

Table des matières

Tables des figures et tableaux.....	2
1. Introduction.....	3
2. Approche de l'existant.....	4
2.1. Contexte et positionnement de Tchak.....	4
2.2. État de l'art	4
2.2.1. Qu'est-ce que la « qualité » du travail journalistique ?	5
2.2.2. Qualité du contenu ou du processus ? perçue par qui ?	7
2.2.3. Positionnement éditorial et rôle du journalisme	9
2.2.4. Le journalisme agroalimentaire, paysan et environnemental	11
2.2.5. Publics et groupes sociaux	17
3. Analyse	18
3.1. Objectifs de l'analyse et aspects méthodologiques	18
3.2. Résultats.....	19
3.2.1. Approche transversale des contenus guidée par l'analyse statistique textuel 19	
Classe 1 : (re)penser le modèle agroalimentaire	21
Classe 2 : raconter les vécus à la ferme.....	24
Classe 3 : enjeux agroalimentaires à grande échelle	26
Interaction entre les classes et rubriques	28
Classes et cohérence avec la ligne éditoriale	30
3.2.2. Approches qualitatives	31
Qualité journalistique	31
Positionnement éditorial et rôle du journaliste.....	32
Les publics.....	33
4. Conclusions : que retenir et qu'envisager ?.....	34
5. Bibliographie	37
6. Annexe	41
6.1. AFC approfondie (zoom)	41
6.2. Segments de texte caractéristiques par classe.....	42

6.2.1.	Dix segments de texte caractéristiques pour la classe 1.....	42
6.2.2.	Dix segments de texte caractéristiques pour la classe 2.....	42
6.2.3.	Dix segments de texte caractéristiques pour la classe 3.....	43
6.3.	AFC des numéros de la revue.....	44

Tables des figures et tableaux

Figure 1 - Cadrage et sujets autour de la nourriture dans la presse (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024).....	13
Figure 2 - Les différentes dimensions du journalisme transformatif (Brüggemann, Frech, et Schäfer 2022).....	14
Figure 3 - Cadre d'analyse de la désinformation sur l'agroalimentaire (Chowdhury et al. 2023)	16
Figure 4 - CHD sur l'ensemble du corpus	20
Figure 5 - Nuage de mots de la classe 1	21
Figure 6 - Similitudes de la classe 1 (seuil=50).....	22
Figure 7 - Cooccurents de social dans la classe 1	23
Figure 8 - Nuage de mots de la classe 2	24
Figure 9 - Similitudes de la classe 2 (seuil = 30)	25
Figure 10 - Nuage de mots de la classe 3	26
Figure 11 - Similitudes de la classe 3 (seuil = 40)	27
Figure 12 - AFC sur l'ensemble du corpus	29
Figure 13 - AFC approfondie.....	41
Figure 14 - AFC des numéros de la revue	44

Tableau 1 - Synthèse des lectures du journalisme de qualité (Degen, Olgemöller et Zabel 2024)	6
Tableau 2 - Exemple de paramètres pour la lecture critique	19
Tableau 3 - Dix segments de texte caractéristiques (classe 1)	42
Tableau 4 - Dix segments de texte caractéristiques (classe 2)	42
Tableau 5 - Dix segments de texte caractéristiques (classe 3)	43

1. Introduction

Après cinq ans d'existence, la revue Tchak entame une réflexion sur son modèle, son contenu, son format et ses publics en vue de préparer l'avenir. Dans ce cadre, un travail est notamment prévu sur les aspects marketings ainsi que le développement informatique et numérique, accompagnant une approche orientée sur les contenus journalistiques de la revue. La revue Tchak bénéficierait d'une approche critique extérieure permettant d'alimenter ces réflexions dans le but de continuer à renforcer le travail éditorial tranchant pour accompagner différents publics quant à leur compréhension du monde et des enjeux contemporains. Le rôle attendu est notamment de développer une réflexion critique sur la cohérence entre les contenus produits et le positionnement éditorial mais aussi de participer à une réflexion plus large sur la pertinence des contenus et la fonction sociale du média -en termes d'engagement et de militantisme- au regard d'un contexte marqué par une intensification des tensions sociales, politiques et environnementales. Il s'agit, entre autres, de se pencher sur l'articulation entre la posture journalistique (et les critères reconnus de qualité journalistique) avec le positionnement « politique » de la revue, en lien avec sa ligne éditoriale et avec les publics actuels et potentiels.

