

ÉTUDE

LE POUVOIR DU JOURNALISME DE SOLUTIONS

Par Alexander L. Curry & Keith H. Hammonds

Titre anglais original : “The Power of Solutions Journalism”

Une étude réalisée pour



et traduite par
pour la France et la francophonie



Avant-propos

Edition :

Solutions Journalism Network /

Engaging News Project

Annette Strauss Institute for Civic Life

The University of Texas at Austin

2504 A Whitis Avenue (R2000)

Austin, TX 78712-1538 – USA

Version originale téléchargeable sur :

<http://engagingnewsproject.org/research/solutions-journalism/>

Austin, 2014

Traduction et publication française :

Reporters d'Espoirs

c/o Conseil Economique, Social et

Environnemental

9, Place d'Iéna - 75116 Paris - FRANCE

Tél. 01 42 65 20 88

Traduction : Olivia Lanselle, Simon

Nestmeier



A propos du Solution Journalism Network (SJN)

Créé en 2012, le *Solutions Journalism Network* est un organisme à but non lucratif qui vise à promouvoir le journalisme de solutions dans les médias outre-Atlantique. Basé sur un réseau de plusieurs centaines de journalistes et en coopération avec l'*Engaging News Project* (hébergé par l'*Annette Strauss Institute for Civic Life* à l'Université du Texas à Austin), ses principaux axes d'activité sont : Le Fonds du Journalism de Solutions, dédié au financement et à l'accompagnement des journalistes convaincus du concept ; la réflexion et la promotion sur les réseaux sociaux ; et la pratique le journalisme de solutions sur le terrain.

Informations : www.solutionsjournalism.org

A propos de Reporters d'Espoirs

ONG reconnue d'intérêt général, indépendante, créée en 2003, Reporters d'Espoirs a pour mission de contribuer à "une information qui donne envie d'agir". Elle est l'organisation française et francophone de référence sur le journalisme de solutions.

Parmi ses actions : la veille d'initiatives porteuses de réponses aux problèmes de société pour le compte des médias ; la réalisation d'opérations avec les médias ; l'étude et la recherche dans le cadre de son *Lab*, et des événements avec notamment le Prix Reporters d'Espoirs et La France des Solutions.

Informations : www.reportersdespoirs.org / www.reportersdespoirs.org/lab

A noter

Cette étude réalisée aux Etats-Unis par le SJN a été traduite de l'anglais vers le français par Reporters d'Espoirs, son sujet rejoignant les domaines d'étude et d'action de l'organisation, et présentant un intérêt certain.

Reporters d'Espoirs a cofondé la TMI (Transformational media Initiative), réseau international de journalistes et acteurs des médias. Dans ce cadre, les organisations membres échangent pratiques, expertises, et études.

Reporters d'Espoirs n'est pas intervenue dans la réalisation de l'étude en elle-même, ni sur le choix de sa méthodologie, qui demeurent du ressort des auteurs.

Sommaire

Avant-propos	2
Sommaire.....	3
Résumé.....	Erreur ! Signet non défini.
Augmenter le savoir perçu et le sentiment d’être pleinement informé.....	5
Améliorer la relation entre le lectorat et les organes de presse.....	5
Catalyser l’engagement potentiel	5
Changements dans le savoir perçu et le sentiment d’être pleinement informé.....	6
Evolution de la relation entre le lectorat et l'organe de presse	8
Changements en matière d'engagement civique	9
Conclusion	10
Le journalisme de solution <i>en bref</i>	11
Qu’est-ce que le journalisme de solution ?.....	11
Discussion et implications pour les organes de presse	12
Méthodologie de la présente étude	14
Les auteurs de l'étude	16
Bibliographie	16
Annexe : Les textes des articles "avec" et "sans" solutions.....	17
i) ON TRAUMA IN SCHOOLS.....	17
ii) HOMELESS FAMILIES IN NEW YORK CITY	18
iii) THE BRIDGE BETWEEN CLOTHING AND DIGNITY	19

Synthèse

Le « journalisme de solutions » est une démarche qui entend lier les problèmes de société les plus enracinés à leurs réponses potentielles. Il observe la manière dont les citoyens, les institutions, les entreprises, les collectivités et les groupes sociaux expérimentent et mettent en œuvre des solutions. Cette approche orientée solutions ne se réduit pas à une liste de remèdes qui fonctionnent, mais permet de comprendre pourquoi et comment des initiatives deviennent viables et/ou rencontrent des difficultés, de comprendre le succès d'une initiative ou d'une situation ou ses difficultés et obstacles.

En coopération avec un réseau de plus de 30 rédactions et des centaines de journalistes, producteurs et éditeurs à travers les États-Unis, le *Solution Journalism Network* a identifié un intérêt accru pour la pratique du journalisme de solutions. Parmi ses interrogations : Que peut révéler l'étude de cette approche journalistique ? Quelles conséquences pour les citoyens ?

Ce rapport expose les résultats d'une étude quasi-expérimentale¹ menée par le *Solutions Journalism Network* et l'*Engaging News Project*. Il montre que la couverture de solutions par les médias est susceptible de répondre à la fois aux besoins du lectorat et des organes de presse, et d'augmenter le potentiel d'engagement des lecteurs.

Dans cette étude, un échantillon de 755 Américains adultes a été confronté à un article de presse parmi six. Ces articles portent sur trois sujets différents :

- les effets d'expériences traumatiques sur des écoliers américains ;
- le manque de logement dans les villes américaines ;
- la pénurie de vêtements chez les populations pauvres en Inde.

Pour chaque sujet, des articles très similaires ont été comparés : l'un se concentrait exclusivement sur le problème (la version sans solution), et l'autre incluait en plus de cela, une information sur une réponse à la difficulté évoquée. L'ajout de la solution potentielle constituait la seule différence entre les deux versions de l'article.

Les résultats du test comparatif indiquent qu'un journalisme orienté vers la solution est prometteur sur au moins trois dimensions :

- l'augmentation par le lecteur du sentiment d'être informé pleinement ;
- la relation entre le lectorat et les organes de presse, qui se trouve renforcée ;
- le déclenchement d'un engagement potentiel.

¹ Cette étude est qualifiée de quasi-expérimentale, par opposition à une expérimentation grandeur nature, parce que nous n'avons inclus que les données de ceux qui n'ont pas échoué au manipulation check. Il y avait une plus grande probabilité pour les lecteurs des articles-solution de répondre correctement au manipulation check que pour les lecteurs des articles sans solution. Cela signifie que l'échantillon qui en résulte n'est ni aléatoirement assigné ni aléatoirement choisi parmi la population. Afin d'atténuer cette préoccupation, nous avons analysé – et contrôlé – les variables démographiques qui varient d'un échantillon à l'autre. Lorsque l'on analyse les données de ceux qui ont passé et ceux qui ont raté le manipulation check (n = 1,443), l'évidence d'une constatation significative – pourtant plus modeste – demeure. Dans ce cas, les personnes exposées à un article de journalisme de solutions présentent plus de probabilité que leurs homologues sans solution à : ressentir d'avoir acquis des nouvelles connaissances à propos du sujet par la lecture de l'article ; déclarer se sentir inspiré et/ou optimiste après la lecture de l'article ; et affirmer l'existence de manières effectives de répondre au problème.

