

Les liens entre médias locaux et publics repensés Vers un journalisme d'engagement ?

Pr. Nathalie Pignard-Cheynel & Laura Amigo
Académie du journalisme et des médias
Université de Neuchâtel, Suisse

3e congrès de la Société pour l'histoire des médias (SPHM)
et du Centre de sciences historiques de la culture (SHC)
"Métiers et professions des médias (18e-21e siècles)"

Les médias locaux et leurs publics

Projet de recherche collectif LINC (local, innovation, news, communauté) : étude de la manière dont les médias locaux (re)pensent les relations à leurs publics, en France, Suisse et Belgique francophones

Contexte de crise pour les médias (avec des difficultés propres aux médias locaux, qui affecte le rapport aux publics) : défiance croissante, difficulté à rajeunir l'audience, abandon de certains territoires, développements parfois lents sur les supports numériques, etc.

Mouvement au sein des médias de **prise en compte plus forte des publics** (audience turn, journalisme participatif, journalisme conversationnel, etc.), selon des modalités variables

*Projet de recherche (12/2018-01/2021) dirigé par Nathalie Pignard-Cheynel (Univ. Neuchâtel), avec la participation de Laura Amigo et David Gerber (Univ. Neuchâtel), Loïc Ballarini (Univ. Lorraine), Franck Bousquet et Brigitte Sebbah (Univ. Toulouse), Benoît Grevisse, Olivier Standaert et Lara Van Dievoet (Univ. Louvain). Financement du Fonds National Suisse.

Questions de recherche

- Quelles sont les initiatives mises en place par les médias locaux pour (re)nouer un lien avec leurs publics ?
- Quel est le rôle envisagé des publics dans ces initiatives ?
- Observe-t-on une évolution dans le temps, révélatrice du passage d'un journalisme participatif à un journalisme d'engagement ?

Méthode et corpus

- Constitution d'une base de données par recensement des initiatives des médias locaux envers les publics en Europe francophone (BE, CH, FR) entre décembre 2018 et décembre 2020. Base de données librement accessible : <https://www.unine.ch/ajm/recensement-linc>
- 550 initiatives recensées au 31 décembre 2020
- Double catégorisation : type des initiatives (24) et degré et nature d'implication des publics (8)

Recensement d'initiatives

Airtable Grid pour embed Sign up

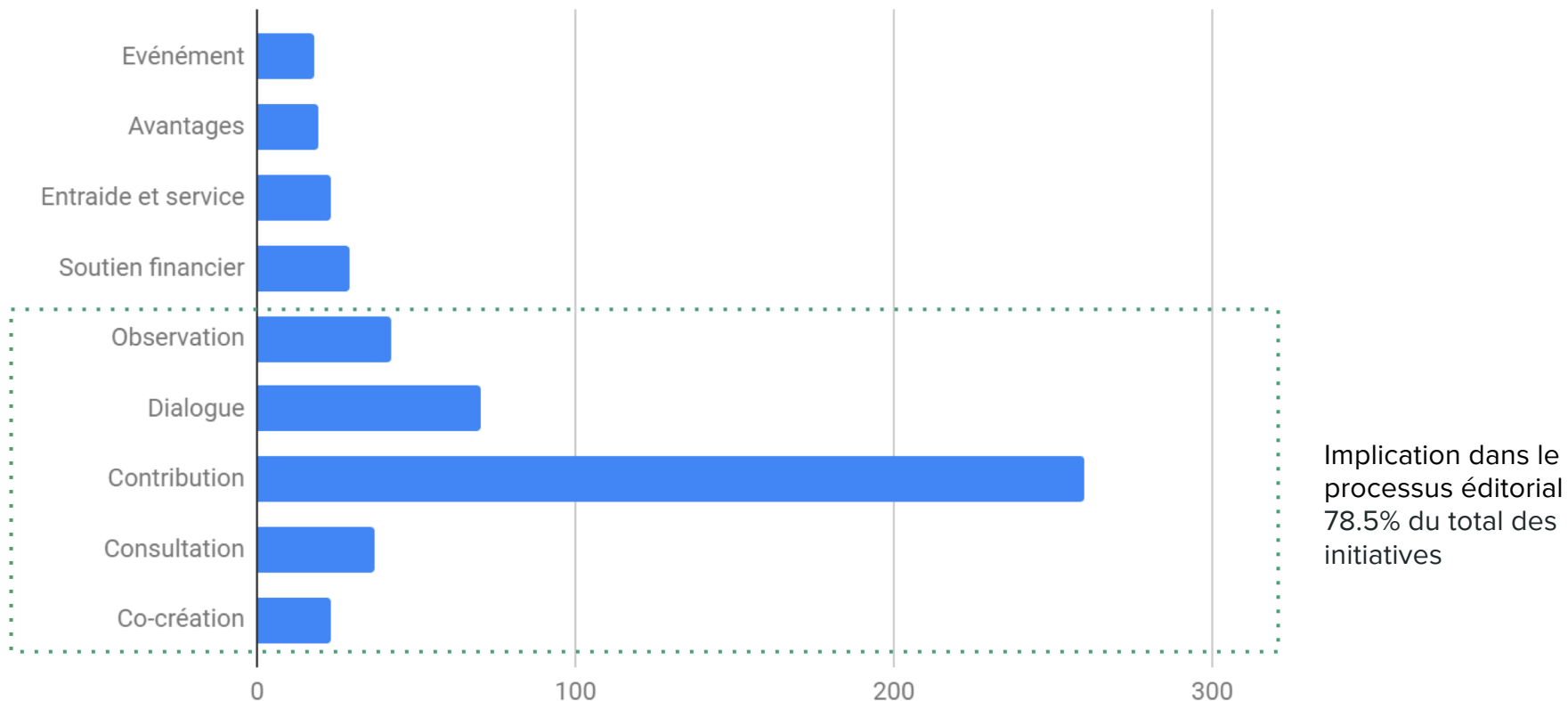
Hide fields Filter Group Sort ...