L'objectif de ce document est donc de contribuer à ces réflexions entamées par la revue : de réfléchir à la fois à la « qualité » du travail journalistique, à la cohérence éditoriale, au « ton » adopté ou à adopter, au type de contenu produit et aux publics potentiellement touchés. Pour ce faire, une approche en trois temps est développée. Tout d'abord, il s'agit (1) de déterminer l'existant : comprendre le contexte de la revue et son positionnement actuel et voulu ainsi que solliciter la littérature scientifique qui aide à penser ces différents éléments. Ensuite, il s'agit, (2) à l'aide d'une méthodologie d'analyse, d'approcher ces différents aspects à travers une lecture critique des contenus produits par Tchak. Enfin, il s'agit, (3) en mettant en perspective l'analyse de l'existant et des contenus produits, de développer des pistes de réflexions en vue d'alimenter la revue dans sa démarche.

La priorité de ce document est d'être un outil utile au travail de réflexion entamé par Tchak, il s'agit donc avant tout de nourrir le travail des équipes. Des échanges ultérieures autour de ce document peuvent être envisagés pour prolonger son utilité dans le temps.

2. Approche de l'existant

2.1. Contexte et positionnement de Tchak

En matière de « qualité journalistique », Tchak se revendique comme ayant un positionnement journalistique indépendant, critique, rigoureux et exigeant, garantissant le respect des normes déontologiques. À travers son travail, la revue considère participer au pluralisme des opinions et à la promotion des valeurs démocratiques.

Tchak se veut généraliste, bien qu'ayant comme prisme premier les questions de l'alimentation. La revue aborde les questions de transition solidaire et durable et s'intéresse aux enjeux écologiques, politiques, socio-économiques, culturels et de santé. Le périodique se veut « tranchant », dénonçant le *greenwashing* est les effets environnementaux de l'industrie agroalimentaire tout en promouvant l'économie sociale, les circuits courts et solidaires.

Il se considère engagé, notamment en prenant position, dans des espaces dédiés (éditos, billets d'humeur ou commentaires) sur la défense de l'agriculture paysanne, de l'agroécologie, de l'autonomie et la démocratie, et d'une alimentation de qualité pour tous et toutes. Tchak défend notamment la justice sociale et la diversité dans ses valeurs. Tchak prône aussi son engagement par sa structuration organisationnelle, plus horizontale, sous forme de coopérative, avec des normes écologiques et éthiques explicites avec des critères restreints en matière de publicité.

Tchak a une volonté de faire vivre les problématiques traitées au-delà des contenus produits, notamment en sensibilisant des publics à ces sujets, en mettant en valeur des solutions. Tchak veut aussi rencontrer les publics dans une approche d'éducation aux médias en renforçant le regard et la réflexion critique par rapport à l'information.

En termes de publics visés, Tchak dit s'adresser aux « aux mangeur-euses qui veulent se reconnecter avec le monde paysan ». La revue défend la volonté de rendre les sujets et les angles accessibles et veut encourager la participation des publics.

La revue Tchak considère être seule sur son créneau en termes de positionnement éditorial sur le marché belge francophone, bien qu'elle soit consciente d'une couverture des matières agricoles de plus en plus présente dans les médias généralistes et de l'existence de médias et contenus spécialisés, notamment syndicaux et d'associations, dans et hors du pays.

2.2. État de l'art

La revue de littérature scientifique a deux fonctions, à la fois de nourrir les réflexions sur le sujet qu'on aborde et sur la façon dont on l'aborde. On s'intéresse donc autant aux thèmes qui nous concernent (la qualité journalistique, le rôle du journaliste et le positionnement éditorial, le lien avec les publics, autour des questions paysannes, agroalimentaires, environnementales) qu'aux perspectives et méthodes d'analyses et

d'évaluation existantes. Le contexte et les ancrages théoriques et conceptuels permettent de développer une analyse plus précise et plus pertinente des discours contenus dans la production journalistique (Molina 2009). Penser un système d'évaluation doit se baser sur des critères qui s'inscrivent dans des réflexions existantes, notamment sur les pratiques journalistiques et leur qualité (Shapiro 2010).

