. Furthermore, audiences have a significant influence on content (83.75%). The study highlights as an advantage journalists' adaptation to digital changes and the diversification of content. However, it also highlights major challenges: pressure from the audience, risks of a decline in quality, dependence on platforms and the erosion of journalistic ethics.

Keywords: journalists - journalistic practices - online media - information - public.



Introduction

Le développement de la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire s'inscrit dans un contexte global de transformation des pratiques journalistiques sous l'effet du numérique. Cette mutation, caractérisée par l'instantanéité de la diffusion de l'information et l'interactivité avec les publics, redéfinit profondément les normes et les valeurs du journalisme. Comme le souligne F. Balle (2017), la révolution numérique impose une nouvelle temporalité de l'information fondée sur la rapidité et la continuité des flux médiatiques. Dans ce contexte, les médias en ligne ivoiriens se trouvent confrontés à l'exigence de produire une information fiable, de qualité, tout en répondant à l'urgence de la diffusion. En effet, selon N. Lutumba Mbuyi (2024, p.342) : « écrire, concevoir, produire et publier en ligne pour être lu n'est pas aussi aisé, c'est un exercice qui oblige et met en place des règles à suivre pour se conformer à la réalité des médias socio-numériques. »

Cependant, cette exigence informative se heurte à des contraintes structurelles liées à l'environnement numérique. En effet, la multiplication des sources d'information et la circulation accélérée des contenus rendent plus complexe le travail de vérification et de hiérarchisation de l'information. D. Wolton (2009) souligne que l'abondance informationnelle ne garantit pas la qualité, mais accentue les risques de désinformation. De même, A. Mattelart (2001) met en évidence les effets de la mondialisation des flux médiatiques sur la fragilisation des mécanismes traditionnels de contrôle de l'information. Pour A. Djè Bi (2024, p.243) : « Aux nombreuses préoccupations déjà existantes au sujet des

médias et du journalisme, s'ajoute avec force et acuité la question de responsabilité dans la pratique journalistique à travers les médias numériques et leurs différents supports au détriment de toutes les règles déontologiques et éthiques. » En Côte d'Ivoire, ces défis sont amplifiés par le rôle croissant des réseaux sociaux, qui deviennent à la fois des sources et des canaux de diffusion de l'information.

Par ailleurs, la transformation des pratiques journalistiques est étroitement liée à l'évolution des publics et des usages numériques. Avec l'essor des plateformes participatives, les internautes jouent un rôle actif dans la production et la circulation de l'information, remettant en question les frontières traditionnelles entre journalistes et public. P. Lévy (1997) met en avant le concept d'intelligence collective, tandis que H. Jenkins (2006) insiste sur la culture participative qui caractérise les environnements numériques. Cette évolution redéfinit les rapports entre journalistes et publics, mais elle complexifie également les pratiques professionnelles, notamment en matière de gestion des contenus et de validation des informations.

Considéré sous cet angle, la question de la recherche de l'audience apparaît comme un enjeu central pour les médias en ligne. La concurrence accrue entre les plateformes d'information pousse les journalistes et les entreprises médiatiques à adopter des stratégies visant à capter l'attention des internautes. Comme l'explique J.-M. Charon (2015), le modèle économique de la presse s'est profondément transformé, plaçant l'audience au cœur des logiques de production de l'information. Cette dynamique est également analysée par P. Napoli (2011), qui souligne que la valeur économique des médias dépend de leur capacité à générer du trafic et de l'engagement.



Soumission: 12/01/2026 **Acceptation: 07/02/2026** **Publication: 13/03/2026**

Dans une société caractérisée par la surabondance informationnelle, l'attention des publics devient une ressource rare. H. Simon (1971) met en évidence cette économie de l'attention, qui intensifie la concurrence entre les médias. En Côte d'Ivoire, cette situation se traduit par une adaptation des pratiques journalistiques aux exigences de visibilité, notamment à travers le recours à des contenus attractifs, des titres sensationnalistes ou des formats adaptés aux réseaux sociaux. Toutefois, cette logique d'audience peut entrer en contradiction avec les exigences de qualité et de rigueur de l'information.

En outre, les plateformes numériques jouent un rôle déterminant dans la structuration des pratiques journalistiques. M. Castells (1998) souligne l'importance des réseaux dans la circulation de l'information, tandis que J. Van Dijck (2013) met en lumière le pouvoir des plateformes dans la hiérarchisation des contenus. Pour ce qui est de la Côte d'Ivoire, la dépendance des médias en ligne vis-à-vis des réseaux sociaux pour atteindre leur audience pose la question de leur autonomie éditoriale et de leur capacité à maîtriser leurs stratégies de diffusion.

Par ailleurs, les contraintes professionnelles et organisationnelles influencent fortement les pratiques journalistiques. E. Neveu (2009) souligne que la pression du temps et les contraintes économiques peuvent affecter la qualité du travail journalistique. Dans le contexte ivoirien, ces contraintes sont souvent renforcées par le manque de ressources et de formation spécialisée. De plus, S. Proulx (2012) met en évidence le fait que les usages sociaux des technologies influencent les pratiques professionnelles, en les orientant vers des formats plus rapides et plus interactifs.