Augmenter le savoir perçu et le sentiment d'être pleinement informé

L'étude montre que les lecteurs des articles-solutions ont – par rapport aux lecteurs des articles sans solution – significativement plus souvent exprimé leur :

- Impression que l'article est différent d'un article "classique"
- Perception d'avoir acquis plus de connaissances sur le sujet
- Impression d'être mieux informé sur le sujet
- Réponse que l'article a augmenté leur intérêt pour le sujet
- Opinion de pouvoir contribuer à une solution adaptée au sujet
- Opinion qu'il y a des manières effectives de répondre au problème
- Affirmation que l'article a influencé leur opinion sur le sujet
- Affirmation qu'ils se sentent inspirés et/ou optimistes après la lecture

Améliorer la relation entre le lectorat et les organes de presse

Les lecteurs de l'info-solution déclarent plus souvent que les autres être enclins à :

- Lire davantage de productions de l'auteur de l'article
- Lire davantage d'articles du journal dans lequel est paru l'article
- Lire davantage d'articles sur le sujet
- Echanger avec les amis ou la famille sur le sujet
- Partager l'article sur les réseaux sociaux

Catalyser l'engagement potentiel

Les lecteurs de l'info-solution déclarent plus souvent que les autres leur disposition à :

- S'impliquer pour contribuer à la solution
- Faire un don au profit d'une organisation compétente

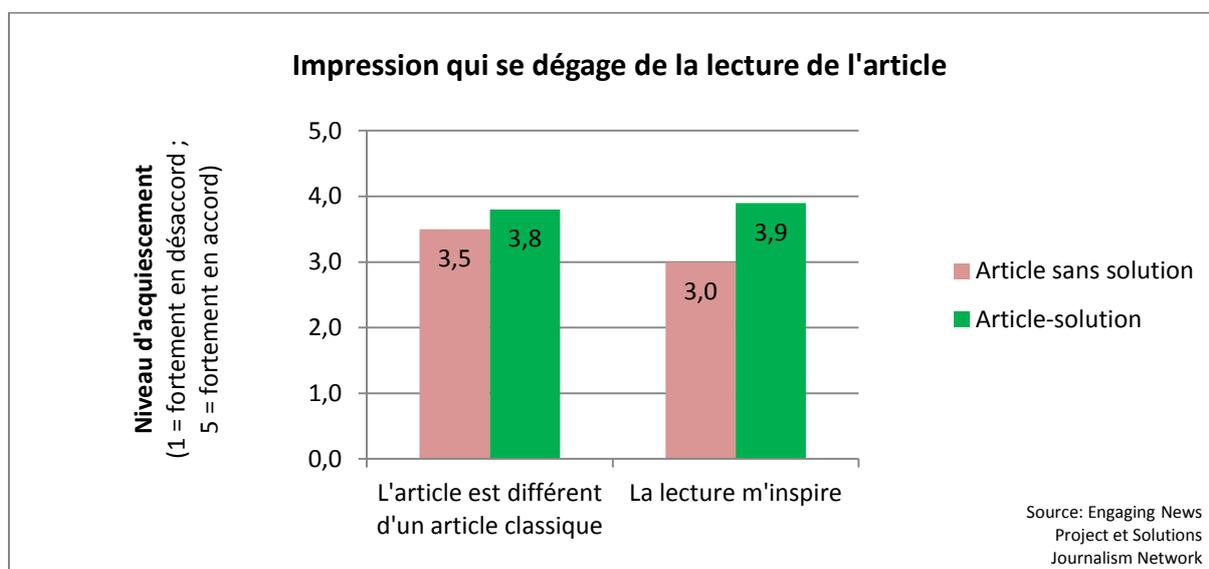
Nous faisons le postulat que ces trois évolutions influencent positivement les relations entre le lectorat et les organes de presse. Les personnes qui estiment en savoir plus sur le sujet après la lecture de l'article, partagent l'histoire avec un ami et/ou se sentent plus aptes (« *empowered* ») à agir. Elles accordent probablement davantage de valeur aux informations et ressentent un attachement plus important à la source.²

² Associated Press and the Context-Based Research Group (2008) : « A new model for news: Studying the deep structure of young-adult news consumption. » Accessible en ligne : <http://rumble.me/wp-content/uploads/2013/02/A-New-model-for-news.pdf>

Changements dans le savoir perçu et le sentiment d'être pleinement informé

Les lecteurs de l'article avec solution partagent davantage que les autres le constat que l'article est différent d'un article de presse classique.³ Ils se déclarent également plus « inspirés ou optimistes après la lecture de l'article ».⁴

Précisons que l'ensemble des résultats publiés ici et représentés dans les graphiques indique des différences statistiquement significatives dans les réponses entre les lecteurs des articles-solution et les lecteurs des articles sans solution. Autrement dit, la potentialité que les différences relèvent du hasard est très réduite.



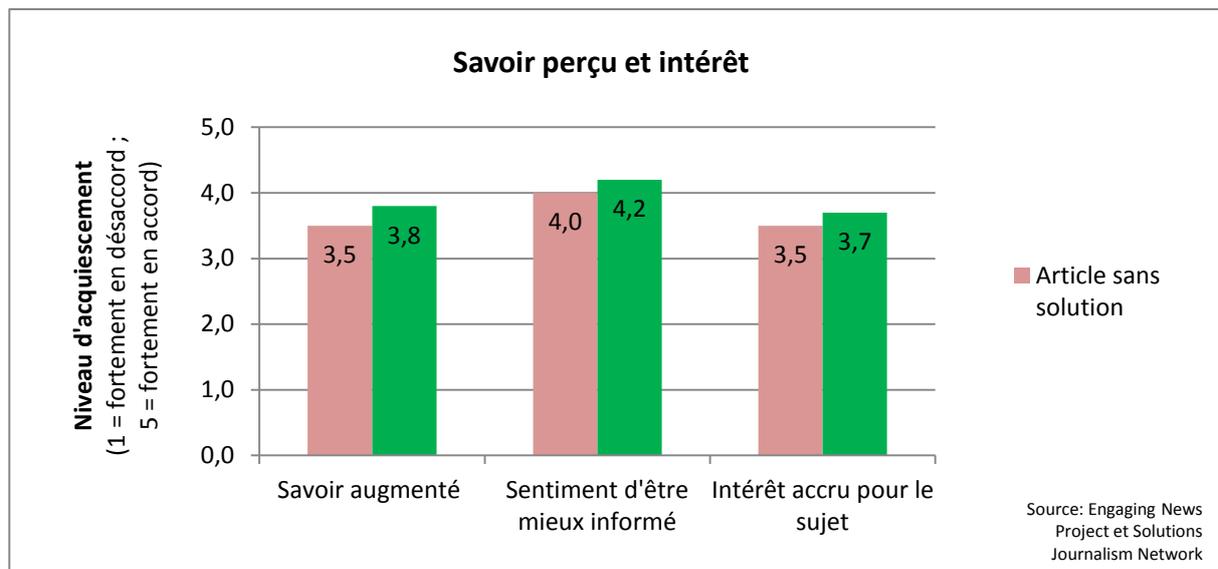
Les lecteurs ont également exprimé des différences dans leur connaissance auto-estimée du sujet, ainsi que dans la perception de leur intérêt et du niveau d'information sur le sujet après la lecture de l'article.⁵ Dans les deux cas, les réponses positives étaient plus récurrentes chez les lecteurs des articles-solution. Plus précisément, les lecteurs ont été invités à confirmer ou non les affirmations suivantes : « L'article a augmenté mon intérêt pour le sujet » ; « Je me considère

