

Groupe de travail «Médias et participation» 6 décembre 2012 – Lyon

Synthèse des échanges p. 1 / Paper-board p. 6

Rapporteurs : Hélène Cauchoix et Bertrand Paris pour l'Institut de la Concertation.

Retrouvez-nous sur le web : www.concerter.org

Synthèse des échanges

Tour de table des participants

J. Bastide

Chargé de communication de la Fédération nationale des centres sociaux, a été journaliste.

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

Il n'y en a pas ! On n'arrive pas à faire médiatiser nos actions de participation. La question que l'on se pose ici est «pourquoi». Pour l'instant, ce n'est pas vital, mais un jour ça deviendra important. Aujourd'hui, dans la Presse Quotidienne Régionale (PQR), on parle des activités et pas de la démarche qui y a abouti. Et rien dans la presse nationale.

P. Gras

A travaillé 6 ans au Progrès (PQR rhodanienne) : plutôt long. A commencé à se «décaler» dans les années 70/80 pour finalement devenir consultant. Egalement enseignant.

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

La recherche nécessite de la prise de recul, mais trop de prise de recul amène à décrocher. Avant-dernière expérience : a ressemblé un peu à l'ouverture de la boîte de Pandore : très rentre-dedans, au final cela a angoissé tout le monde. Notamment à laisser la parole... Cela a mené à la conclusion négative de ne plus vouloir concerter.

Cela a été un très mauvais spectacle pour les journalistes. «On n'aime pas les trains qui arrivent à l'heure» dans le journalisme ! Or les journalistes sont souvent confinés à la synthèse, soit technique, soit focalisée sur les aspects positifs.

Y. Cosmas

En cours de thèse d'info-com' en science politique sur l'urbanisme dans la presse urbaine, qui porte sur le métro à Vénissieux (qui au final sera un tram).

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

Article sur le trolleybus à Lyon : dans la presse, on avait les avancées du projet, les dérapages éventuels... Il est difficile d'évaluer les interactions entre ce qui est prévu et ce

qui est fait. Pose la question de l'ordre dans lequel il faut faire les choses : de force ? la concertation peut-elle convaincre ? Où commence la concertation: avant qu'elle ne soit officiellement lancée ; après qu'elle soit finie, pour ceux qui se réveillent trop tard ?

I. Boutefoy

Bureau d'étude privé, «Contrechamp», travaille notamment sur l'évaluation de la concertation.

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

Pas d'expérience encore dans ce domaine. Mais avant, travaillait à la chambre d'agriculture. Les agriculteurs parlaient de la médiatisation négative auprès du grand public des démarches agricoles (notamment au niveau de la recherche).

P. Loviconi

A travaillé dans des mairies, puis des associations, et aujourd'hui est consultant.

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

Les métiers de ces domaines ne sont pas connus : associations et journalismes. Notamment les uns des autres. Il y a beaucoup de questions qui restent en suspens : mauvaise perception des métiers, de sa forme, de son résultat.

J-B Chémery

Bureau d'étude Contrechamp. Travaille sur la concertation essentiellement dans la gestion territoriale.

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

La presse est absente. Souvent, un correspondant local vient prendre une photo à la demande du porteur, et ça s'arrête là. A l'échelle des structures territoriales, cela peut être parfois très technique, et ça peut être dur pour les journalistes : complexité socio-technique, langage d'initiés... Quel intérêt pour le grand public ? Peut-on parler de limite de compétence du journaliste ? Cela questionne également la place de l'invisible dans les médias.

N. Duran

Journaliste territoriale, a notamment couvert il y a peu, pour la Ville de Villeurbanne, les «Grands débats de Villeurbanne».

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

Le journalisme institutionnel veut dire qu'il faut valoriser, être très positif... Les Grands débats ont été un très grand événement monté très rapidement: besoin d'éviter que ça se transforme en grands cahiers de doléances...

L. Burlet

Journaliste et co-fondateur de Rue89Lyon, *pureplayer* participatif qui adopte un point de vue plus critique que la PQR.