Ainsi, les pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire se situent à l'intersection de deux logiques souvent contradictoires : une logique professionnelle, fondée sur l'exigence informative, et une logique économique, ancrée sur la recherche de l'audience. Cette tension soulève des enjeux majeurs en termes de crédibilité des médias, de qualité de l'information et de confiance du public.

C'est dans cette perspective que se situe notre étude afin d'analyser les facteurs qui orientent la production et la diffusion de l'information dans ce secteur médiatique. Plus précisément, il s'agit de comprendre comment les journalistes arbitrent entre l'exigence d'informer les citoyens et la nécessité de produire des contenus susceptibles de générer de l'engagement et de la visibilité sur les plateformes numériques. La question centrale qui guide cette recherche est de savoir comment les journalistes de la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire parviennent-ils à concilier l'exigence professionnelle d'une information fiable avec les logiques d'audience et d'engagement propres à l'environnement numérique ? Plus spécifiquement, quels types de contenus informationnels les journalistes de la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire privilégient-ils dans leurs pratiques quotidiennes ? de même, quels objectifs poursuivent-ils à travers la publication de leurs contenus ?

Notre travail s'appuie sur un certain nombre d'hypothèses répondant à ces interrogations. L'hypothèse principale est que les pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire résultent d'un compromis dynamique entre l'exigence de production d'une information crédible et les contraintes liées à la recherche de l'audience dans un environnement numérique concurrentiel. Au niveau



Soumission: 12/01/2026 Acceptation: 07/02/2026 Publication: 13/03/2026

spécifique, la première hypothèse est que le choix des sujets traités par les journalistes de la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire repose principalement sur le devoir d'informer, mais significativement influencé par les indicateurs d'audience. La seconde hypothèse est que la publication des contenus dans la presse écrite en ligne ivoirienne répond à une double logique : informationnelle pour éclairer l'opinion publique, et économique ou stratégique afin de s'assurer une visibilité, voire une rentabilité.

L'objectif général de cette recherche est de déterminer comment les journalistes de la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire concilient l'exigence professionnelle de production d'une information fiable avec les logiques d'audience et d'engagement propres à l'environnement numérique. De manière spécifique, il s'agit, d'une part d'analyser les types de contenus informationnels privilégiés par les journalistes de la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire et, d'autre part d'identifier les objectifs poursuivis par ces journalistes dans la production et la diffusion de leurs contenus.

Notre étude se structure en quatre (4) grandes parties. La première partie offre une présentation du cadre théorique, avec la théorie des champs. La deuxième partie décrit la méthodologie en précisant le milieu d'étude, la population d'étude et l'échantillon qui en découle, ainsi que les techniques de collecte et de traitement des données. La troisième partie expose les résultats obtenus à la suite des enquêtes. La quatrième et dernière partie propose une discussion des résultats.

1. Cadre théorique

L'analyse des pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire peut être appréhendée à la lumière de la théorie des champs développée par P. Bourdieu. Cette approche sociologique permet de comprendre les logiques qui structurent les pratiques professionnelles des acteurs du journalisme, en mettant en évidence les rapports de forces, les formes de capital et les contraintes qui s'exercent au sein de l'espace médiatique (P. Bourdieu, 1994 ; P. Bourdieu, 1996). Selon la théorie des champs, la société est constituée de plusieurs espaces sociaux relativement autonomes appelés champs (champ politique, champ économique, champ journalistique, etc.). Chaque champ est structuré par des rapports de pouvoir entre des acteurs qui luttent pour l'accès à différentes formes de capital (symbolique, économique, culturel ou social). Dans cette perspective, le champ journalistique apparaît comme un espace de production et de circulation de l'information, dans lequel les journalistes et les entreprises médiatiques sont engagés dans des luttes pour la légitimité professionnelle, la reconnaissance du public et la visibilité médiatique (R. Benson et E. Neveu, 2005 ; P. Champagne, 1995).

Dans cet espace, les pratiques journalistiques ne sont pas uniquement déterminées par des normes professionnelles, mais également par les contraintes imposées par d'autres champs, notamment le champ économique et le champ politique. Comme le souligne P. Champagne, les médias doivent concilier la mission d'information du public avec des impératifs liés à la concurrence, à la recherche d'audience et à la rentabilité économique. Cette idée est également développée par J. Charron et J. De Bonville, qui mettent en



Soumission: 12/01/2026 **Acceptation: 07/02/2026** **Publication: 13/03/2026**

évidence l'influence des logiques économiques sur la production de l'information.

