



COMMUNIQUER EN RESEAU POUR LE DÉVELOPPEMENT : Communication et coopération au développement en Piémont¹

L'étude des médias: objectif, structure et méthodologie

L'objectif de cette étude était de suivre, sur les plans qualitatif et quantitatif, l'information présente dans les médias piémontais sur les questions de coopération au développement, en examinant d'une part, les contenus proposés et de l'autre, la perception du thème par les journalistes les ayant élaborés.

L'étude est divisée en deux parties : tout d'abord l'analyse des contenus, entre le 1er avril et le 30 juin 2013, de l'édition de 19h30 du journal télévisé régional de RAI3, ainsi que des 76 journaux locaux publiés dans le Piémont et inclus dans la base de données régionale de MenteLocale². Ensuite, un questionnaire a été administré auprès des rédactions des médias présents dans le Piémont, quel que soit le support (papier, télévision, radio ou internet).

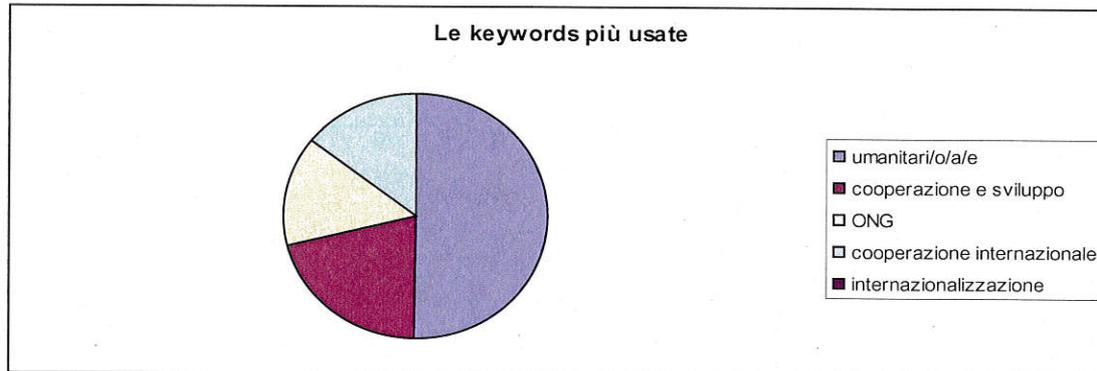
L'objectif de l'analyse a porté sur la compréhension de l'organisation éditoriale en général, sur le traitement informatif de la coopération au développement, ainsi que sur la perception qu'ont les journalistes des procédures et pratiques adoptées par les publications dans le traitement de ces thématiques.

Les données recueillies, présentées succinctement ci-dessous, montrent un faible traitement de la coopération au développement et de ses acteurs, et lorsqu'une information est donnée, elle est généralement en lien avec des événements ayant lieu dans les territoires.

L'analyse du contenu

La recherche sur les médias s'est déroulée en deux phases. Dans la première phase, nous avons suivi la fréquence avec laquelle, au cours de la période comprise entre le 1er avril et le 30 juin 2013, sont parus des articles contenant au moins l'un des mots clés sélectionnés pour repérer les thèmes abordés dans l'étude. 877 informations ont été trouvées au total. Dans la deuxième phase, nous avons lu tous les articles contenant au moins l'un des mots clés afin de vérifier leur réelle pertinence avec l'objet de l'étude. Le nombre d'articles a ainsi été réduit à 237, répartis en fonction des mots-clés suivant : humanitaire/s (50,2% des articles), coopération internationale (20,8%), coopération et développement (14,5%), ONG (14,5%). Aucune liaison n'est apparue entre la coopération internationale et le terme «internationalisation».

Les mots-clés les plus utilisés



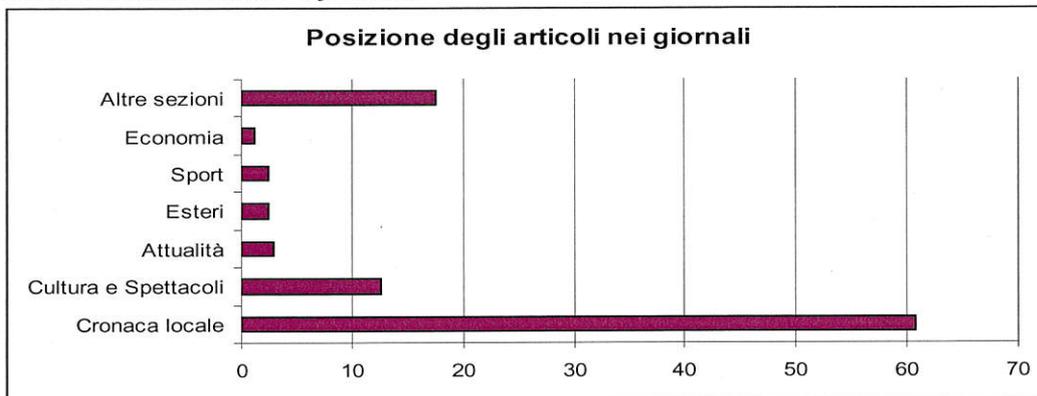
humanitaire/s - coopération et développement – ONG - coopération internationale - internationalisation

Les résultats de l'étude sur la visibilité des articles montre que la plupart sont de taille modeste (35,4% occupe une seule colonne) ou moyenne (33,3 % sur deux ou trois colonnes). La rubrique dans laquelle se trouvent la plupart des articles est celle des chroniques locales (60,7%), suivie par les pages « Culture et spectacles » (12,6%). Les autres rubriques ont un nombre très limité d'articles sur le sujet : actualité (2,9%), sports (2,5%) international (2,5%) et économie (1,2%). Dans 73,4% des cas, l'article est motivé par l'organisation d'événements – certains étant de très petite taille - dans la région tels que des présentations de livres, la tenue de marchés éthiques, etc.