³ Pour la plupart des questions, il a été demandé aux participants d'indiquer leur niveau d'acquiescement avec certaines déclarations. Par exemple, une série de questions a été posée aux participants comme suit : « Au regard de votre opinion générale sur cet article, indiquez votre niveau d'acquiescement avec les déclarations suivantes : Cet article a augmenté mon intérêt en la matière. » Les options de réponse étaient les suivantes : Fortement en désaccord, en désaccord, neutre, en accord, fortement en accord. Dans quatre catégories, l'analyse statistique a révélé que les réponses n'ont pas seulement été influencées par l'exposition à un article-solution vs. à un article sans solution, mais aussi par le sujet des articles. Ces quatre catégories comprennent des réponses aux déclarations suivantes : L'article est différent d'un article de presse classique ; il y a des manières d'adresser effectivement le problème ; Je me considère mieux informé sur le sujet dont parle l'article ; et la probabilité de lire plus d'articles sur le sujet. Pour chacune de ces questions, la différence entre les articles avec solution et ceux sans solution apparaît pour deux sujets (traumatismes, sans-abri) mais non pas pour le troisième (vêtements). Alors que les différences thématiques ont affecté les réponses, les réponses ont été significativement affectées par la présence ou absence de l'article basé sur la solution. La variable *Article est différent* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 14,69, p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race.

⁴ La variable *Inspiré* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 160,62, p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race.

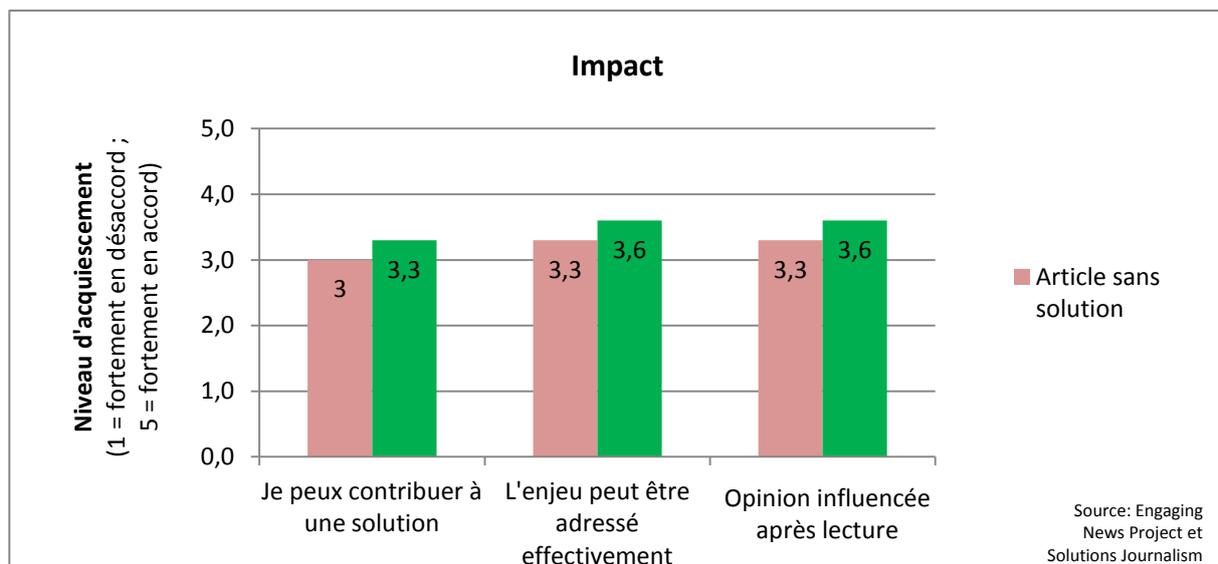
⁵ La variable *Savoir* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 8,16, p < 0,01$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race. La variable *Plus intéressé* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 11,59, p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race.

mieux informé sur le sujet dont parle l'article » ; « L'article n'a pas augmenté ma connaissance sur le sujet ». ⁶



On a par ailleurs demandé aux lecteurs d'indiquer leur sentiment quant à la solution au problème posé dans l'article, et quant à leur propre capacité à contribuer à sa résolution.⁷ Ils ont dû exprimer leur accord ou désaccord avec les déclarations suivantes : « A la lecture de cet article, j'ai le sentiment de pouvoir contribuer à résoudre le problème » ; « A la lecture de cet article, j'ai le sentiment qu'il existe des manières de répondre effectivement au problème » ; et « L'article a influencé mon opinion sur le sujet. »

Dans tous les cas, les lecteurs des articles-solution sont plus souvent en accord avec ces déclarations que ceux qui ont lu des articles sans solution.



⁶ La question sur la connaissance a été formulée de cette façon afin d'aider à déterminer si quelques participants ont cliqué sur les questions d'enquête sans lire les déclarations. Cela, et une question similairement formulée, a permis de détecter 10 participants qui ont très probablement cliqué sur les réponses sans lire les déclarations accompagnantes. Comme indiqué dans le chapitre sur la méthodologie, les données de ces 10 participants n'ont pas été utilisées pour l'analyse.

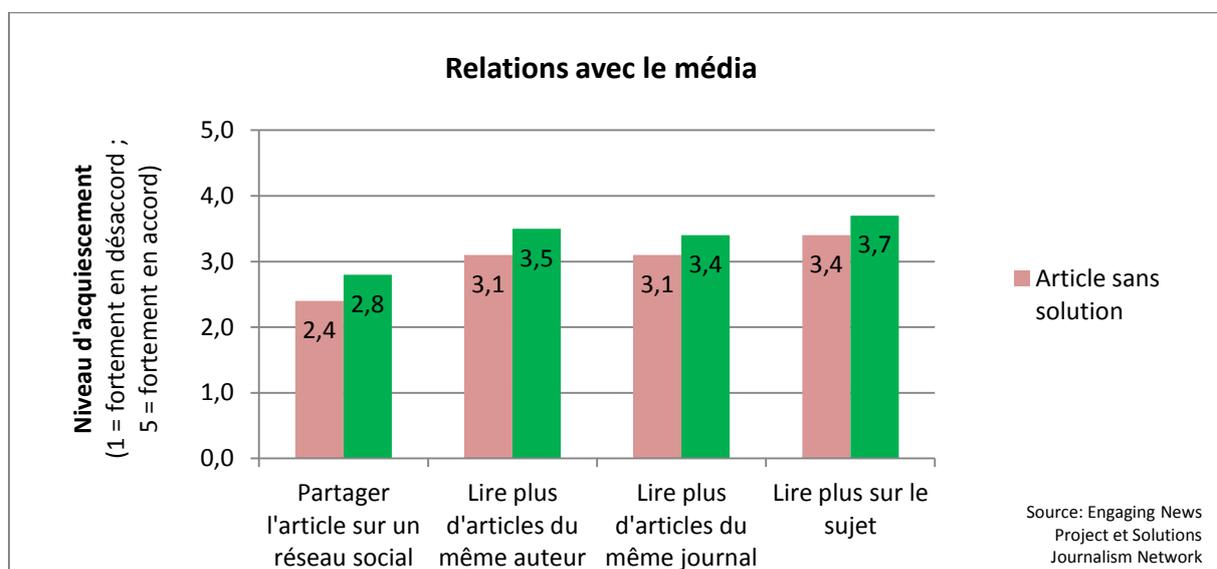
⁷ La variable *Contribuer* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 19,13$, $p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race. La variable *Solutions effectives* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 23,10$, $p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race. La variable *Opinion influencée* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 15,13$, $p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race.