Dans le contexte du journalisme numérique, les transformations technologiques et l'essor des plateformes numériques ont profondément modifié les rapports de force au sein du champ journalistique. La diffusion de l'information en ligne s'inscrit désormais dans une logique d'interactivité et de compétition accrue pour capter l'attention des publics connectés (D. Cardon, 2010 ; F. Rebillard, 2012). Les indicateurs de performance tels que les clics, les likes, les commentaires ou le nombre d'abonnés deviennent alors des formes de capital symbolique et économique qui influencent les pratiques rédactionnelles. Dans cette configuration, les journalistes de la presse écrite en ligne se trouvent à l'intersection de deux logiques parfois contradictoires. D'une part, ils sont guidés par l'exigence informative, qui renvoie à la fonction sociale du journalisme consistant à produire et diffuser une information d'intérêt public (B. Kovach & T. Rosenstiel, 2001). D'autre part, ils doivent répondre à une logique d'audience, qui consiste à produire des contenus susceptibles de susciter l'intérêt et l'engagement du public afin d'accroître la visibilité du média et d'attirer les annonceurs (C. Anderson, 2011 ; P. Napoli, 2011). Cette théorie constitue de ce fait un cadre d'analyse pertinent pour comprendre les pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire, en mettant en évidence les tensions entre mission sociale du journalisme et exigences liées à la visibilité et à l'économie de l'attention.

2. Cadre méthodologique

2.1. Milieu de l'étude

Le cadre spatial de cette recherche est la ville d'Abidjan, capitale économique de la Côte d'Ivoire. Le choix de cette métropole se justifie par plusieurs raisons d'ordre institutionnel, professionnel et technologique. D'une part, Abidjan concentre la majorité des sièges des entreprises de presse du pays, qu'il s'agisse des organes de presse écrite traditionnels ou des plateformes d'information en ligne. Cette forte concentration des acteurs médiatiques fait de la ville le principal centre de production et de diffusion de l'information journalistique en Côte d'Ivoire. D'autre part, la ville d'Abidjan constitue le principal pôle de développement des infrastructures numériques du pays. Elle abrite notamment les principaux fournisseurs d'accès à Internet et opérateurs de téléphonie mobile, tels que Orange Côte d'Ivoire, MTN Côte d'Ivoire et Moov Africa Côte d'Ivoire (L. Kouadio, 2025). Ces entreprises assurent une connectivité numérique et un débit Internet relativement plus élevés que dans les autres régions du pays. Cette infrastructure technologique favorise ainsi l'essor des médias numériques et le développement de la consommation d'information en ligne, en particulier auprès des populations urbaines jeunes et fortement connectées. Dans ce contexte, Abidjan apparaît comme un terrain pertinent pour analyser les pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne ivoirienne.

2.2. Population d'étude et échantillonnage

La population ciblée dans le cadre de cette recherche est constituée de journalistes exerçant dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire. Ces professionnels sont répartis au sein de divers organes de presse numériques dont les rédactions



Soumission: 12/01/2026 **Acceptation: 07/02/2026** **Publication: 13/03/2026**

sont, pour la plupart, implantées à Abidjan (L. Kouadio, 2025). La détermination de la taille de l'échantillon s'est appuyée sur les données disponibles auprès du Ministère de la Communication et de l'Économie numérique de Côte d'Ivoire. Selon les statistiques fournies par cette institution en 2022, la Côte d'Ivoire comptait 1 087 journalistes professionnels titulaires de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels.

Parmi ces professionnels, 97 journalistes exerçaient dans la presse numérique, ce qui représente environ 12,98 % de l'ensemble des journalistes professionnels du pays. Par ailleurs, les données du ministère indiquent qu'en 2022, la Côte d'Ivoire comptait 60 organes de presse numériques. Toutefois, ces statistiques ne fournissent pas d'informations détaillées concernant la répartition des journalistes entre les différentes catégories de médias numériques, notamment entre la presse écrite en ligne, les web TV ou les web radios. Elles ne précisent pas non plus la distribution des journalistes selon le sexe ou le statut professionnel au sein de ces médias. Face à ces limites statistiques et à l'impossibilité d'interroger l'ensemble de la population cible, nous avons opté pour un échantillonnage raisonné (ou échantillonnage par choix raisonné). Cette technique consiste à sélectionner les enquêtés en fonction de critères précis liés à l'objet de recherche, notamment leur appartenance à des rédactions de presse écrite en ligne.

Ainsi, 80 journalistes exerçant dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire ont été interrogés dans le cadre de cette étude à l'aide d'un questionnaire structuré. Cette taille d'échantillon tient compte à la fois des contraintes logistiques et temporelles liées à la réalisation de l'enquête. En ce qui

concerne la répartition selon le sexe, les femmes représentaient environ 21,25 % des journalistes professionnels en Côte d'Ivoire. Afin de respecter cette proportion dans notre échantillon, 17 femmes journalistes ont été incluses parmi les 80 enquêtés, soit également 21,25 % de l'échantillon. Par ailleurs, l'analyse de la répartition institutionnelle des répondants montre que 56 journalistes sur 80, soit 70 %, exercent dans des organes de presse écrite en ligne indépendants. Les 24 journalistes restants, soit 30 %, travaillent dans des plateformes numériques rattachées à des journaux imprimés.

