

## Séquence « web journalisme », ressources pour en savoir plus.

### Les tendances 2014 (Presse en ligne )

1. Tout d'abord on peut noter la montée en force d'un nouvel acteur dans les médias en ligne qui s'appelle [Awesomeness.TV](#). C'est le réseau de chaînes sur Youtube le plus populaire du moment. Il rassemble des créateurs de contenu sur Youtube pour les diffuser ensuite dans des médias plus classique comme la chaîne [Nickelodeon](#). Une façon aussi de voir le "Maker Movement" s'illustrer dans l'univers des médias avec tous ces producteurs de contenus amateurs réunis sous une même marque.
2. **Comprendre une info en un coup d'oeil** : c'est ce que plusieurs applications mobiles font déjà et c'est ce que les consommateurs demandent de plus en plus. Un défi intéressant à relever pour des éditeurs de presse en ligne qui ont plus de contenus qu'un petit écran ne peut contenir. Mais qui voudra le premier s'épuiser à résoudre cette quadrature du cercle ?
3. **Effet boomerang de nos vies hyperconnectées** : à force de passer le nez collé à notre mobile, on va réclamer aussi plus de temps sans avoir "la tête baissée". Pour les médias qui cherchent toujours à augmenter l'engagement de leur audience, le développement de ce mouvement pourrait poser problème. A moins de trouver un moyen malin de s'en emparer, à l'instar de la fonction "done" proposée par l'application [News Digest](#) annoncée récemment par Yahoo.
4. **Contexte et contrôle** sont offerts à l'utilisateur lorsqu'on lui indique en amont combien de temps il faut pour lire tel ou tel article. Plusieurs médias et sites le font déjà, JWT anticipe une propagation de ce petit plus.
5. **Podcast One**  
Dans le secteur audio, voici un autre acteur à garder dans son viseur en 2014. De manière générale, il y'a beaucoup d'innovation autour des contenus audio aux États Unis royaume des salles de gym et du transport automobile.
6. **Speaking Visually**  
De plus en plus de marques et produits vont développer une grammaire visuelle pour communiquer avec les consommateurs, note le rapport. C'est un sujet qui concerne aussi les médias: **comment renseigner mes lecteurs sur des contenus en utilisant des images plutôt que des labels textuels?**
7. **Survival of the focussed**  
Adieu gloire du multitasking, **place au focus et au recentrage des activités**. Un vrai contrepied à la folie du 2ème écran dont se sont emparés de nombreux éditeurs de chaînes télé et d'apôtres de la social TV. *Comment seront ils touchés par cette tendance identifiée par JWT? A suivre...*

Sources : <http://atelier.rfi.fr/profiles/blogs/7-tendances-qui-devraient-pr-occuper-les-m-dias-en-2014>