

Axe 3: Les types de recherches dans la presse

Initiations à la recherche dans la presse

Réalisé par : Abdelkrim BENAICHA

Introduction à l'Axe 3

L'axe 3 explore les différentes méthodologies de recherche appliquées au domaine journalistique, permettant d'analyser la presse sous ses multiples dimensions.

Recherches de contenu et de forme

Analyse du **contenu manifeste et latent**, du discours journalistique et des éléments formels de conception

Recherches de la lecture

Étude du processus de **réception** et d'interprétation par les lecteurs (Qui? Lit quoi? Lit comment?)

Recherches de la presse électronique

Analyse de la **transformation numérique**, des usagers et des effets de la presse en ligne

Recherches de management journalistique

Étude de l'organisation et de la **gestion** des institutions journalistiques et de leurs pratiques

Recherches de contenu et de forme

Les recherches de contenu et de forme constituent des approches fondamentales pour analyser la presse sous ses dimensions sémantiques, structurelles et visuelles.



Analyse de contenu

Étude systématique du **contenu manifeste et latent** des communications journalistiques

- ✓ Approche quantitative et qualitative
- ✓ Identification d'émetteur, message, médium, récepteur
- ✓ Catégories d'analyse et unités d'enregistrement



Analyse du discours

Examen de la **structure linguistique** et du contexte de production du discours journalistique

- ✓ Approche principalement qualitative
- ✓ Respect de la structure globale du texte
- ✓ Conditions de production et de réception



Recherches de forme

Analyse des **éléments visuels et structurels** influençant l'attrait et la lisibilité

- ✓ Évolution de la conception des journaux
- ✓ Étude de la lisibilité et des préférences
- ✓ Impact psychologique sur le lecteur

L'analyse de contenu

” Définition selon B. Berelson

« L'analyse de contenu une modalité de recherche servant la **description quantitative, d'une manière objective, systématique, du contenu manifeste de communication** »

↔ Modalités d'analyse

II. Quantitative

Tendance descriptive • Analyse du contenu manifeste • Comptage et mesure

🧠 Qualitative

Tendance explicative • Analyse du contenu latent • Inférences et significations implicites

📌 Utilisations de l'analyse

👤 **Émetteur** : Objectifs, références, caractéristiques, appartenances

💬 **Message** : Fonctions, valeurs, sujets, sources, acteurs

📺 **Médium** : Formes, stratégies, traitement journalistique

👥 **Récepteur** : Caractéristiques, préoccupations, attitudes

🔧 Étapes de l'analyse

- 1 **Préanalyse** : Identification des caractéristiques, construction de problématique
- 2 **Identification des catégories** : Contenu (quoi?) et forme (comment?)
- 3 **Unités d'analyse** : Enregistrement (comptage, mesure) et contexte
- 4 **Guide d'analyse** : Concepts opérationnels, codage, décodage
- 5 **Tests de validité et fiabilité** : Interne, externe, coefficient de fiabilité
- 6 **Analyse et interprétation** : Basée sur résultats, nature du contenu et contexte

L'analyse du discours

Définition et importance

Le discours journalistique se présente comme un **système de la langue** s'articulant à travers un ensemble de constituants dans un contexte spécifique. Son analyse nécessite d'examiner sa **structure et son contexte** à travers différentes approches théoriques et méthodologiques.

Critères	Analyse de contenu	Analyse du discours
 Origine	Née des sciences sociales	Née de la linguistique
 Postulat	Transparence du discours par rapport au réel	Opacité d'un discours autonome par rapport au réel
 Critères d'analyse	Exogènes au discours (définis a priori)	Endogènes , nés de la lecture du texte (inductifs)
 Traitement du discours	Atomisation du discours (unités isolées)	Respect de la structure globale du texte
 Approche	Principalement quantitative (comptage, fréquence)	Principalement qualitative
 Représentativité	Postulat de représentativité statistique	Conditions de production, circulation, réception
 Type d'analyses	Statistique et thématique	Activité énonciative liée à un lieu et genre
 Corpus	Homogène et exhaustif	Homogénéité et exhaustivité non nécessaires

Critères	Analyse de contenu	Analyse du discours
 Reproductibilité	Reproductible (critères exogènes)	Pas de reproductibilité systématique

Les recherches de forme

Importance de la conception journalistique

La conception joue un rôle **crucial dans l'attraction des lecteurs** et facilite la lecture à travers des considérations psychologiques. Elle influence directement le côté psychique du lecteur via les éléments visuels.