Evolution de la relation entre le lectorat et l'organe de presse

Les personnes interrogées ont été questionnées sur leur disposition à :

- partager l'article sur un réseau social,
- lire davantage d'articles de l'auteur (anonyme) de l'article lu,
- lire davantage d'articles du journal (anonyme) où il a été publié,
- et lire davantage d'articles sur le sujet en question.⁸

Il ressort que les personnes qui ont lu des articles-solutions mentionnent significativement plus souvent leur souhait de procéder à ces actions que les autres.



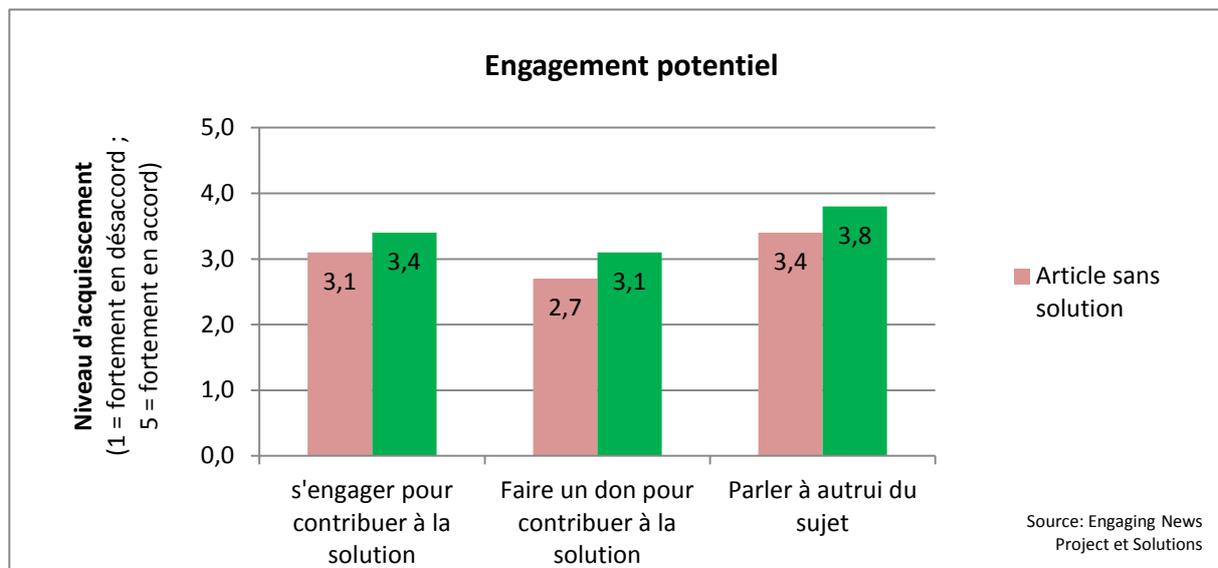
⁸ La variable *Partager l'article* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 11,88$, $p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race. La variable *Lire articles* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 18,02$, $p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race. La variable *Lire nouvelles* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 16,94$ $p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race. Et la variable *Lire sujet* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 17,23$, $p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race.

Changements en matière d'engagement civique

Les personnes interrogées ont été questionnées sur leur disposition à :

- s'investir dans un travail susceptible d'apporter une solution à l'enjeu ;
- faire un don à une organisation compétente ;
- parler du sujet avec la famille ou les amis.⁹

De nouveau, dans tous les cas, ceux qui ont lu des articles-solution sont plus disposés que les autres.

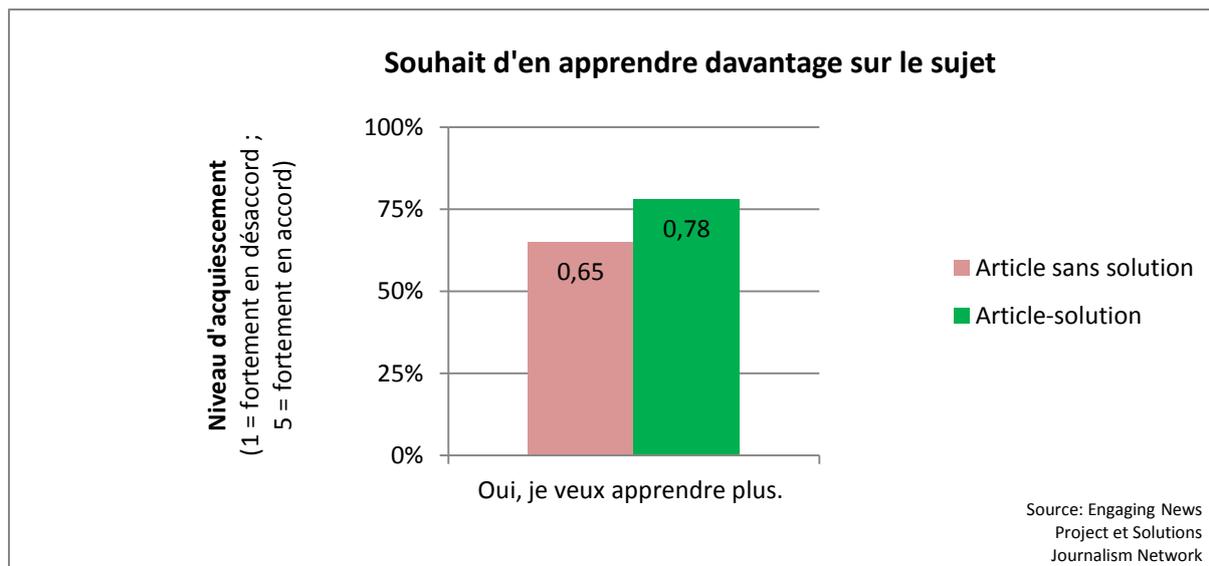


Le titre de cette partie contient un mot clé : *potentiel*. En effet cette étude n'a pas mesuré un comportement effectif, mais sondé les intentions comportementales. Si les lecteurs des articles-solution suivent leurs intentions, la société pourrait en bénéficier. L'engagement accru dans le financement de projets et la conscience globale des enjeux sociétaux sont souvent le point central du journalisme de solution.

On a également posé une question fermée à l'issue de l'enquête : « Souhaitez-vous en savoir plus sur les possibilités de vous engager pour trouver une solution à l'enjeu ? ». A nouveau, les lecteurs d'articles-solution donnent significativement plus de réponses positives que ceux lisant les articles sans solution.¹⁰

⁹ La variable *S'engager* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 17,58, p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race. La variable *Don* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 17,98, p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race. La variable *Parler aux amis* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 16,13, p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race.

