

---

# L'identité éditoriale des sites municipaux : signifier un rapport spécifique au public

---

Programme M@rsouin 2005

Séminaire Trégastel 11-12 mai 2006

Florence Le Cam, Denis Ruellan (CRAPE - ONTICM)

Bertrand Cabedoche (IRUTIC)

---

# Hypothèse :

## l'information de service public

- Délaisser *l'information publique* ou la *communication publique* pour **l'information de service public** :
    - pour spécifier la visée performative de la notion à l'égard du public : l'information 'rend service', et confère à l'émetteur du message une partie de son caractère institutionnel.
    - pour spécifier le type d'information observé qui semble se situer à la frontière de l'information et de la communication,
      - en restant rattachée au domaine de la communication institutionnelle voire politique,
      - de lui attribuer une part du caractère journalistique dont elle se prévaut et qu'elle laisse transparaître.
-

# La méthodologie-1

- Étudier l'information de service public :
  - Dans les sites en ligne de quelques municipalités bretonnes (à partir d'un panorama, puis d'une sélection spécifique)
  - Afin d'étudier l'identité éditoriale de ces sites :
    - comme combinaison de stratégies énonciatives, créant de l'identité éditoriale
      - d'une part, comme un construit discursif qui démarque les médias-titre les uns des autres (centre d'intérêt, ton, style, idéologie...)
      - d'autre part, comme un préconstruit discursif du média-titre : politique en matière de titrage, genres, citations...

---

# La méthodologie-2

- **Appropriation de la méthodologie** de Ringoot (2004) et de ses trois axes d'étude :
    - L'étude de la construction du sens liée à la morphologie du média : format, segmentation, distribution des surfaces ;
    - L'étude des identités énonciatives journalistiques : nom du média, auteurs, fonction catégorisante des rubriques et des pages, propriétés des genres, de l'angle et des titres ;
    - La polyphonie journalistique : qui fait-on parler, comment et pourquoi – discours rapportés.
-

---

# La méthodologie-3

- **Application de ces trois axes** à la sélection de sites municipaux : Lorient, Brest, Rennes et Saint-Brieuc.
    - Analyse de l'identité éditoriale de ces sites sous forme de monographies,
    - Entrevues qualitatives avec élus et responsables des sites en ligne des municipalités.
-

---

# Un rapport spécifique au public-1

- Dans un contexte de concurrence avec les médias traditionnels, les sites tentent construire un **contrat de lecture** particulier (Véron, 1985), un rapport spécifique au public, qui ne soit pas fondé sur une imitation :
    - contrat qui s'articule aux attentes, motivations, intérêts, imaginaires du public
    - contrat qui vise à entretenir un rapport de lecture proche de celui des médias traditionnels
      - Recours à des dispositifs discursifs connus
-

# Un rapport spécifique au public-2

- Le contrat de lecture est révélé par **les indices de l'identité éditoriale** :
  - une image spécifique du territoire,
  - la construction d'un rapport particulier au temps,
  - la publication d'une information descriptive,
  - la fourniture d'une information de sources,
  - une hiérarchisation de l'information temporelle et thématique,
  - la mise en scène de l'action dans le cité :
    - guide des activités, agenda,
    - porte d'entrée vers les sites des acteurs principaux du territoire,

# Un rapport spécifique au public-3

- peu de production de contenu original, mais des fonctionnalités novatrices comme l'e-administration,
- des services particuliers : des *chats*, des forums qui incitent à un rapport interactif avec l'administration municipale,
- Les sites tentent de mettre à distance les figures politiques, et de prôner une certaine neutralité, signifiée notamment par un effacement de l'écrivain.
- Le « contrat de lecture » place le public au centre de ses intentions (formes discursives et contenus)
- Les sites veulent apparaître comme un espace commun, public, collectif, miroir de l'activité sur le territoire : une scène de la 'maison commune'

---

# Un genre d'information spécifique-1

- Ce contrat de lecture est différent de celui des autres médias
- il n'est pas identique à celui des bulletins municipaux

## Ce contrat fonde-t-il un genre médiatique ?

- Ce genre est spécifique car il allie trois types de discours :
    - administratif,
    - centré sur le service au public dans une logique d'action politique dépourvue de son caractère partisan et militant,
-

# Un genre d'information spécifique-2

- journalistique – ce genre est le produit conjugué :
  - d'intentions éditoriales (Ruellan, 2001) : pratiques, promotionnelles, valorisantes (et non engagée, critiques, distanciées, cliniques, éducative, distractives, commerciales)
  - des formes textuelles (Lochard, 1996) : informatives et un peu factitives (et non persuasives et séductrices)
  - des stratégies énonciatives de mise en scène du locuteur (Ringoot et Rochard, 2004) : dépersonnalisant (peu caractérisant et non corporalisant)
    - **un usage partiel du discours journalistique**

# Un genre d'information spécifique-3

- Ce genre témoigne de ce que la municipalité prétend être auprès des citoyens : pratique, utile, informative, valorisante
  - un effacement de la figure politique et de l'écrivain
- La construction **d'un genre, l'information de service public**, participe de certaines intentions de communication institutionnelle
  - Servicielle : être utile
  - Élective : rendre compte
  - Incitative : favoriser
  - Expérimentale : tenter

---

# Des perspectives...

- Du point de vue du public:
    - Usages et représentations par les internautes-administrés du contrat de lecture
    - Par comparaison avec le contrat de lecture issu des magazines papier municipaux ?
  - Du point de vue de l'information de service public:
    - Étude des traces du discours politique dans l'information de service public
  - Des applications:
    - Groupes de discussion mixtes à propos des sites
    - Travail de consultation pour la synergie des supports de diffusion.
-