2.3. Méthodes et techniques de collecte des données

Dans le cadre de cette recherche, nous avons adopté une approche méthodologique mixte, combinant des méthodes quantitatives et qualitatives, afin de mieux appréhender les pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne.

2.3.1. La recherche documentaire

La recherche documentaire a constitué la première étape de notre démarche méthodologique. Elle a permis de construire le cadre théorique et conceptuel de l'étude en mobilisant des travaux scientifiques relatifs au journalisme numérique, aux transformations du champ médiatique et aux mutations professionnelles liées aux technologies de l'information et de la communication (TIC). Cette phase a également permis d'identifier plusieurs travaux portant sur le journalisme africain, la digitalisation des médias et l'évolution des pratiques journalistiques dans les environnements numériques. Les recherches documentaires ont été menées dans plusieurs institutions universitaires et centres de documentation spécialisés situés à Abidjan,



Soumission: 12/01/2026 **Acceptation: 07/02/2026** **Publication: 13/03/2026**

notamment : l'Institut des Sciences et Techniques de la Communication, le Centre d'Études et de Recherche en Communication, l'Université Senghor, à travers son Campus numérique francophone (Centre SYFED) situé à Abidjan. Par ailleurs, des bases de données scientifiques en ligne ont également été consultées, notamment These.fr, Cairn, Persée et Érudit, afin d'accéder à des articles scientifiques, des thèses et des ouvrages spécialisés. Enfin, l'analyse des contenus publiés sur certaines plateformes de presse en ligne ivoiriennes a permis d'observer les pratiques éditoriales et les types d'informations diffusées.

2.3.2. Le questionnaire

La collecte des données empiriques s'est appuyée sur l'administration d'un questionnaire structuré auprès des journalistes sélectionnés. Le questionnaire a été conçu de manière claire et concise, en privilégiant majoritairement des questions fermées à choix unique ou multiple. Ce choix méthodologique visait à faciliter la compréhension des questions par les enquêtés tout en permettant une codification et une analyse statistique plus aisées des réponses. Les questions du questionnaire ont été organisées autour de quatre rubriques principales, correspondant aux dimensions analytiques de l'étude : les types d'informations privilégiées par les journalistes, les fondements du choix des sujets traités, les objectifs poursuivis dans la publication des contenus, l'influence des publics sur la conception des contenus et l'orientation de la ligne éditoriale. Le questionnaire a été administré directement aux journalistes dans leurs rédactions, ce qui a permis de garantir un taux de

réponse satisfaisant et de clarifier certaines questions lorsque cela était nécessaire.

2.4. Traitement des données

Les données recueillies à l'issue de l'enquête ont fait l'objet d'un traitement statistique descriptif. Les réponses issues des questionnaires ont d'abord été codifiées, puis organisées sous forme de tableaux statistiques afin de faciliter leur analyse. L'analyse des données a principalement consisté à calculer les fréquences et les pourcentages des réponses obtenues pour chaque question. Cette démarche a permis de mettre en évidence les tendances générales relatives aux pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire. Les résultats obtenus ont ensuite été interprétés à la lumière du cadre théorique mobilisé dans cette recherche, afin de mieux comprendre les dynamiques qui structurent les pratiques professionnelles des journalistes évoluant dans l'environnement numérique.

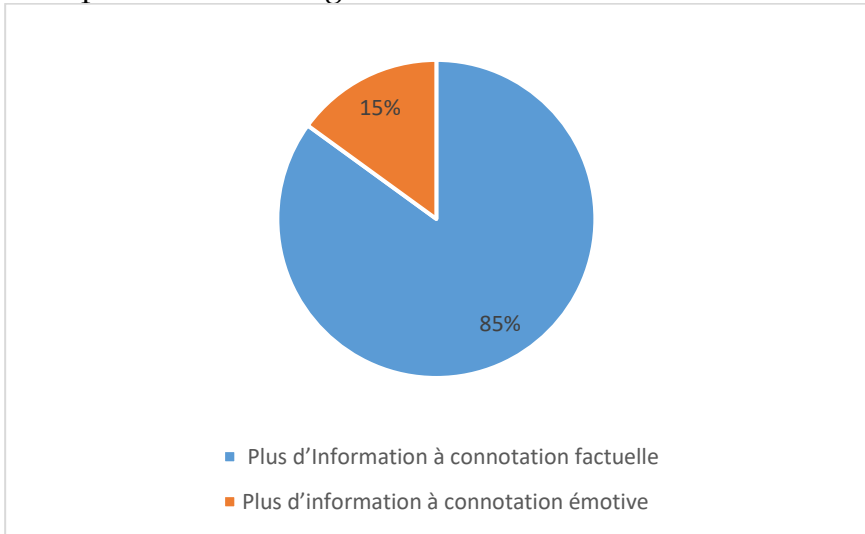


Soumission: 12/01/2026 Acceptation: 07/02/2026 Publication: 13/03/2026

3. Résultats

3.1. Informations privilégiées

Graphique 1 : Informations privilégiées par les journalistes de la presse écrite en ligne