	Nom de l'initiative	Média	Nature...	Localité/Ré...	Pays	Descriptif synthétique	Démarrage an...	Liens
	Radio*					radio, de l'information		3320910105001985?s=20
242	Rencontre "Face aux usagers"	La Montagne	Presse	Auvergne	France	Organisation d'un échange entre les usagers de la ligne Clermont-Paris et le patron de la SNCF et le secrétaire ...	2019 (septembre)	https://www.lamontagne.fr/clermont-ferrand-63000/actualites/face-aux-...
243	Abonné(e)s expert(e)s	Nice Matin	Presse	Nice et Var	France	Panel ouvert aux abonnés experts dans un domaine, afin d'être consultés pour éclairer des dossiers, décrypter de...	2019 (septembre)	https://www.nicematin.com/faits-de-societe/devenez-nos-abonnees-...
244	Super fans	Ma Télé	Télévisi...		Belgi...	Création d'un groupe Facebook de superfans afin de créer une relation privilégiée avec des internautes hyper ...	2019	https://lelabmatele.wordpress.com/2019/07/12/que-faire-avec-ses-...
245	Nouveaux outils éditoriaux	Mediacités	Numéri...	Lille, Lyon, Nantes, ...	France	Appel aux dons afin de financer de nouveaux outils éditoriaux.	2019	https://www.okpal.com/mediacites/
246	Génie suisse sur la route	RTS	Radio	Suisse romande	Suisse	Le bus de la rédaction de la radio RTS fait étape dans 7 villes romandes à la rencontre de la population afin ...	2019 (août-septembre)	https://www.rts.ch/info/dossiers/2019/elections-federales-2019/10664107-...
247	Portes ouvertes	Nord Littoral	Presse	Calais	France	Après quelques mois de travaux, le journal invite les lecteurs à découvrir le nouvel agancement de ces locaux.	2019 (octobre)	https://pbs.twimg.com/media/EIRhwilXyAET1y.jpg
248	Médias et Citoyens	Groupe Ebra, La Voix du Nord, Ouest-....	Presse	Plusieurs régions	France	Plateforme participative en ligne afin de recueillir des contributions sur plusieurs thèmes portant sur la ...	2019 (octobre-décembre)	https://www.francetvinfo.fr/partenariats/comment-les-medias-peuvent-ils-...
249	Charte de bonnes pratiques	Groupe Centre France (not. L'Ech...	Presse	Centre	France	Charte de bonnes pratiques faisant partie d'une volonté de transparence sur la couverture des élections municipales...	2019	https://www.lamontagne.fr/paris-75000/actualites/les-huit-...
250	La liberté vous ouvre sa ruche	La Liberté	Presse	Fribourg	Suisse	Possibilité d'organiser une visite de la rédaction en réservant une date via un formulaire en ligne.	2019	https://www.laliberte.ch/site/landing_page_redaction/index.php

550 records

<https://www.unine.ch/ajm/recensement-linc>

L'implication des publics dans les initiatives



Implication des publics hors processus éditorial

Événement

3,2%

Participation à des événements qui ne sont pas directement liés à la production éditoriale

- Apéritif avec la rédaction, exposition organisée par le média, festivités, etc.

Avantages

3,4%

Obtention d'avantages commerciaux pour des produits ou services liés au média ou à un de ses partenaires

- Accès à des offres promotionnelles, obtention de récompenses, etc.

Entraide et service

4,1%

Démarches de solidarité notamment envers des concitoyens

- Plateformes pour demander/rendre des services entre voisins, espace diffusant des messages de soutien envers des personnes isolées, etc.

