

Québec français



Sur papier ou sur écran **Comment consommez-vous les magazines?**

Marianne Kugler

Numéro 116, hiver 2000

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/56138ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Publications Québec français

ISSN

0316-2052 (imprimé)

1923-5119 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

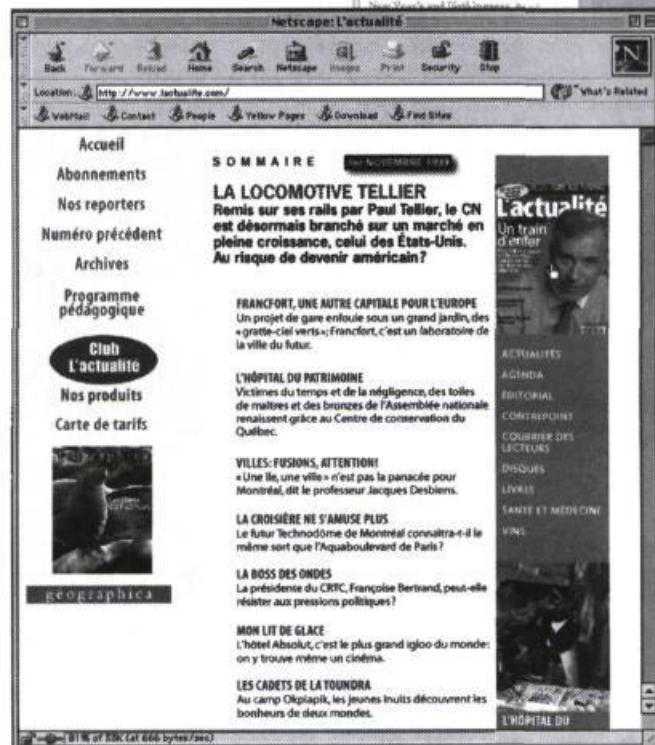
Kugler, M. (2000). Sur papier ou sur écran : comment consommez-vous les magazines? *Québec français*, (116), 104–106.

Sur papier ou sur écran

Comment consommez-vous les magazines?

Êtes-vous de ceux et celles qui, quand ils ont un moment d'oisiveté en vue, se plongent avec délice dans les pages de leur magazine préféré? Avez-vous déjà imaginé remplacer ce moment privilégié de repli sur vous même par un « tête à écran »? Dans un autre ordre d'idée, accepteriez-vous de substituer le bouquinage dans le rayon des magazines par une visite au cybercafé? Et votre budget magazine, le remplaceriez-vous par un coût de temps de raccordement en ligne? Ce dernier point nous mènerait à une discussion fort intéressante sur les déplacements de dépenses entre les entreprises de presse et celles de communication, domaine où je ne m'aventurerai pas parce que je me considère complètement incompétente, mais d'autres la posent en des termes relativement inquiétants¹.

Bien qu'il me paraisse inconcevable de remplacer le support papier par l'écran, il faut être de son temps et j'accepte que les magazines aient une version électronique au contenu adapté à la technologie Internet et dont la consultation, idéalement, viendrait enrichir la lecture-papier de façon substantielle. L'idéal pour moi serait alors de garder le magazine papier d'une part pour le plaisir des sens : l'œil, le toucher, l'odorat mais aussi pour lire un peu partout au gré de mes fantaisies. J'utiliserais le magazine en ligne pour entrer en interaction avec les journalistes, aller plus



loin dans l'information, ailleurs, autrement, y envoyer des amis lointains ou des étudiants.

Qu'en est-il aujourd'hui de ce double magazine idéal? Existe-t-il? Quelles en sont les contraintes? Cette chronique ne veut surtout pas faire une étude exhaustive de la question. Ce serait chimérique. Elle se limite aux magazines que je connais et qui ont créé un double en ligne. Ce double qui est malheureusement le plus souvent une simple photo de la couverture et un index du contenu mais qui est parfois un



ceux qui sont déjà vos familiers. Pour explorer en terres inconnues, utilisez le travail des autres. *Planète Québec*² a fait pour vous la lecture de ces publications et vous offre une liste commentée de magazines et de webzines francophones. Pascal Lapointe commente sur le site de *Journaliste québécois*³ les magazines d'ici et compare contenu www et contenu papier. Quant aux magazines plus « savants » vous pourrez en lire le sommaire et le résumé d'un article plus marquant sur le site de l'Agence science-presse⁴ dans ses différents kiosques : sciences, sciences humaines et sciences religieuses.

Gratuit ou payant?