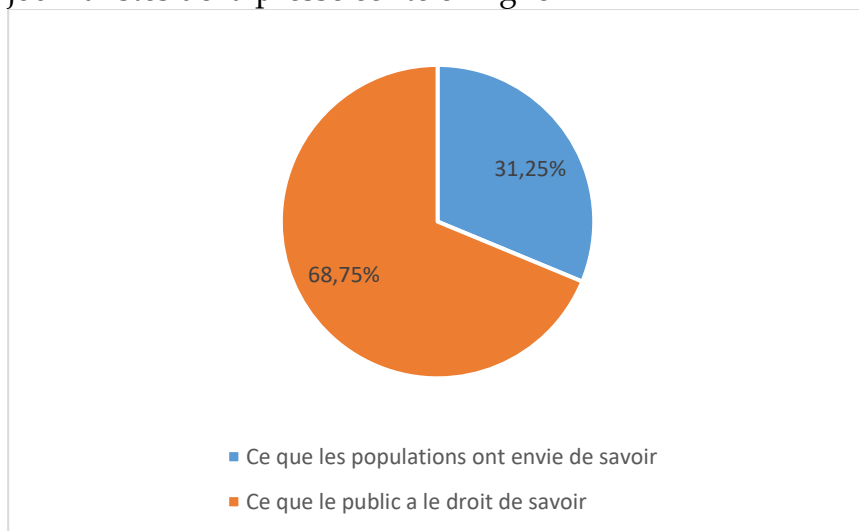
Source : notre enquête, Abidjan, 2022

Les résultats de l'enquête révèlent que les journalistes de la presse écrite en ligne privilégient majoritairement les informations à caractère factuel dans l'exercice de leurs activités professionnelles. En effet, sur les 80 journalistes interrogés, 68 d'entre eux, soit 85 %, déclarent accorder une priorité aux informations reposant sur des faits vérifiables et relevant de l'actualité. En revanche, une proportion plus réduite des enquêtés, soit 12 journalistes (15 %), indique privilégier des informations à connotation émotive dans le traitement de l'actualité. Ces résultats traduisent une prédominance des contenus factuels dans les pratiques journalistiques observées, ce qui témoigne de l'importance

accordée à la dimension informative de la production médiatique dans la presse écrite en ligne ivoirienne.

3.2. Fondement du choix des sujets à traiter

Graphique 2 : Fondement du choix des sujets à traiter par les journalistes de la presse écrite en ligne



Source: notre enquête, Abidjan, 2022

L'analyse des données montre également que le choix des sujets traités par les journalistes repose principalement sur des considérations liées au droit du public à l'information. En effet, 55 répondants sur 80, soit 68,75 %, affirment que leurs choix éditoriaux sont guidés avant tout par ce que les populations ont le droit de savoir. Toutefois, les résultats indiquent également que les attentes et les préférences du public constituent un autre facteur influençant la sélection des sujets. Ainsi, 25 journalistes interrogés, soit 31,25 %, déclarent que le choix des thématiques abordées dans leurs publications dépend également de ce qui est susceptible de



Soumission: 12/01/2026 **Acceptation: 07/02/2026** **Publication: 13/03/2026**

plaire au public. Ces données mettent en évidence l'existence d'un arbitrage entre les impératifs professionnels du journalisme et les considérations liées à l'attractivité des contenus auprès des publics connectés.

3.3. Buts visés dans la publication des contenus

Tableau : Buts visés par les journalistes dans la publication de leurs contenus

Buts visés	Effectif	%
Plus de likes	79	98,75
Plus d'abonnés	79	98,75
Intéresser les annonceurs	77	96,25
Informers	80	100
Eduquer	74	92,5
Distraire	22	27,5
Total de base	80	100