Soutien financier

5,2%

Don pécuniaire et soutien au bénéfice du média

- Campagnes de soutien financier participatives, souscriptions, etc.

Implication des publics dans le processus éditorial

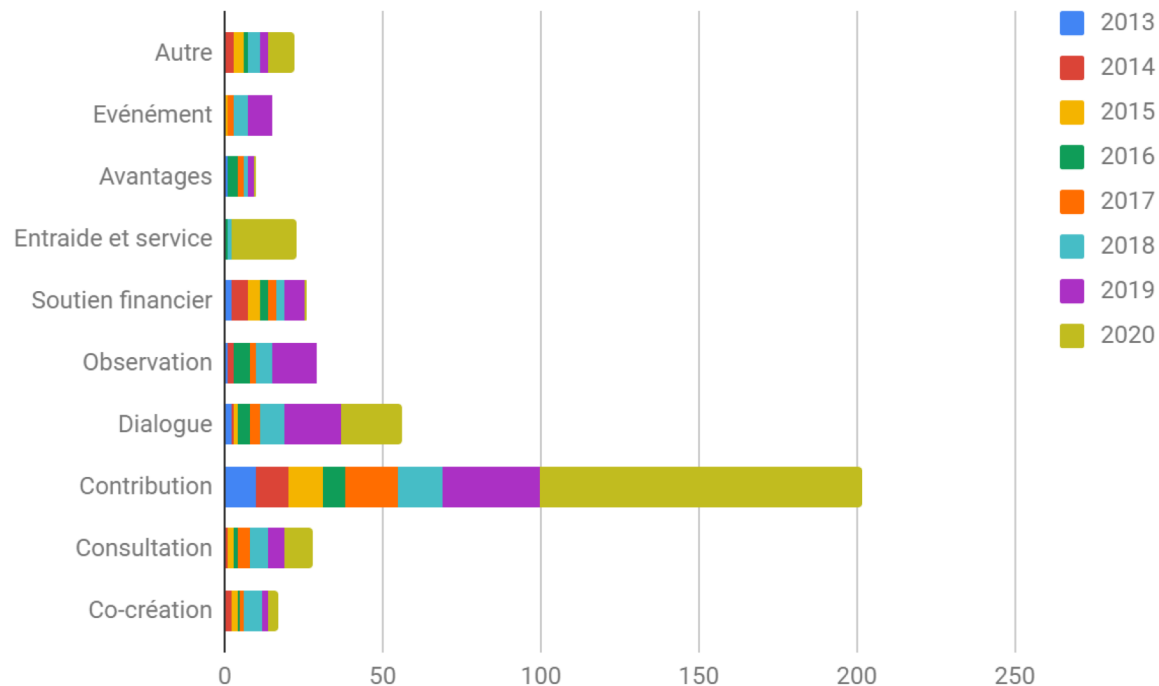
Plus faible degré
d'implication



Plus fort degré
d'implication

Observation 7,6%	Accès aux formats explicatifs ou aux lieux où se fabrique l'information - Visites de la rédaction, contenus de type "making of", etc.
Dialogue 12,7%	Échanges avec les journalistes sur l'information - Rédactions itinérantes, café lecteurs, etc.
Contribution 47,2%	Apport de contenu qui peut être utilisé pour la production éditoriale - Appels à témoignages, fonctionnalités d'envoi de contenu, etc.
Consultation 6,7%	Choix sur divers aspects éditoriaux engageant la rédaction à les suivre - Panels de lecteurs, votes sur des sujets à traiter, etc.
Co-création 4,1%	Collaboration avec les journalistes dans la production d'information - Ateliers de co-écriture, parfois délocalisés et/ou en collaboration avec des associations.

L'implication des publics 2013-2020*



*Les résultats concernent 428 initiatives, pour lesquelles la date de lancement était connue

Conclusion

- Nombre important d'initiatives impliquant les publics, notamment en lien avec le processus éditorial -> manifestation possible d'un "tournant vers l'audience" dans les médias locaux
- Permanence (et non affaiblissement) des initiatives de journalisme participatif, avec une réactivation lors de la crise Covid (alors même que les expériences antérieures avaient souvent été des (semi-)échecs)
- Essor des initiatives favorisant la proximité, la transparence et l'ouverture vis-à-vis des publics, souvent via des événements en présentiel et des rencontres/visites. Démarche pédagogique et dialogique, distincte du journalisme participatif
- Le développement d'un journalisme d'engagement est visible mais à la marge (limite de la méthode du recensement par initiative) et devra être approfondi grâce aux entretiens semi-directifs réalisés en complément

Merci!

**Nathalie Pignard-Cheynel : nathalie.pignard-cheynel@unine.ch
Laura Amigo : laura.amigo@unine.ch**

Académie du journalisme et des médias
Université de Neuchâtel, Suisse

Projet de recherche LINC <https://www.unine.ch/ajm/linc>