2.2.1. Qu'est-ce que la « qualité » du travail journalistique ?

Penser la qualité¹ du travail journalistique semble être un élément clé pour permettre de l'évaluer, de l'analyser et du coup de l'améliorer² (Lacy et Rosenstiel 2015). Cependant, définir la qualité du travail journalistique, et d'une certaine façon définir le journalisme en tant que tel, n'a rien d'évident (Lacy et Rosenstiel 2015; Bachmann, Eisenegger, et Ingenhoff 2022; Gómez Mompert, Gutiérrez Lozano, et Palau-Sampio 2013). La notion de « qualité » du travail journalistique varie en fonction de différents facteurs, évoluant notamment dans le temps et dans les contextes sociopolitiques et géographiques différents ainsi qu'en fonction même de l'évolution de la (perception de) la pratique journalistique en tant que telle (Marcotte 2008; Bachmann, Eisenegger, et Ingenhoff 2022)³.

D'une façon générale, la qualité est dépendante des intentions du producteur et des perceptions par les observateurs (Shapiro 2010; Marcotte 2008; Bachmann, Eisenegger, et Ingenhoff 2022), définissant eux-mêmes des attentes par rapport à ce qu'ils considèrent être du « journalisme » et donc du « bon journalisme » dans leur contexte particulier, entre autres le genre et le format dans lequel ils s'inscrivent, le paysage médiatique et les publics visés, et les contraintes spécifiques, notamment économiques (Marcotte 2008; Bañon-Castellón et Kucukalic-Ibrahimovic 2023). Les qualités du journalisme peuvent par exemple être regroupées autour de six dimensions : la diversité, la pertinence, la précision, la compréhensibilité, l'impartialité et le respect des standards éthiques (Bomnüter et al. 2024). Le Tableau 1 reprend une synthèse du type de discours lié à la notion du journalisme de qualité proposée par Degen, Olgemöller, et Zabel (2024).

¹ La notion même de qualité peut être pensée comme articulant l'*objet* (ce qui est évalué), l'*idéal* (le degré d'excellence), la *classe* (la comparaison avec des éléments similaires) et les *critères* (les mesures utilisées pour l'évaluer) (Bachmann, Eisenegger, et Ingenhoff 2022).

² Et aussi pour analyser et évaluer son impact social (Lacy et Rosenstiel 2015), et l'éventuelle intervention publique à travers des politiques ciblées (Napolì et Royal 2023).

³ On peut par exemple penser l'analyse de la qualité en se focalisant sur une volonté de savoir si le contenu journalistique (voir le fonctionnement journalistique) est meilleur que celui d'autres médias en termes de contribution à une meilleure société (comprise comme étant une démocratie délibérative) (Bachmann, Eisenegger, et Ingenhoff 2022).

Tableau 1 - Synthèse des lectures du journalisme de qualité (Degen, Olgemöller et Zabel 2024)

Approach	Key elements	Authors
Theories of QJ		
Abstract conceptualizations (media system-level)	Quality based on the function journalism serves within states and media systems	Allern and Pollack (2019); Arnold (2016); Costera Meijer 2003; Costera Meijer (2020); Strömbäck (2005); Trappel and Tomaz (2021)
Operationalized, indicator-based approaches	Professional dimension (quality based on role perceptions, norms, and values)	Arnold (2008); Bachmann, Eisenegger, and Ingenhoff (2022); Galtung and Ruge (1965); Harcup and O'Neill (2017); Lacy and Rosenstiel (2015); McQuail (1992); Shapiro (2010)
	Content dimension (quality based on production practices and outputs)	Arnold (2008); Galtung and Ruge (1965); Harcup and O'Neill (2017); Lacy and Rosenstiel (2015); McQuail (1992); Shapiro (2010)
	Audience dimension (quality based on engagement and user expectations)	Arnold (2008); Shin and Ognyanova (2022); Welbers et al. (2016); Xia et al. (2020)
Application of QJ across Media Contexts		
QJ in mass media	Print & broadcast journalism rely on traditional news values, established norms and practices	Arnold (2008); Arnold (2016); Bachmann, Eisenegger, and Ingenhoff (2022); Costera Meijer (2003); Harcup and O'Neill (2017)
	Independence is a precondition of quality journalism especially for public-service media	Gladney (1996); McQuail (2003); Trappel and Tomaz (2021)
QJ in social media	Emergence of new news values e.g., entertainment, shareability, appealing audio-visuals	Harcup and O'Neill (2017); Ramirez de la Piscina et al. (2016)
	Not all traditional quality indicators resonate with audiences	Allern and Pollack (2019); Costera Meijer (2020); Shin and Ognyanova (2022); Zaid, Ibarhine, and Fedtke (2022)