¹ L'étude a été réalisée par Sara Minucci de l'Observatoire sur la communication politique, Département « Culture, politique et société » de l'Université des études de Turin. Pour plus d'informations : <http://www.politicalcommunicationmonitor.eu/>.

² « MenteLocale » est un service offert par la Direction Communication institutionnelle de la Région Piémont, en collaboration avec les éditeurs locaux et la Fédération italienne des petits éditeurs de journaux (FIPEG). Pour plus d'informations <http://www.regione.piemonte.it/mentelocale/>.

Position des articles dans les journaux



Autres sections – Economie – Sport – International – Actualité - Culture et Spectacles - Chronique locale

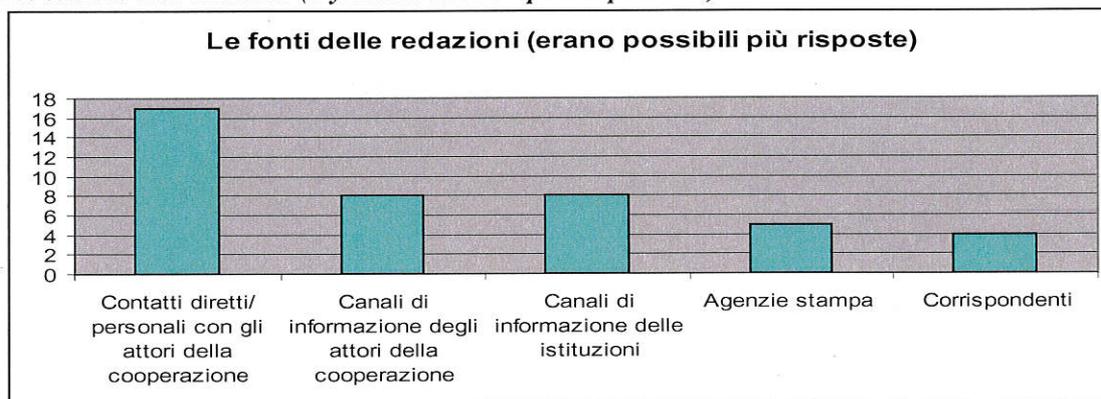
La recherche sur l'édition de 19h30 du journal télévisé régional du Piémont a été menée en deux phases. Durant la première phase, une recherche par mots-clés – coopération internationale, développement et coopération, internationalisation, ONG, humanitaire/s - a été effectuée dans la base de données du Teche RAI à Turin, où se trouvent archivées par mots-clés toutes les informations du journal télévisé régional.

Dans la deuxième phase, nous avons visionné toutes les éditions du journal de 19h30 de la première semaine d'avril (1-7), de la deuxième semaine de mai (6-12) et la troisième de juin (17 -23) pour vérifier dans cet échantillon l'éventuelle présence d'informations inhérentes à des sujets intéressant cette étude, et qui n'auraient pas émergé par l'utilisation des mots-clés. Au cours des deux phases de l'enquête, il n'y a eu aucune couverture télévisée de ce journal en relation avec des thèmes de la coopération internationale. Ces résultats sont certainement liés à l'absence, au cours de la période analysée, d'informations relatives à la coopération au développement - par exemple, des événements organisés dans la région du Piémont - suffisamment importantes pour mériter une place dans l'édition « prime time » du journal télévisé.

L'étude du contenu

Après avoir examiné les produits de communication, l'étude s'est concentrée sur les acteurs de la communication qui opèrent dans le Piémont pour comprendre non seulement l'organisation et les critères qu'ils utilisent pour aborder les sujets de la coopération au développement mais aussi la perception qu'ils ont des contributions de leurs publications à la communication sur ces thématiques. Pour cela, 250 rédactions piémontaises ont été contactées (journaux, magazines, sites web, radio et télévisions) pour un sondage en ligne. 23 questionnaires remplis ont été reçus. Les réponses recueillies prouvent que la majorité des personnes interrogées aborde de manière exceptionnelle ou occasionnelle (60%) des sujets relatifs à la coopération internationale pour le développement. 17 des 23 rédactions déclarent ne pas disposer d'un expert sur ces questions.

Les sources des rédactions (il y avait d'autres réponses possibles)



*Contacts direct / personnel avec les acteurs de la coopération - Canaux d'information des acteurs de la coopération
Canaux d'information des institutions - Agences de presse - Correspondants*