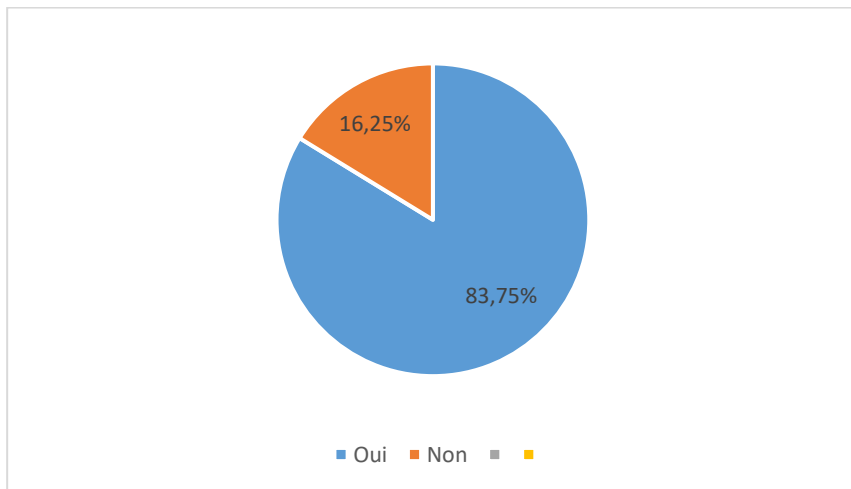
Source : notre enquête, Abidjan, 2022

Les résultats de l'enquête permettent également d'identifier les principaux objectifs poursuivis par les journalistes de la presse écrite en ligne dans la publication de leurs contenus. L'ensemble des journalistes interrogés, soit 100 % des répondants, affirment que leur objectif principal est d'informer les populations connectées. Ce résultat confirme la centralité de la mission d'information dans les pratiques professionnelles des journalistes évoluant dans la presse écrite en ligne. Par ailleurs, une proportion très importante des répondants déclare rechercher une plus grande visibilité de leurs contenus sur les plateformes numériques. Ainsi, 79 journalistes, soit 98,75 %, indiquent que leurs publications visent également à obtenir davantage de likes et d'abonnés.

Dans la même perspective, 77 répondants, soit 96,25 %, affirment chercher, à travers leurs contenus, à attirer l'attention des annonceurs, ce qui souligne l'importance des considérations économiques dans la production de l'information en ligne. Les résultats montrent également que 74 journalistes, soit 92,5 %, déclarent poursuivre un objectif éducatif, consistant à contribuer à l'information et à la sensibilisation des populations. Enfin, une proportion plus limitée des répondants, soit 22 journalistes (27,5 %), indique que leurs contenus peuvent également viser à distraire le public. Ce résultat suggère que, bien que la dimension informative demeure prédominante, certaines publications peuvent également intégrer des éléments de divertissement afin de susciter l'intérêt des internautes.

3.4. Influence des publics

Graphique 3 : Influence des publics dans la conception et l'orientation des contenus



Source : notre enquête, Abidjan, 2022



Soumission: 12/01/2026 **Acceptation: 07/02/2026** **Publication: 13/03/2026**

Les résultats de l'enquête mettent également en évidence l'influence des publics sur les pratiques éditoriales des journalistes de la presse écrite en ligne. En effet, une large majorité des répondants, soit 67 journalistes sur 80 (83,75 %), déclarent que les commentaires et réactions des abonnés influencent la conception ou l'orientation de leurs contenus ainsi que leur ligne éditoriale. Ces interactions avec les publics apparaissent ainsi comme un facteur important dans l'ajustement des pratiques journalistiques dans l'environnement numérique. Toutefois, une minorité des répondants adopte une position différente. Ainsi, 13 journalistes, soit 16,25 %, affirment que les commentaires des internautes n'ont aucune influence sur la manière dont ils sélectionnent et traitent les informations publiées sur leurs plateformes.

Ces résultats traduisent une tendance générale à l'intégration des réactions du public dans la dynamique de production de l'information en ligne, tout en montrant que certains journalistes continuent de privilégier une approche éditoriale relativement autonome vis-à-vis des interactions des internautes.

4. Discussion des résultats

Les résultats obtenus lors de nos enquêtes mettent en évidence l'existence de deux situations dans la pratique des journalistes de la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire. La première concerne le devoir d'informer correctement, et la seconde, la nécessité d'attirer l'attention du public. Tout d'abord, cela se perçoit par le fait que 85 % des journalistes privilégient les informations factuelles, chose qui montre que

ces derniers restent fortement attachés aux exigences professionnelles du métier.

Ce résultat abonde dans le sens de celui de B. Kovach et T. Rosenstiel (2001) dans leurs travaux, qui affirment que la première mission du journalisme est de fournir une information vraie et vérifiée. Cela signifie que, malgré les changements liés au numérique, les journalistes ivoiriens continuent de respecter les principes essentiels du métier de journalisme. Dans la perspective de P. Bourdieu (1996), cette attitude peut être comprise comme une volonté de préserver leur crédibilité et leur légitimité professionnelle. Cependant, la présence d'informations à caractère émotionnel (15 % des enquêtés), même minoritaire, montre que les journalistes sont aussi influencés par les exigences du numérique. En effet, comme le soulignent J. Charon (2015) et P. Napoli (2011), les médias cherchent de plus en plus à produire des contenus capables de susciter l'intérêt et l'engagement du public. Dans un contexte où l'attention des internautes est limitée (H. Simon, 1971), les journalistes peuvent être amenés à utiliser des éléments émotionnels pour capter cette attention.

Concernant le choix des sujets, nos résultats indiquent que la majorité des journalistes (68,75 %) se base sur le droit du public à être informé. Cela confirme l'importance du rôle social du journalisme, comme l'explique E. Neveu (2009). Toutefois, une part non négligeable d'enquêtés (31,25 %) reconnaît que les préférences du public influencent également leurs choix. Cela montre que les critères traditionnels du journalisme se combinent aujourd'hui avec des considérations liées à l'audience. Comme le souligne C. Anderson (2011), les données sur les comportements des internautes influencent de plus en plus les décisions éditoriales. Les journalistes semblent donc chercher un



Soumission: 12/01/2026 **Acceptation: 07/02/2026** **Publication: 13/03/2026**

équilibre entre leur mission professionnelle et les attentes du public.