Une des premières questions qui vient à l'esprit est celle de l'existence même de la version électronique d'un média papier. Est-ce seulement une question de mode? De fuite en avant? Suivre, oui mais encore faut-il en avoir les moyens. Qui parle de conception de contenu adapté aux technologies et de mise en ligne, parle forcément de moyens financiers et de rentabilité de la version Internet⁵. Les éditeurs et directeurs de l'information des médias en ligne répètent qu'ils ne sont sur le www que pour expérimenter les nouvelles technologies, accroître leur image et non pour faire des profits. Faut-il les croire? Il y a, en schématisant, deux façons de générer des revenus pour un média : faire de la publicité en ligne (ou

jumeau ou un frère plus grand ou tout un univers.

Où les trouver?

De plus en plus de magazines papier arborent en couverture l'adresse de leur site www. On pourrait faire une étude psychologique des responsables de ces publications selon la place qu'ils donnent à cette adresse en couverture : sous le titre comme *L'Actualité*, en bas à gauche en tout petit comme *Info-Presse* ou *Québec science*. Mais cette façon de faire ne convient que pour

encore de la commande de pages, de l'accès au télé-achat et tout ce qui peut être assimilé au « contenant » ou faire payer pour la lecture du contenu (abonnement à l'année ou à la journée à une partie ou à la totalité du contenu du site).

Selon une étude américaine récente ⁶, 40% des revenus en ligne du journal *USA Today* proviendront en 1999 du seul commerce électronique, le reste provenant de la publicité ou des commandes. Je ne connais pas les chiffres pour le site du *Monde* ⁷ mais le moins que l'on puisse dire, c'est que le centre d'achat virtuel y est assez grand et la gamme des produits variée. Il s'agit de quotidiens et non de magazines mais les problématiques sont semblables. Les deux types de médias reposent es-

sentiellement sur les revenus publicitaires pour soutenir leur publication. Il semble donc logique que la version électronique dépende elle aussi de la vente de publicité ou des retours sur les ventes par télé-achat.

En faisant abstraction des revenus publicitaires ou du commerce en ligne, est-il possible de faire payer l'internaute ? Pour le moment la réponse est non. La tradition de la toile est celle de la gratuité à l'exception du très célèbre *Wall Street Journal* – le seul quotidien en ligne payant ⁸ – et des magazines spécialisés (comme par exemple *Science* ⁹ ou *Nature* ¹⁰, dans le secteur des sciences naturelles). Tous les sites de médias qui ont tenté d'instaurer un accès payant sont redevenus gratuits. Comme le souligne le journaliste

Pascal Lapointe, « les quelques médias qui obligent le lecteur à payer pour avoir accès à leur contenu quotidien ou mensuel sont si rares que la majorité des internautes ne le remarquent même pas : il est presque toujours possible de trouver l'équivalent ailleurs » ¹¹. Ce qui est payant dans la très grande majorité des cas, c'est l'accès aux archives des quotidiens ou des magazines. Il y a là encore de belles exceptions comme *Le Monde diplomatique* ¹² qui donne accès gratuitement, par mots clés, à de nombreux articles et à des dossiers très étoffés.

Dans un autre ordre d'idée, un magazine québécois du milieu de l'informatique, *Atout-Micro* ¹³ a entrepris une démarche originale. Ce magazine spécialisé existe en version papier depuis 13 ans et en version écourtée sur la toile depuis quelques années. Il essaie de convaincre ses abonnés de choisir une nouvelle version www intégrale cette fois ¹⁴. François Picard, rédacteur en chef de ce magazine, propose ainsi à chaque abonné de télécharger le contenu complet du magazine et de l'im-

primer. Avantage pour l'abonné, il reçoit le magazine rapidement, ce qui est particulièrement intéressant pour un lecteur européen de ce magazine d'outre-océan. Avantage pour l'éditeur, il réalise une économie des coûts de papier et d'édition. Le principal obstacle a été de trouver des logiciels qui permettaient de faire ce transfert légèrement (en terme de poids de fichier informatique) et rapidement. En fait, cet éditeur tente de réaliser dans le domaine du magazine ce que *l'Encyclopedia Britannica* a fait dans celui des encyclopédies : faire disparaître le produit papier.

Des vitrines plus ou moins garnies

Les magazines en ligne sont intéressants essentiellement pour trois raisons : vérifier rapidement le sommaire des magazines que l'on connaît, se familiariser avec un inconnu lointain qui n'est pas disponible en magasin localement ou pouvoir trouver sur la toile des compléments significatifs au magazine papier. Dans les deux premiers cas, la présence du



sommaire des derniers numéros est suffisante. *L'Actualité*¹⁵ est un bon exemple de cette façon de faire. Mais ce ne sont sûrement pas ces sites que vous fréquenteriez assidûment. Beaucoup de magazines ne vont pas plus loin sans doute par peur que leur site wwwwienne nuire à la vente du magazine papier. Pourtant, il ne semble pas que ce soit le cas. Une vitrine bien montée sur la toile permet en fait d'accroître la clientèle possible d'acheteurs du ma-

gazine. *Nuit blanche*¹⁶, le magazine du livre, va plus loin en donnant accès aux textes complets des articles dans une mise en page de site très sobre et entièrement dépourvue de publicité.