¹⁰ La variable *Apprendre plu* était significativement différente pour le journalisme-solution par rapport au journalisme sans solution, $F [1, 717] = 12,91, p < 0,001$; variables de contrôle : tranche d'âge, sexe, emploi et race.



Conclusion

Les résultats de l'étude suggèrent que le journalisme est susceptible d'impacter significativement les lecteurs et les médias, et d'influencer la société en général.

Comparés aux lecteurs des articles sans solution, les lecteurs des articles-solution n'indiquent pas seulement qu'ils se sentent plus informés, mais qu'ils souhaitent en apprendre davantage sur l'enjeu et qu'ils éprouvent un intérêt pour les solutions.

Pour les organes de presse, les bénéfices qui ressortent de l'étude sont de plusieurs ordres :

- une relation approfondie du lecteur-solution avec le thème, et son désir de l'approfondir,
- sa propension augmentée à partager ce qu'il a lu,
- le désir de lire davantage d'articles de l'auteur ou du même journal.

Ces bénéfices pour les individus, les organes de presse et potentiellement pour la société pourraient faire du journalisme de solution un complément viable à l'information traditionnelle lorsqu'elle se concentre sur les problèmes.

Éléments de contexte sur le journalisme de solution

Qu'est-ce que le journalisme de solution ?

Le journalisme de solution est une démarche d'information critique marquée par l'investigation et l'explication de réponses crédibles à des problèmes sociétaux. Il se plonge dans le « comment » résoudre des problèmes, souvent à travers des histoires qui soulèvent des interrogations telles que : *Quelles initiatives obtiennent des succès dans la réduction du taux de décrochage scolaire et comment fonctionnent-elles effectivement ?*

Lorsqu'elles sont bien relatées, ces histoires apportent des perspectives précieuses sur la manière dont les groupes sociaux résolvent des problèmes importants.

Ainsi, le journalisme de solutions peut être à la fois hautement informatif et inspirant.

Des titres de presse comme *The Seattle Times*, le *Milwaukee Journal Sentinel* et le *Deseret News*, entre autres, ont déployé un journalisme de solutions pour tenter de créer les bases d'un dialogue créatif et prospectif (et moins polarisant) sur des enjeux vitaux de la société.

Pour atteindre ces objectifs, une histoire relevant du journalisme de solution devrait satisfaire aux 10 questions suivantes (qui servent de cadre et non pas de règle) :

1. L'histoire explique-t-elle les causes d'un problème ?
2. L'histoire présente-t-elle une réponse au problème ?
3. L'histoire se réfère-t-elle à la résolution du problème et au "comment-faire" ?
4. Le processus de résolution de problème est-il central dans la narration de l'histoire ?
5. L'histoire présente-t-elle des résultats évidents face au problème ?
6. L'histoire explique-t-elle les limites de la réponse ?
7. L'histoire contient-elle une perspective ou leçon enseignable ?
8. L'histoire évite-t-elle d'apparaître comme un papier laudatif ?
9. L'histoire puise-t-elle dans des sources relevant d'une expertise de terrain plutôt que dans une infinité de sources secondaires ?
10. L'histoire attire-t-elle l'attention sur la réponse en soi plutôt que sur une personne - leader, innovateur ou bienfaiteur ?

Un bon exemple de journalisme de solution devrait répondre par l'affirmative à un certain nombre des questions mentionnées ci-dessus, mais pas nécessairement à l'ensemble d'entre elles. Le journalisme de solution est une forme de journalisme explicatif susceptible d'accomplir un rôle de vigie, en mettant en exergue des réponses effectives aux enjeux, afin de stimuler des réformes/changements dans les domaines où des personnes ou organismes échouent à trouver des réponses pertinentes, en particulier quand de meilleures alternatives sont disponibles.

Discussion et implications pour les organes de presse

Beaucoup de journalistes présentent d'une façon irréfutable les problèmes du monde. Mais ils omettent de souligner et d'expliquer des réponses qui éclaircissent le potentiel d'atténuation ou de résolution des problèmes, même lorsque des initiatives prouvent leur efficacité.

Il en résulte que les lecteurs sont beaucoup plus conscients des échecs de la société que des tentatives de l'améliorer. En ce qui concerne la majorité des sujets régulièrement couverts par les médias, ce qui manque n'est pas la conscience des problèmes mais la conscience des efforts possibles et crédibles pour les résoudre. Il résulte de cette omission que beaucoup de gens se sentent accablés et qu'ils croient futiles leurs efforts d'engagement civique.

Des travaux de recherche montrent que lorsque des journalistes attirent régulièrement l'attention sur des problèmes sans montrer au lectorat des pistes possibles, la probabilité est plus grande que le lectorat se désintéresse ou choisisse d'ignorer les nouvelles, voire qu'il soit amené à se désengager de la vie publique.¹¹

Les résultats de la présente étude suggèrent que le journalisme de solutions peut contribuer à répondre plusieurs préoccupations des rédactions des médias. Ces préoccupations recouvrent :

- (a) la perception réelle ou imaginaire des lecteurs que les nouvelles sont majoritairement négatives ;
- (b) le sentiment des lecteurs que la rigueur de l'info rapportée est en déclin ;
- et (c) le recul du lectorat.

Chacune de ces préoccupations est explorée ci-dessous.

Caractère majoritairement négatif de l'information.

Une perception qui domine chez les "consommateurs" de médias est que la majorité des nouvelles est négative.¹² Bien que certains travaux académiques ont relevé quelques aspects positifs aux informations négatives, la majorité des chercheurs estiment, somme toute, qu'elles sont plus néfastes que bénéfiques.¹³ Le journalisme focalisé sur les problèmes contribue au "ras-le-bol" de l'info ou à une appétence diminuée pour l'information.¹⁴ L'idée que la majeure partie de l'info est négative se généralise, ou pire encore, que le rôle du journaliste se limite à la couverture des mauvaises nouvelles. Enfin, il a été montré que le caractère négatif de l'info entrave la capacité à retenir l'information.¹⁵ Autrement dit, le caractère négatif de l'actualité diminue la probabilité que les lecteurs mémorisent les informations.

¹¹ Associated Press and the Context-Based Research Group : « A new model for news » ; Benesch, S. (1998) : «The rise of solutions journalism » *Columbia Journalism Review*; Feinberg, M & Willer, R. (2010) : « Apocalypse soon? Dire messages reduce belief in global warming by contradicting just-world beliefs. » *Psychological Science*, 22 (1), 34-38 ; Glassner B. (2004) : « Narrative techniques of fear mongering » *Social Research: An International Quarterly*, 71 (4), 819-826; Merrit, D. (1998) : *Public journalism and public life: Why telling the truth is not enough*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates ; Patterson, T (2002) : « Why is the news so negative these days ? » George Mason University History News Network, <http://hnn.us/article/1134> ; Pauly, J. J. (2009) : « Is journalism interested in resolution, or only in conflict? » *Marquette Law Review*, 93 (1), 7-23.