En outre, les objectifs poursuivis dans la publication de leurs contenus confirment cette double logique. Tous les journalistes interrogés affirment vouloir informer, ce qui montre que cette mission reste centrale. Cependant, la grande majorité d'entre eux cherche aussi à obtenir plus de visibilité (98,75 %) et à attirer des annonceurs (96,25 %). Ces résultats confirment que les contraintes économiques jouent un rôle important dans la production de l'information, comme l'ont montré J.-M. Charron et J. De Bonville, ainsi que A. Mattelart (2001). Dans ce contexte, attirer une audience devient non seulement un objectif, mais aussi une nécessité pour assurer la survie des médias en ligne.

Par ailleurs, le fait que 92,5 % des journalistes déclarent poursuivre un objectif éducatif montre qu'ils ne se limitent pas à des logiques économiques. Ils continuent d'assumer une responsabilité sociale en informant et en sensibilisant le public. Cela traduit le maintien d'une certaine éthique professionnelle. Toutefois, la présence d'une dimension divertissante (27,5 %) indique que les contenus tendent à se diversifier, en intégrant des éléments plus attractifs, comme le souligne H. Jenkins (2006) à propos de la culture participative.

L'influence des publics constitue également un élément important. En effet, 83,75 % des journalistes reconnaissent que les réactions des internautes influencent leurs contenus. Cela montre que le public joue désormais un rôle actif dans la production de l'information. Comme l'explique P. Lévy (1997), les environnements numériques favorisent une participation collective à la construction de l'information. De

même, D. Cardon (2010) montre que les interactions en ligne participent à la mise en valeur des contenus. Dans ce contexte, les journalistes adaptent leurs productions en fonction des réactions du public. Cependant, une minorité de journalistes (16,25 %) affirme ne pas être influencée par les internautes. Cela montre qu'une certaine indépendance professionnelle subsiste. Dans la perspective de Bourdieu, cette position peut être interprétée comme une volonté de préserver l'autonomie du journalisme face aux pressions extérieures, notamment celles du marché et du public.

En définitive, les résultats de cette étude confirment l'idée que les pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire reposent sur un équilibre entre information et recherche d'audience (L. Kouadio, 2022). Cet équilibre se traduit par une combinaison des pratiques, où les journalistes de la presse écrite en ligne tentent de concilier leur rôle social avec les exigences économiques et technologiques du numérique. Comme le montrent F. Rebillard (2012) et S. Proulx (2012), les technologies numériques transforment profondément le travail journalistique en le rendant plus rapide, interactif et dépendant des indicateurs d'audience. Ainsi, plutôt que de s'opposer, les logiques d'information et d'audience s'entremêlent et s'adaptent l'une à l'autre, reflétant les évolutions actuelles du journalisme.

Conclusion

Au terme de cette étude sur les pratiques journalistiques dans la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire, il apparaît que le métier de journalisme a profondément évolué avec le développement du numérique. Aujourd'hui, les journalistes



Soumission: 12/01/2026 **Acceptation: 07/02/2026** **Publication: 13/03/2026**

doivent à la fois respecter leur mission principale, qui est d'informer correctement, et s'adapter aux exigences des plateformes en ligne, notamment en attirant l'attention du public. L'objectif de cette recherche était donc de comprendre comment ils parviennent à trouver un équilibre entre ces deux exigences. Sur le plan théorique, cette étude s'est appuyée sur la théorie des champs de Bourdieu, qui montre que les pratiques journalistiques ne dépendent pas uniquement des règles professionnelles, mais aussi de contraintes extérieures, notamment économiques. Cette approche a permis de mieux comprendre que les journalistes évoluent dans un environnement où plusieurs logiques se confrontent, en particulier la recherche de crédibilité et celle de visibilité. D'un point de vue méthodologique, l'étude a reposé sur une approche mixte, combinant la recherche documentaire et une enquête par questionnaire réalisée auprès de 80 journalistes de la presse écrite en ligne exerçant à Abidjan. Cette démarche a permis d'obtenir des données concrètes sur leurs pratiques quotidiennes et de mieux analyser les réalités du terrain.