Beaucoup de sollicitations : faute de temps, on ne peut répondre à tout ! On est souvent amenés à expliquer que la concertation ne sert à rien face au cabinet du Maire.

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

Les journalistes ne veulent pas faire que du compte-rendu !
Et puis on est partagé entre l'envie et le temps disponible...

A. Bachmann

Ancienne stagiaire aux Robins, travailla actuellement à la Ville de Grigny (69).

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

Rôle de la presse, en écho aux acteurs, à destination des autres.

N. Tricot

Stagiaire à Robins des Villes, étudiant à Bordeaux.

S. Gonzalez

Représente le LyonBondyBlog, média jeune citoyen associatif. Ce BondyBlog ne parle plus exclusivement des quartiers populaires !

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

2 exemples : lors du forum médias/citoyens, un débat a montré la difficulté d'être à la fois dans la participation et dans la retranscription ou le travail journalistique. Il est difficile d'être dans la proposition et de la relater. Lors du montage de la Maison des potes, le blog a participé aux échanges et du coup, a simplement relayé l'information.

B. Paris

Chargé de mission concertation aux Robins des Villes.

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

Sur une commune du Rhône, pour une situation très tendue, les médias et notamment la PQR a joué un rôle assez inconstant... Cela a fortement questionné la place des médias, ainsi que les jeux des acteurs.

Sur l'îlot Mazagran, à la Guillotière (Lyon), montage d'un média sur un projet urbain, Radio Mazagran, pensé pour le quartier par des gens du quartier. Exemple de montage de son propre média pour pouvoir partager l'information.

H. Cauchoix

Travaille à la Fédération des Centres sociaux de l'Ain, ainsi que dans l'association Geyser.

Quelle est votre dernière expérience de lien entre concertation et médias ?

La question est essentiellement de comment faire pour être entendu !

Lecture d'extraits de l'ouvrage «sombres précurseurs» sur la gestion des risques autour du rôle des médias.

Intervention de Pierre Gras

On constate une méconnaissance historique entre les acteurs et les journalistes.

On a les mots qui sont sortis pendant les échanges : neutralité, ... tout dépend de ce qu'on en fait. Plus on est éloigné des médias, plus on s'en méfie.

Plusieurs points sont à poser :

- le journaliste n'est pas neutre. Il a un rôle, conscient ou non. S'il l'assume, il prend un risque de se mettre en difficulté ;
- en lien avec ce point, se pose la question de comment vivre son éthique professionnelle. On est généralement face à une sorte d'autocontrôle collectif.

- Le journaliste vit les contraintes économiques ! On vit un double phénomène de concentration et d'émiettement (notamment avec le web) ; si l'on ajoute une beaucoup plus forte proportion de pigistes et le développement de métiers bien plus diversifiés, on obtient un contexte particulier qu'il convient de prendre en compte pour comprendre ce milieu.
- Le système de formation est radicalement différent de celui des années 70. A l'époque, on ne comptait que 5 écoles en plus de Science po. Aujourd'hui, on en compte une cinquantaine, avec un fort mélange des genres. Certaines formations sont mauvaises, n'apportant aucune clé de lecture, seulement de la technique.
- On constate un décalage des échelles : l'accès à l'information mondiale 24h/24 et 7j/7, face à un local ultralocal, ce qui constitue un prisme déformant.

Plusieurs propositions ou questions peuvent être formulées :

- Il y a un réel besoin de se former à la presse, à la relation avec la presse (et un vrai besoin de former la presse également). Par exemple, il ne peut exister de communication de crise sans communication ordinaire !
- On peut imaginer de nouvelles formes de relations pour sortir du diptyque contre-pouvoir critique face à la connivence et à la corruption, avec les citoyens au milieu...
- Pourrait-on envisager de co-produire l'information ? Est-il possible de construire une information libre ET partagée ?
- A quoi sert la médiatisation, socialement ?