¹² Voir, par exemple : Potter, D. & Gantz, W. (2000) : « Bringing viewers back to local TV news », *Civic Catalyst Newsletter*, Pew Center for Civic Journalism ; Foerstel, H. N. (2001) : *From Watergate to Monicagate. Ten controversies in modern journalism and media*. Westport, CT: Greenwood Press.

¹³ Voir, par exemple : Baumgartner S. E. & Wirth, W. (2012) : « Affective priming during the processing of news articles », *Media Psychology*, 15 (1), 1-18 ; Grabe, M. E. (2006) : « Hard wired for negative news? Gender differences in processing broadcast news. », *Communication Research*, 33 (5), 346-369.

¹⁴ Associated Press and the Context-Based Research Group : « A new model for news. »

¹⁵ Biswas, R., Riffe, D. & Zillmann, D. (1994) : « Mood influence on the appeal of bad news », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73 (3), 689-696. Voir aussi: Newhagen, J. E. & Reeves, B. (1992) : « The evening's bad news: Effects of compelling negative television news images on memory. » *Journal of Communication*, 42 (2), 25-41

Aujourd'hui, certains titres de presse tentent de compenser ce penchant négatif/défaitiste par l'ajout d'info « bonne humeur », comme les portraits de « héros ». Cette approche révèle un biais implicite : les journalistes estiment que l'information portant sur les efforts réalisés pour résoudre des problèmes sociétaux est d'importance secondaire pour la société – un raisonnement qui n'est pas forcément partagé par leur lectorat.¹⁶ Au vu du défi d'équilibrer le ton de la couverture médiatique, le journalisme de solutions pourrait offrir une approche plus sérieuse, fournissant aux lecteurs une porte d'entrée à la prise de conscience de sujets difficiles.

Rigueur de l'info.

En 2013, le *Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism* a montré que beaucoup de gens se désintéressaient de la production médiatique à cause d'un déclin perçu de la qualité de l'info.¹⁷ Plus précisément, l'étude a demandé aux personnes de juger si la quantité de l'info ou bien sa qualité était en déclin. Plus de 60% des personnes interrogées ont estimé que la qualité posait problème. Il est possible que le journalisme de solutions puisse contribuer à inverser cette tendance en donnant une perspective plus complète.

Baisse du lectorat.

La perception d'un déclin dans la rigueur de l'info vaut aussi pour la qualité : ceux qui jugent que la qualité de l'info est en baisse se détournent des news. La même étude *Pew* mentionnée ci-dessus a posé la question suivante : « Avez-vous arrêté de recourir à une source d'information particulière parce que vous pensiez qu'elle ne fournissait plus les nouvelles et informations auxquelles vous étiez accoutumées ? »¹⁸ 65 % des sondés ont répondu « oui ». Cela témoigne que lorsqu'une source d'information ne rencontre pas les besoins des "consommateurs" de nouvelles, ces personnes sont susceptibles de chercher leur information ailleurs.

Au vu des résultats de cette étude, nous postulons que des travaux de recherche supplémentaires sont indispensables afin d'éclairer la question de savoir si le journalisme de solutions a le potentiel d'enrayer la baisse du lectorat – particulièrement la baisse liée à la qualité de l'info – et de promouvoir d'autres changements dans la consommation d'informations, dans l'engagement et dans la fidélisation à un titre.

¹⁶ Associated Press and the Context-Based Research Group : « A new model for news. » ; Benesh : «The rise of solutions journalism. »

¹⁷ Enda, J. & Mitchell, A. (2014) : « Americans show signs of leaving a news outlet, citing less information », The Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism. The State of the News Media 2013 : An Annual Report on American Journalism.

¹⁸ Enda & Mitchell : « Americans show signs of leaving a news outlet, citing less information »

Méthodologie de la présente étude

Une méthode expérimentale d'enquête a été mise au point pour tester les effets du journalisme de solutions. Les sondés ont été recrutés à l'aide d'un institut de sondage, *Survey Sampling International*, qui a administré l'enquête en ligne à un échantillon national de 1500 Américains.

Les sondés ont été invités à lire « un article récemment paru dans un journal américain ». On leur a dit qu'au terme de la lecture, plusieurs questions leur seraient posées. Ils étaient encouragés à lire attentivement - d'autant qu'on leur indiquait ne plus pouvoir retourner au texte une fois la lecture terminée. Les articles provenaient de la section *Fixes* du *New York Times*.

Après avoir lu les instructions, les sondés ont lu l'un des six articles. Les articles relevaient de trois thématiques, chacune comportant deux articles. Ces sujets étaient :

- (a) les effets d'expériences traumatiques sur les écoliers américains ;
- (b) le manque de logement dans l'Amérique urbaine ;
- (3) la pénurie de vêtements chez les populations pauvres en Inde.

Chaque paire d'articles se composait d'une version-solution et d'une version sans solution. Mis à part la présence/absence du contenu de solution, les articles étaient identiques. Les textes de tous les articles (en anglais) se trouvent en annexe du présent rapport.

Après avoir lu l'article, on a demandé aux participants de répondre à une série identique de questions. La plupart des questions était énoncées sur une échelle de type *Likert* comportant cinq niveaux, où l'on présentait aux sondés une déclaration donnée et leur demandait d'exprimer leur niveau d'acquiescement avec celle-ci (de 1 = fortement en désaccord à 5 = fortement en accord). Une question fermée était posée (« Souhaitez-vous en apprendre davantage sur les possibilités de s'engager dans une solution à l'enjeu ? »), ainsi qu'une question ouverte (« L'article a-t-il influencé votre compréhension de l'enjeu ? Si c'est le cas, comment ? »).¹⁹

On a demandé ensuite aux sondés s'ils croyaient que l'auteur de l'article avait indiqué une solution à chaque problème. Cette question a été utilisée en tant que *manipulation check* afin de déterminer si les personnes interrogées avaient soigneusement absorbé les stimuli expérimentaux. Parmi les 1500 participants qui ont répondu à l'enquête, près de la moitié échouaient au contrôle. Ceux qui échouaient au *manipulation check* ont été écartés de l'analyse statistique. D'ailleurs, quelques éléments d'enquête étaient recalculés afin de détecter tout participant qui choisissait des réponses dans une seule colonne pour toutes les questions d'enquête (par exemple, quelqu'un qui choisit « fortement en accord » pour chaque question). Tous ceux qui ont donné des réponses à valence identique pour les neuf questions de type Likert ont été enlevés des données (n=55). Finalement, quatre participants ont sélectionné « mineur » à la question d'âge ; le groupe-cible de l'enquête étant constitué d'adultes, les données de ces participants ont été écartées. L'échantillon final utilisé pour l'analyse des données regroupe 755 participants.

¹⁹ Les réponses à questions ouvertes ont été analysées par Rikha Sharma Rani du *Solutions Journalism Network* à l'aide du logiciel d'analyse de sentiments NaSent, développé par la Stanford University. Les résultats de l'analyse NaSent montrent que les réponses étaient plus positives et moins négatives par ceux qui ont lu les versions-solution des articles sur les sans-abri et les vêtements en Inde, ainsi que des réponses moins négatives par ceux qui ont lu la version-solution de l'article sur les traumas.