Les résultats montrent que les journalistes restent attachés aux règles de base du métier, en privilégiant surtout des informations factuelles et vérifiées. Toutefois, ces pratiques sont de plus en plus influencées par les attentes du public et par la nécessité de produire des contenus attractifs. Le choix des sujets ne dépend donc pas uniquement de leur importance, mais aussi de leur capacité à intéresser les internautes. De même, leurs objectifs ne se limitent plus à informer : ils cherchent également à gagner en visibilité, à attirer des abonnés et à séduire les annonceurs. Cela confirme que les contraintes économiques occupent désormais une place importante dans le travail journalistique. Par ailleurs,

cette recherche a permis de valider les hypothèses formulées au départ. En effet, les pratiques journalistiques apparaissent bien comme un compromis entre l'exigence de produire une information fiable et les contraintes liées à la recherche d'audience. De même, le choix des sujets et la publication des contenus répondent à une double logique : informer le public tout en cherchant à maximiser la visibilité et l'engagement. Un autre résultat important concerne le rôle du public. Les internautes ne sont plus seulement des récepteurs de l'information, mais participent aussi, à travers leurs réactions et commentaires, à orienter les contenus publiés. Toutefois, certains journalistes essaient encore de préserver leur indépendance face à ces influences. L'intérêt de cette étude réside dans le fait qu'elle permet de mieux comprendre les transformations actuelles du journalisme en Côte d'Ivoire, ainsi que les défis auxquels les professionnels sont confrontés. Elle met notamment en lumière les enjeux liés à la qualité de l'information, à la crédibilité des médias et à la confiance du public dans un contexte de forte concurrence numérique.

Cette recherche présente cependant certaines limites, notamment le fait qu'elle ait été réalisée auprès d'un nombre limité de journalistes. Elle pourrait donc être prolongée par d'autres études plus larges. Elle souligne également l'importance de renforcer la formation des journalistes aux pratiques du numérique, afin qu'ils puissent mieux s'adapter tout en respectant les principes fondamentaux de leur métier.



Références bibliographiques

1. ANDERSON Chris, 2011, Publics délibératifs, agonistiques et algorithmiques : la vision qu'a le journalisme de son public à l'ère de la transparence des audiences. *International Journal of Communication*.
2. BALLE Francis, 2017. *Médias et sociétés*. LGDJ, Paris.
3. BENSON Rodney et NEVEU, Erik, 2005, *Bourdieu et le champ journalistique*. Polity Press, Cambridge,
4. BOURDIEU Pierre, 1994, *Raisons pratiques sur la théorie de l'action*. Seuil, Paris.
5. BOURDIEU Pierre, 1996, *Sur la télévision*. Liber-Raisons d'agir, Paris.
6. CARDON Dominique, 2010, *La démocratie Internet : promesses et limites*. Seuil, Paris.
7. CHAMPAGNE Patrick, 1995, *Faire l'opinion : le nouveau jeu politique*. Minuit, Paris.
8. CHARON Jean-Marie, 2015, *Les médias à l'ère numérique*. La Découverte, Paris.
9. CHARRON Jean et DE BONVILLE Jean, 2004, *Nature et transformation du journalisme*. Presses de l'Université Laval, Québec.
10. CASTELLS Manuel, 1998, *La société en réseaux*. Fayard, Paris.
11. DJE Bi Kahou Albert, 2024, « Les pratiques journalistiques à l'ère du numérique : véritable course à l'audience au détriment des règles éthiques et déontologiques des médias ». *SLC*, N° 18, pp. 242-257.

12. JENKINS Henry, 2006, *La culture de la convergence : là où les anciens et les nouveaux médias se rencontrent*. NYU Press, New York.
13. KOUADIO Affoué Léontine, 2025, *La pratique des journalistes de la presse écrite en ligne en Côte d'Ivoire*. Thèse unique de doctorat non publiée. Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan. 285 pages.
14. KOVACH Bill et ROSENSTIEL Tom, 2001, *Les fondements du journalisme*. Crown Publishers, New York.
15. LÉVY Pierre, 1997, *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. La Découverte, Paris.
16. LUTUMBA MBUYI Nestor, 2024, « Les faiblesses de la presse en ligne à la suite de la presse écrite en République Démocratique du Congo pour une perspective d'un journalisme numérique efficace ». *Revue des Arts, Linguistique, Littérature & Civilisations (RA2LC)*, n°12, pp.341-360.
17. MATTELART Armand, 2001, *Histoire de la société de l'information*. La Découverte, Paris.
18. NAPOLI Philip, 2011, *Évolution des audiences : les nouvelles technologies et la transformation des audiences médiatiques*. Columbia University Press, New York.
19. NEVEU Erik, 2009, *Sociologie du journalisme*. La Découverte, Paris.
20. PROULX Serge, 2012, *Les usages des technologies de l'information et de la communication*. Presses de l'Université du Québec, Québec.
21. REBILLARD Franck, 2012, *Le web 2.0 en perspective*. L'Harmattan, Paris.



...

ZAOULI N°13, Vol. 1, Mars 2026, pp. 745-771

ISSN : 2788-9343

Soumission: 12/01/2026 **Acceptation: 07/02/2026** **Publication: 13/03/2026**

22. SIMON Herbert, 1971, *Concevoir des organisations adaptées à un monde riche en informations*. Johns Hopkins Press, Baltimore
23. VAN DIJCK José, 2013, *La culture de la connectivité : une histoire critique des réseaux sociaux*. Oxford University Press, Oxford.
24. WOLTON Dominique, 2009, *Informé n'est pas communiquer*. CNRS Éditions, Paris.