La volonté de qualifier le journalisme de qualité est notamment partagée par des chercheurs mais aussi par des journalistes ou acteurs des médias, observant la production de l'information, le résultat produit ou encore la réception par les publics (Lacy et Rosenstiel 2015)⁴. La perception même de qualité peut être fluctuante et nébuleuse pour des journalistes : certains pensent qu'il faut du « journalisme de qualité » sans pouvoir vraiment le définir ni se mettre d'accord sur ce que ça sous-tend (Marcotte 2008). La définition se faisant parfois de manière négative en se basant sur ce que n'est pas ou ne devrait pas être le journalisme. Ils sont cependant généralement relativement d'accord sur l'idée de la « fonction sociale » du journalisme, servant selon eux à améliorer la société, défendre le citoyen et assurer le bon fonctionnement de la démocratie (Marcotte 2008). Vehkoo (2010) considère ce rôle de surveillant indépendant

⁴ Lacy et Rosenstiel résumant les caractéristiques qui selon eux apparaissent généralement dans l'évaluation de la qualité : la *qualité de la présentation*, qui suppose une production soignée et une accessibilité à un large public ; la *fiabilité*, qui repose sur l'exactitude et la crédibilité des informations ; la *diversité*, tant en termes de sources, de sujets que de perspectives ; la *profondeur et l'ampleur de l'information*, via la contextualisation, et l'analyse approfondie ; la *complétude*, assurant une couverture des événements et enjeux importants ; les *affaires publiques*, comme objet prioritaire, notamment la politique, l'éducation et les questions sociétales ; la *pertinence géographique*, l'ancrage dans les préoccupations locales. Ils recommandent d'ajouter des paramètres d'analyse sur les critères de diversité, de profondeur et d'ampleur, notamment de mesurer le nombre de sources et de points de vue différents, le nombre de sujets, de style narratif, de longueur. Ils proposent aussi de s'intéresser à la transparence, l'interactivité, l'indépendance et la responsabilité (Lacy et Rosenstiel 2015).

du pouvoir au service des citoyens comme l'élément clé du journalisme de qualité, citant la position de Jeffrey Scheuer sur son rôle en démocratie, en se basant sur « l'impératif moral de la vérité, l'impératif intellectuel du contexte et l'impératif institutionnel/politique d'indépendance » (Scheuer 2008). Tout comme la notion de qualité de l'information ou du journalisme (Vural et Puertas-Graell 2023), les façons mêmes d'articuler le journalisme et la notion de démocratie sont des construits sociaux basés par exemple sur les réflexions d'Habermas, selon qui la démocratie délibérative nécessite une sphère publique dans laquelle il est possible d'exprimer et de recevoir une pluralité d'opinions (Bachmann, Eisenegger, et Ingenhoff 2022).

Dans une approche basée sur le produit (Lacy et Rosenstiel 2015), le journalisme de qualité peut être vu comme produisant de l'information de qualité. Certains voient une information de qualité comme celle ayant de l'« impact », apportant une valeur pour le public, répondant à « l'intérêt (du⁵) public », d'« utilité publique », ou ayant une certaine proximité ou résonance avec celui-ci. Les journalistes sont conscients de l'importance de créer de l'information « intéressante », par le fond mais aussi par la forme (sans rentrer dans des excès) et de devoir apporter une valeur ajoutée à l'information (Marcotte 2008). Ils valorisent l'enquête et l'analyse, considérant que le journaliste puisse proposer un cadre et un(e diversité de) point(s) de vue tout en laissant le public se faire sa propre opinion (Marcotte 2008). Certains placent une échelle de valeur en fonction du type de contenu, des *hard news* comme la politique ou l'économie aux *soft news* comme la culture (Marcotte 2008).