Intervention de Yannis Cosmas

Il y a plusieurs catégories d'acteurs dans ce débat :

- Ceux qui créent l'info, parfois avant une concertation
- Ceux qui veulent être entendus
- Ceux qui transmettent l'info (et qui ne sont pas forcément dedans).

Il existe une réelle difficulté à comprendre le point de vue de l'autre. Faut-il créer l'événement pour qu'il soit débattu ? L'expertise est une affirmation : dans ces conditions, comment laisser la parole à l'auditeur ?

Comment le média peut faire l'apprentissage du processus nécessaire à l'écriture ? On a besoin de se rapprocher de la démarche pour mieux la traiter, mais dans le même temps il est nécessaire de garder un propos critique, et en inscrivant cela dans un mouvement plus général : il y a forcément un décalage.

Synthèse des échanges ayant suivi

Il existe une différence entre vouloir résoudre le problème et intégrer de nouvelles personnes dans la résolution du processus.

Pire, parfois, on ne s'intéresse pas aux personnes à l'origine du débat, mais uniquement à la politique, c'est-à-dire la réponse à mettre en place. On passe pour ça par un combat de symboles des deux côtés. Alors que cela n'appelle pas forcément de réponse simple. Il ne suffit pas de témoigner pour être entendu.

Il y a une vraie question du «pourquoi médiatiser».

On a besoin de rechercher où se situer entre le processus et l'action de médiatisation : il est nécessaire de cibler le média, de clarifier la situation pour chacun, notamment au niveau des intérêts de chaque acteur à cette médiatisation.

La médiatisation n'est après tout qu'un des ressorts de la publicisation (autrement, ce serait très instrumentalisant). Ce n'est donc pas le seul passage, et selon la démarche dont on parle, d'autres voies peuvent même s'avérer bien plus pertinentes.

Il faut remonter le débat d'un niveau : l'enjeu n'est pas tant de médiatiser que de rendre public.

Il faut bien opposer information et valorisation : le journaliste cherche l'information, le fameux «scoop», et non la valorisation.

La question est de savoir ce qui fait ce scoop : toute info peut en être un, il faut savoir la présenter. Un des enjeux de celui qui veut médiatiser son action est de trouver un angle d'attaque pertinent pour intéresser le journaliste et lui donner envie de traiter ce sujet (ce qui ne concerne pas les journalistes institutionnels, qui a moins de marge de manœuvre même si ils peuvent avoir une certaine liberté sur les sujets à traiter). Cela peut passer par la création d'une vraie relation avec un journaliste, ce qui peut s'avérer délicat vu les temporalités des projets : tisser une telle relation prend du temps...

La participation est-elle devenue tellement commune que les médias ne s'y intéressent pas/plus ? C'est surtout de la méconnaissance, et on parle surtout de celles qui se passent mal, ce qui déforme l'image que l'on peut en avoir, y compris pour les journalistes.

Au final, le besoin essentiel est celui de rencontres... Cela peut notamment passer par la formation des deux côtés, mais aussi par des temps d'échanges comme aujourd'hui !

Fin des échanges

Les prises de notes en direct : le contenu du tableau

Aspects négatifs évoqués

Premier cas: l'absence de relations avec les médias.

Difficulté de faire médiatiser nos actions. Médiatiser pour transformer.

Pourquoi ?

Lié à la manière de présenter nos événements

Lié à représentation réseau Centre Sociaux

Existant sauf sur la démarche

Relations sur « faits divers »

Médiatisation grand public

Une **affaire d'initiés**: problème de trouver un langage commun, problème de culture, question de limite des compétences des journalistes. Quels intérêts **grand public**.

Problème de **temporalité**. Les projets se déroulent sur des temps longs alors que les médias travaillent dans une urgence, une actualité quotidienne, à laquelle il faut se plier. Mais il y a une difficulté de mobilisation rapide.

Problème peut-être de limite de compétences avouée en miroir. Sait-on rendre compte des «problématiques»? Sait-on toujours **qu'est-ce que l'on veut** quand il s'agit d'interpeller les médias ? Pourquoi le faire ? **Valorisation ? Information ?** etc.