Nombre de sondés par article

	Traumas à l'école	Sans-abri	Vêtements en Inde
Solution	119	136	152
Sans solution	117	107	124

Parmi ces 755 participants :

- 64 % sont des femmes
 - La tranche d'âge médiane est de 45-54 ans
 - Le niveau d'éducation médian indiqué par les participants est « quelques études supérieures »
 - La tranche de revenu médiane est de 50.000 – 75.000 dollars
 - 34 % se déclarent conservateurs, 31 % libéraux (au sens américain du terme) et 32 % indiquent d'être ni l'un ni l'autre ou entre les deux
 - 79 % se déclarent Blancs, 11 % Noirs, 6 % Asiatiques et 5 % Hispaniques
 - 9 % se déclarent travailleurs autonomes, 45 % salariés, 9 % au chômage, 12 % personnes au foyer, 18 % retraités et 7 % étudiants
-

Les auteurs de l'étude

Alex CURRY (alexcurry@utexas.edu) est doctorant au Département des études de communication et chercheur associé à l'*Engaging News Project* à l'University du Texas à Austin. L'*Engaging News Project* est dirigé par Natalie (Talja) Jomini Stroud, professeur associée au Département des études de communication et directrice adjointe de la recherche à l'*Annette Strauss Institute for Civic Life*. L'*Engaging News Project* remercie ses financeurs et soutiens : *Democracy Fund*, Hewlett Foundation, Département des études de communication, *Annette Strauss Institute for Civic Life* et *Moody Collège of Communication*.

Keith H. Hammonds (keith@solutionsjournalism.org) est président du *Solutions Journalism Network*, une organisation à but non-lucratif créée pour légitimer et diffuser la pratique du journalisme de solutions. Le *Solutions Journalism Network* remercie l'*Einhorn Family Charitable Trust* de soutenir cette étude.

Le test A/B était financé par le *Solutions Journalism Network* et produit en collaboration avec une équipe d'étudiants de l'Université Brigham Young – Debbie Adams, James Brandenburg, et Kali Smith. SJN est reconnaissante du soutien apporté par le *Center for Economic Self-Reliance* de l'université.

Bibliographie

Associated Press and the Context-Based Research Group (2008) : *A new model for news: Studying the deep structure of young-adult news consumption*. Accessible en ligne <http://rumble.me/wp-content/uploads/2013/02/A-New-model-for-news.pdf>

BAUMGARTNER S. E. & WIRTH, W. (2012) : « Affective priming during the processing of news articles », *Media Psychology*, 15 (1), 1-18 ;

BENESCH, S. (1998) : «The rise of solutions journalism » *Columbia Journalism Review*;

BISWAS, R., RIFFE, D. & ZILLMANN, D. (1994) : « Mood influence on the appeal of bad news », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73 (3), 689-696.

ENDA, J. & MITCHELL, A. (2014) : « Americans show signs of leaving a news outlet, citing less information », The Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism: *The State of the News Media 2013 : An Annual Report on American Journalism*.

FEINBERG, M & WILLER, R. (2010) : « Apocalypse soon? Dire messages reduce belief in global warming by contradicting just-world beliefs. » *Psychological Science*, 22 (1), 34-38 ;

FOERSTEL, H. N. (2001) : *From Watergate to Monicagate. Ten controversies in modern journalism and media*. Westport, CT: Greenwood Press.

GLASSNER B. (2004) : « Narrative techniques of fear mongering » *Social Research: An International Quarterly*, 71 (4), 819-826.

GRABE, M. E. (2006) : « Hard wired for negative news? Gender differences in processing broadcast news. », *Communication Research*, 33 (5), 346-369.

MERRIT, D. (1998) : *Public journalism and public life: Why telling the truth is not enough*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

NEWHAGEN, J. E. & REEVES, B. (1992) : « The evening's bad news: Effects of compelling negative television news images on memory. » *Journal of Communication*, 42 (2), 25-41.

PATTERSON, T (2002) : « Why is the news so negative these days ? » George Mason University History News Network, <http://hnn.us/article/1134>

PAULY, J. J. (2009) : « Is journalism interested in resolution, or only in conflict? » *Marquette Law Review*, 93 (1), 7-23.

POTTER, D. & GANTZ, W. (2000) : « Bringing viewers back to local TV news », *Civic Catalyst Newsletter*, Pew Center for Civic Journalism.

Annexe : Les textes des articles "avec" et "sans" solutions

Voici les articles de l'enquête : Pour chaque article, les phrases en italique bleu marquent la différence de l'article-solution par rapport à l'article sans solution. Les articles proviennent de la section *Fixes* du New York Times.

i) ON TRAUMA IN SCHOOLS

Over the past 15 years, researchers have learned that highly stressful – and potentially traumatic – childhood experiences are more prevalent than previously understood. Now scientists are shedding light on the mechanisms by which they change the brain and body. These insights have far-reaching implications for schools, where it's still standard practice to punish children for misbehavior that they often do not know how to control. This is comparable to punishing a child for having a seizure; it adds to the suffering and makes matters worse.

In a study of 2,100 elementary students in 20 schools in Spokane, Wash., for example, researchers from Washington State University found that more than 20 percent had two or more “adverse childhood experiences” (having been homeless, witnessing domestic violence or having a parent who uses drugs or is incarcerated). Compared with children with no known stresses, these kids are two to four times more likely to have problems with attendance, behavior, academics and health. As the number of adverse experiences increase, the students fare considerably worse on all counts.

When a child violates rules or expectations, the standard response is to try to reason with the child or use punishment, explained Chris Blodgett, clinical psychologist at Washington State University. “What the science tells us about how stressed brains react to change, loss or threat is that children will often violate rules because they feel profoundly out of control. It’s a survival reaction and it may actually be intended to control the situation.”

What good are the best teachers or schools if the most vulnerable kids feel unsafe that they are unavailable to learn? How far can education reforms take us when schools can’t manage the behavior problems of many early graders or preschoolers – as indicated by the crisis of school suspensions? (Suspension rates have risen dramatically since the 1970s, particularly among minority children.)

Blodgett and his colleagues have been helping educators in 20 schools across Washington to make use of the emerging research on trauma. One of their partners is the Whitman Elementary School , in Spokane. “We serve a high impact population with lots of needs,” explained Beverly Lund, Whitman Elementary School’s principal in Spokane, Wash. “We started dabbling with the idea of learning about trauma, and the more we got into it, the more we realized we had to significantly change the way we’re relating to kids.”

To do it well meant making sure that everyone in the school community – teachers, cafeteria workers, playground monitors, office staff, even bus drivers – understood the effects of trauma on children, Lund said. It meant helping teachers move away from reflexive discipline and toward responses that help kids learn how to calm themselves.

In Brockton, Mass., Angelo Elementary Principal Ryan Powers organized a Saturday workshop so the school staff could learn about childhood trauma. One of the presenters was Edward G. Jacobs, from the Plymouth County district attorney’s office. “There was a jaw-dropping moment when Ed overlaid the map of the Brockton School District with maps of gun violence and drug offenses,” recalled Powers. “Everyone realized, ‘Wow, this is what our kids are seeing,’ and the staff asked, ‘What can we do?’”