Évolution de la conception

 Comparaison entre développement des préférences de lecteurs et évolution de la conception des journaux

Adaptation continue

 Évolution de la lisibilité et mise en application des couleurs, images et symboles

Impact visuel

 Clarté et style d'écriture, illustrations et espaces

Hiérarchie de l'information

Lisibilité des journaux

 Éléments topographiques : couleurs, images, dessins, symboles, forme d'écriture, polices

Langage visuel

 Lisibilité pour les usagers dans les journaux en ligne : dessin, architecture de l'information, interfaces

Expérience utilisateur

 Impact psychologique sur le lecteur et influence sur la réception du message

Ergonomie cognitive

Les recherches de la lecture

Processus de lecture

La lecture est un processus **psycholinguistique** où le lecteur décode le message journalistique à travers des significations pertinentes ou non. Les **significations réflexives** indiquent une ressemblance entre l'émetteur et le récepteur sur le code linguistique.

Qui ?

 Caractéristiques générales des lecteurs
Profil sociodémographique

 Besoins et motivations
Attentes personnelles

 Gratifications et satisfactions
Bénéfices perçus

Lit quoi ?

 Contenu journalistique préféré
Sélection subjective

 Sujets d'intérêt spécifiques
Centres d'attention

 Catégories thématiques privilégiées
Hiérarchie des préférences

Lit comment ?

 Traditions de lecture
Habitudes acquises

 Formes de décodage
Interprétation du message

 Types et modes d'usage
Interaction avec le support

Les recherches de la presse électronique

Transformation numérique de la presse

La transformation de la presse à l'ère du numérique est devenue une nécessité imposée par l'évolution des TIC. Le **web 2.0** se présente comme une alternative au journal imprimé, modifiant profondément le processus journalistique et ses fonctions.

Recherches comparatives

 Presse électronique vs presse classique
Évolution avant/après NTIC

 Réalité de la presse classique face à l'évolution en ligne
Coexistence et adaptation

 Prédicibilité du destin de la presse classique
Résistance et résilience

Recherches de contenu

 Analyse du contenu textuel et structurel
Spécificités du contenu numérique

 Éléments multimédias et design
Images, vidéos, architecture

 Hypertextes, hyperliens et interactivité
Espaces d'échanges et feedback

Recherches des usagers

 Méthodes, taux et types d'usage
Navigation, abonnement, fidélité

 Formes d'interactivité et participation
Commentaires, contacts, feedback

 Les "producers" et amateurs professionnels
Usagers devenus producteurs

Recherches d'effets

 Niveau mental ou cognitif
Traitement de l'information

 Niveau psychique ou émotionnel
Réactions affectives

 Niveau comportemental ou conatif
Actions et changements

Les recherches de management journalistique

La presse comme phénomène économique et industriel

Le développement de la presse s'organise au sein d'institutions qui nécessitent une **gestion efficace**. Le management journalistique supervise l'institution de la couverture de l'information jusqu'à sa diffusion, en couvrant toutes les étapes de la production au marketing.

⇄ Processus journalistiques concernés

\$ Processus économique

Couvre les étapes de la **production à la distribution** du contenu journalistique, incluant l'organisation des activités liées à la publicité, l'imprimerie, le marketing et la distribution.

≡✎ Processus de traitement journalistique

Englobe les étapes du traitement de l'**information brute** (événement naturel) jusqu'à l'information finale à diffuser, incluant le management de la rédaction et son organisation.

↗ Tendances de recherches

👤 Description des formes de management

Identification des formes et structures de management des institutions journalistiques (pyramidale, fonctionnelle, communautaire) et leur évaluation.

🌐 Rapport avec l'environnement

Analyse de l'influence des facteurs environnementaux (politiques, sociaux, économiques, juridiques) sur le fonctionnement de l'institution.

📄 Rapport avec les sorties

Étude du niveau et de la nature de l'influence de la forme dominante du management sur le contenu journalistique produit.

👥 Rapport avec les pratiques professionnelles

Examen de l'organisation interne et sa relation avec le management à travers la répartition des rôles et des objectifs.

Conclusion - Axe 3

Synthèse des types de recherches dans la presse

L'étude de la presse nécessite une approche **multidimensionnelle** pour appréhender pleinement le phénomène journalistique dans sa complexité. Les quatre grandes catégories de recherche présentées dans cet axe offrent des perspectives complémentaires essentielles.

Contenu et forme

-  Analyse systématique du **contenu manifeste et latent** et des éléments structurels
-  Étude du discours dans sa dimension linguistique et contextuelle
-  Compréhension de l'impact visuel et de la lisibilité sur le lecteur

Lecture

-  Approche **psycholinguistique** du processus de réception
-  Identification des caractéristiques, besoins et motivations des lecteurs
-  Analyse des traditions de lecture et formes de décodage

Presse électronique

-  Étude de la **transformation numérique** et ses implications
-  Analyse des usagers et de leur évolution vers des "producers"
-  Évaluation des effets cognitifs, émotionnels et comportementaux

Management journalistique

-  Approche **économique et industrielle** de la presse
-  Analyse de l'influence de l'environnement sur l'institution
-  Étude de l'organisation interne et des pratiques professionnelles

La complémentarité de ces approches permet une analyse complète et multidimensionnelle de la presse contemporaine