Angoisse des commanditaires à laisser place à la parole. Frein au projet ?

Place des médias et ce qu'ils peuvent relayer : intérêt politique, le conflit ?

Début et fin de concertation : comment cerner cet objet ?

Découverte et acceptation de la concertation

«l'invisible» dans les médias.

Média : qui et quoi valorise lié aux groupes d'intérêts

Aspects positifs

Relate l'activité

Changer la perception des agriculteurs sur extérieur (et surtout l'inverse)

Rendre compte de ce qui est commun dans différents champs d'agir

Méconnaissance du métier et des besoins des journalistes

Désenchantement des participants par rapport aux attendues médiatisations, perçues comme négatives

Qu'est-ce qui est médiatique ?

Bon: le support médiatique

Rôle médias : juge et partie

Réflexion sur la question des intérêts convergents ou divergents entre médias et acteurs de la participation

Points de convergence potentiels

Avoir conscience que le journaliste joue aussi un rôle.

Comment vit-on son éthique professionnelle ? Du côté de la concertation ? De celui des journalistes ?

De la difficulté des échelles, entre local et global.

Définir quel rôle joue : le journaliste, le professionnel de la participation. Par extension, à quoi sert la médiatisation ? A quoi sert la concertation ? A qui ?

Question du partage **du sens de la médiatisation**. Avoir un objectif partagé.

Quelle est la nature de la relation (intérêt – utilité) média/participation ?
Question du témoignage, du témoin.

Savoir intéresser, donner du nouveau, du croustillant

Intérêts potentiellement divergents

La question de la publicisation est différente de celle de médiatisation. Envisager de passer par autre chose que les médias.

Valorisation VS. information

Différence de langage, différence d'intérêts ?

Méfiance / défiance réciproque latente.

Difficulté de comprendre le point de vue de l'autre : créer un évènement, porter une action, porter une information.

La question de la temporalité

Le journaliste replace les propos dans le contexte donc sans la personne : écart.

Rendre compte et prendre en compte la complexité des processus de concertation : acteurs, questions, intérêt polyforme, hétérogène et en transformation constante.

Réussir à **susciter l'intérêt du journaliste** : le scoop, l'exclusivité, pas de généralités.

Fantasme et éthique différent.

Questions et propositions

Comment le journaliste entend / **trouve une porte d'entrée** ?

Il faut former la presse, et se former à la presse, et cela **avant la crise**

Besoin d'intéresser la presse : il faut intellectualiser et présenter un angle d'attaque commun.

Il faut inventer de nouvelles formes de relations, entre contre-pouvoirs et connivence (et où sont les citoyens ?)

La médiatisation n'est qu'un ressort de la publicisation.

Comment construire **une parole partagée, libre, commune** ? Pour quoi ? Pour qui ?
Co-produire l'information ?

Le média, transfert d'un message symbolique / politique alors que la concertation est un processus au long terme, qui sort de l'aspect question/réponse...

Quel lieu pour la concertation/médiation (bon média ?) : action, valorisation de la démarche...?

A bientôt pour le prochain temps d'échanges !

Restez informés de l'action de l'Institut de la Concertation sur le web : www.concerter.org !
Pensez à vous inscrire à la mailing-liste de l'Institut de la Concertation nationale ou en Rhône-Alpes pour échanger sur nos pratiques professionnelles et être informé des nouveautés de l'Institut.

L'Institut de la Concertation est un lieu de débat et de réflexion ouvert, qui a pour objectifs de créer des espaces de discussion entre chercheurs, praticiens et commanditaires, d'interroger les fondements théoriques et méthodologiques des pratiques de chacun et de questionner l'action publique sur les modalités d'appui à la concertation. L'institut de la concertation organise ses activités (séminaires, rencontres, ateliers de travail...) en fonction des initiatives de ses membres. Il est conduit par une petite équipe de coordination composée de bénévoles.