Faire autrement

Un des premiers magazines, à ma connaissance, qui a ouvert un site franchement innovateur est le *Atlantic Monthly*, magazine d'information générale de la côte est américaine¹⁷. La version papier

existe depuis 1857, ce n'est pas le premier venu, et la version web, *The Atlantic Unbound*, a été mise en ligne en 1993. Ce site est un très bon exemple de ce que j'aime trouver : des liens avec d'autres documents, des entrevues avec les journalistes ou les personnes interviewées, des forums de discussion et des articles plus anciens. Le tout dans un environnement où vous ne sentez pas trop la pression à consommer. La publicité y reste discrète et les gadgets de programmation ne ralentissent pas le chargement. Le seul reproche que l'on peut faire porte sur la longueur des articles peu adaptée à une lecture à l'écran. Beaucoup de lecteurs font sans doute comme moi : imprimer des versions papier !

Le multimédia

Si les éditeurs d'*Atlantic Unbound* semblent avoir décidé de ne recourir ni au son ni à la vidéo, c'est bien la mise en ligne d'images vidéo qui a permis à *Cybersciences*¹⁸, le site très riche de *Québec science*, de se démarquer des médias électroniques québécois en septembre dernier. Leur utilisation des images vidéo les a mis à l'avant-scène dans l'affaire de l'Alcyone, le bateau de la fondation Cousteau qui aurait été trop familier avec les baleines du Saguenay. C'est la mise en ligne rapide d'un vidéo amateur qui a rendu possible la couverture de cet événement par tous les médias intéressés du Québec, de France et d'ailleurs dans le monde.

Cybersciences offre beaucoup plus que le seul contenu du magazine : une section actualité avec des hyperliens vers la source de l'information ou vers des données complémentaires, des dossiers, un sondage hebdomadaire, la possibilité de poser des questions à des scientifiques... Un site diversifié qui répond aux critères du public des internautes : la variété, les nouvelles courtes qui sont remises à jour quotidiennement.

Et demain ?

Les magazines papier, les quotidiens sont-ils appelés à disparaître ? Non. Comme le souligne le journaliste italien Angelo Agostini¹⁹, jamais une innovation n'a

chassé les technologies antérieures. Les différents moyens d'information vivent les uns avec les autres. Ce sont les outils de production qui disparaissent. On pourrait aussi penser que la tendance à la fragmentation des auditoires va augmenter et que les lecteurs se tourneront de plus en plus vers des sources d'information spécialisées. Tendance qui a déjà favorisé la publications des magazines dans les dernières années. Je ne m'inquiète pas. Ce n'est pas demain que les rayons des magazines seront vides parce que ce n'est pas demain non plus que les écrans d'ordinateurs seront aussi souples et agréables à regarder qu'une page de magazine !

* Marianne.Kugler@com.ulaval.ca

Notes

1. Dan Schiller, « Bataille mondiale pour le contrôle des réseaux », dans « Révolution dans la communication », *Manière de voir, Le Monde diplomatique*, 46 (juillet-août 1999), p. 12-15.
2. <http://planete.qc.ca/internet/listesite.asp?type=magazines&debut=0&nb=20>
3. <http://www.cam.org/~nslap/media/magazines.html#mag3>
4. <http://www.sciencepresse.qc.ca/>
5. Sites d'information : « Priorité à la rentabilité », *Internet, médias et journalisme*, vol. 1, 2 (mai 1999), Centre d'études sur les médias.
6. Étude publiée par *Editor and Publisher*, citée dans l'article mentionné en note 1.
7. <http://www.lemonde.fr>
8. <http://www.wsj.com>
9. <http://www.sciencemag.org>
10. <http://www.nature.com>
11. Pascal Lapointe, *Le journalisme à l'heure du net : guide pratique*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval, 1999, p. 83.
12. <http://www.monde-diplomatique.fr>
13. <http://www.atoutmicro.ca>
14. « Un magazine papier électronique », *Infopresse*, septembre 1999, p. 26.
15. <http://www.lactualite.com/>
16. <http://www.NuitBlanche.com>
17. <http://www.theatlantic.com>
18. <http://www.cybersciences.com>
19. Angelo Agostini, « La presse au défi d'Internet », dans « Révolution dans la communication », *Manière de voir, Le Monde diplomatique*, 46 (juillet-août 1999), p. 23-25.