“This is about changing the whole school environment,” explained Susan Cole, a former special education teacher who directs the Trauma and Learning Policy Initiative. “You can have a great trauma-sensitive classroom, but if the child goes into the hall or cafeteria and gets yelled at, he can get retriggered. It’s about creating a common context that keeps kids feeling safe.”

Elisabeth Barry, who is now the executive director of K-8 learning and teaching for the Brockton school district, says the changes have significantly improved learning time and school climate. At the Baker school, after two years, office referrals are down 75 percent from the baseline. “That’s the number that I find most meaningful,” she said. “When teachers are less inclined to send a child to the office, it speaks to their capacity and commitment to support all children socially, emotionally, behaviorally and academically.”

ii) HOMELESS FAMILIES IN NEW YORK CITY

The population in New York's homeless shelters has soared. In 2002, Mayor Michael R. Bloomberg entered office with an aggressive plan to combat homelessness. However, during his tenure the number of homeless families in the city increased by 80 percent, with the nightly shelter population peaking at more than 53,000 this past November, up from 31,000 12 years ago.

In the past few years, cities have been moving away from long-term shelter and focusing, instead, on developing better ways to identify and prioritize chronically homeless individuals and families, prevent crises, and rapidly re-house people, using short-or long-term assistance as needed.

Amid these changes, New York City has remained an outlier – in some areas, an innovator, in others, a laggard. The city's homelessness prevention program, Homebase, served as a model for other cities. This July, an evaluation reported that the program reduced the proportion of families entering shelter from 14.5 percent to 8 percent. Surprisingly, Homebase-served families who entered shelter targeting exited much sooner, too – staying, on average, 120 nights as opposed to 223 nights for the control group. With better targeting, experts believe the program could have significantly more impact.

But the city has lagged behind the nation when it comes to acting rapidly to get families out of shelters and providing them with the help they need to remain stable in their own housing (this requires more than short-term rental subsidies). Over the past four years, the average shelter stay for families in the city has increased from 250 days to over 400. (The federal government's standard is that shelter stays should be limited to 30 days.)

There's no solution to homelessness without building or preserving more affordable housing and simultaneously attacking poverty. This isn't a problem unique to New York City. In 2011, some 8.5 million low-income families across the country were paying more than half their income on housing, a severe cost burden.

However, the city could make significant advances in the near-term if it improves the way it assesses families and matches them with services. Homeless families are not all alike. Nationally, some 70 to 80 percent of families escape homelessness within three to six months and do not return to shelters. The rapid re-housing approach has shown that these families primarily need help finding housing, short-term rental subsidies and job assistance.

But some families experience recurrent episodes of homelessness; they need considerably more help. These families are not representative of the city's shelter population. It's estimated that only 5 to 8 percent of homeless families are "multi-system-involved" – contending with a variety of problems such as substance abuse, foster care, depression, disabilities and so forth.

For them, homelessness is a symptom of deeper problems. "What is wrong with the picture of the most troubled multi-system-involved families, with children with disabilities, being sheltered in the worst run facility for years?" asks Rosanne Haggerty, president of Community Solutions? "They should have gotten the highest quality help, in the most stable place. How are matching resources?"

Dennis Culhane, a professor at the University of Pennsylvania, explains, "Whatever the problems are – addictions, bad financial management, mental health. None of those things are helped by being in a shelter. It just multiplies the problems at tremendous expense."

What could help is expanding a program like Home to Stay, which seeks to move families that repeatedly lose their housing into permanent housing. Home to Stay uses an evidence-based protocol designed to motivate heads of families over nine months to build problem solving skills and strengthen their networks. This program also helps heads of families take advantage of programs to manage things like addiction or mental health issues, mediate family conflicts, or improve their job prospects.

It's problem-solving conversations like these that need to become the rule rather than the exception. "We needed to identify by name those multi-system involved families who are experiencing regular crises, prioritize them, and match them with the right kind and amount of help they need to get back on their feet for good," says Haggerty of Community Solutions.

iii) THE BRIDGE BETWEEN CLOTHING AND DIGNITY

The sign on the cart read: "Disposer of Dead Bodies." The cart owner, a man named Habib, was paid about 50 cents per body. Habib respectfully wrapped the bodies in the white cloth he was issued by the police. Most were of migrants wearing tattered rags who had likely come to Delhi to find work. Habib said that in summer he collected four or five bodies a night. In winter, it was a different story. When a cold wave hits Delhi, temperatures can drop below freezing. "In winter," Habib said, "I have so much work. I can't handle it."

One of the most glaring oversights in the field of development is the lack of attention to clothing. Despite the explosion of growth in recent decades, hundreds of millions of Indians still live in condition of extreme material deprivation. Somewhere between 40 percent and 80 percent of the population subsist on 50 or 60 cents a day, according to government estimates.

For very poor people, clothing is shelter. "In earthquakes, the shake kills people; in a tsunami, the water kills people; but in winter, the cold does not kill people. It's the lack of clothing," says journalist Anshu Gupta. "Why don't we consider lack of clothing a disaster?"

Torn, threadbare cloth is the most visible sign of poverty. "In India, for a woman, the first priority is to cover herself," says Gupta. "Even more than eating." It's hard for Westerners or middle-class Indians to relate to this level of material existence. Many Indians possess only one or two items of clothing, notes Gupta. A woman with one sari must conceal herself while it dries after washing. And many women stay hidden indoors during their menstrual cycles because of orthodox religious beliefs and because they have no proper undergarments and only a piece of cloth to serve as a sanitary napkin.

So, in 1998, the Guptas started an organization, Goonj (meaning "echo"), to redistribute clothing to where it was most needed. Today, Goonj operates collection centers in nine Indian cities and provides about two million pounds of materials, mostly clothes, but also utensils, school supplies, footwear, toys and many other items. It has an annual budget of \$ 550,000, 150 employees, and hundreds of volunteers. However, with more than 250 N.G.O. partner agencies, it will assist about half a million people in 21 states this year.

Goonj is bringing efficiency and integrity to work that is often handled carelessly and without consideration for the lasting effects on communities. It is getting middle-class Indians to recognize the tremendous value of material reuse and recycling in the context of their country's poverty. It makes optimal use of the materials it receives. And it has found a way to assist villagers that moves beyond the stigma of charity, through a program called "Cloth for Work" – which links clothes to self-organized development activities in villages.

Local organizations contact Goonj to participate in the Cloth for Work program. They propose a development activity – building a bridge, repairing a road, digging a well, building a school. In exchange, each laborer receives a family pack – a kind of currency in cloth: two full outfits for four people, roughly 600 rupees worth of clothes (\$12 value today).

"Unfortunately, the biggest problem with donation is you give what you have," Gupta says. "You often don't give what people need. Somewhere we need to dignify giving by shifting the focus from donor's pride to receiver's dignity."

"Everyone in the world has a right to dignified life, not just the chance to survive," Gupta adds. "Clothing and dignity go hand in hand."

CONTACT



Reporters d'Espoirs

c/o CESE 9, Place d'Iéna 75116 Paris FRANCE

Tél. 01 42 65 20 88

redaction@reportersdespoirs.org

www.reportersdespoirs.org

www.reportersdespoirs.org/lab