2.2.2. Qualité du contenu ou du processus ? perçue par qui ?

Certains défendent l'idée d'un focus sur la qualité du processus de production journalistique, en ce compris la récolte de l'information et le travail de compréhension et d'explication (Picard 2000). Comme plusieurs auteurs l'ont essayé avant lui, Shapiro propose une grille d'évaluation de la qualité journalistique. Il la base sur la qualité « minimale » du travail journalistique et sur le niveau d'« excellence » à viser, sur différents aspects du journalisme inspirés de la rhétorique : la *découverte* (trouver un sujet et une façon de l'aborder, évaluée par la capacité d'être un observateur indépendant des événements ; dont le critère d'excellence est la valeur sociale du sujet), l'*examen* (efforts clairs et rigoureux pour assurer l'exactitude ; aller au fond des choses de façon intrépide), l'*interprétation* (transparence et ouverture à l'évaluation ; présenter en profondeur l'information « en contexte »), le *style* (travail révisé ; contenu engageant dans son approche et sa technique) et la *présentation* (contenu non censuré ou influencé ; original dans la forme et la substance) (Shapiro 2010). Certains voient la spécialisation dans certaines thématiques comme essentielle à la montée en qualité du travail journalistique (Marcotte 2008; Bañon-Castellón et Kucukalic-Ibrahimovic 2023),

⁵ Avec ici une tension entre ce que le public « doit savoir » et « veut savoir » (Marcotte 2008).

et présentent l'homogénéité sociale de la profession comme un obstacle à un journalisme de qualité (Marcotte 2008).

La qualité peut être aussi évaluée par les consommateurs d'information, à titre individuel ou au niveau communautaire (Lacy et Rosenstiel 2015), en fonction de leurs contextes spécifiques et de leurs besoins en matière d'information (Vural et Puertas-Graell 2023). Certains chercheurs trouvent un lien entre la qualité perçue de l'information et la volonté pour les utilisateurs de payer pour l'information (Chen et Thorson 2021; Bomnüter et al. 2024). Une étude quantitative montre que des publics espagnols considèrent comme critères de qualité : l'indépendance face aux intérêts économiques et l'identification claire de la publicité ; la précision et le professionnalisme des journalistes ; la séparation entre opinion et information ; la volonté d'une plus grande diversité d'opinions et d'informations et des informations qui les concernent. La position idéologique est, elle, vue comme problématique, surtout par ceux ayant déjà une position politique marquée (Palau-Sampio et al. 2025). Les publics peuvent eux-mêmes être considérés comme (de plus en plus) parties prenantes de la production par les médias d'information car ayant un rôle majeur de par leur intérêt, leur engagement⁶, leur interaction et leurs réactions (Vural et Puertas-Graell 2023; Degen, Olgemöller, et Zabel 2024). Certains considèrent que les critères de qualité déterminés par les chercheurs et/ou journalistes ne sont qu'en partie partagés ou importants pour des consommateurs d'information et qu'il est plus pertinent de s'intéresser à la valeur perçue de l'information par ses utilisateurs⁷, voire à leur volonté de payer (*WTP*) (Bomnüter et al. 2024). Il est aussi possible qu'il y ait un « effet de marque » sur la qualité perçue d'une information (Bomnüter et al. 2024). Certains chercheurs remarquent une différence marquée entre les attendus de lecteurs de ce que « devrait être un journaliste » et l'expérience concrète de la production journalistique (Guo, Wang, et Shen 2024).

Des études s'intéressent plus spécifiquement au journalisme de qualité à l'ère des réseaux sociaux, où les intermédiaires, leur pouvoir de marché et leurs algorithmes opaques, ont de plus en plus d'importances et où les journalistes ne décident plus de ce qui « atteint » l'espace public. Ce qui a un effet à la fois sur la façon de choisir et de présenter l'information mais aussi dont l'information vit et est négociée (Degen, Olgemöller, et Zabel 2024).

⁶ Dont la recherche, notamment via les réseaux sociaux peut être antinomique avec certaines formes de recherche de qualité journalistique (Shin 2023).

⁷ Tout comme on peut penser à la valeur perçue par le journaliste (*newsworthiness*) ou combiner les deux en s'intéressant aux facteurs qui augmentent la probabilité pour le producteur et pour le récepteur d'accorder de l'engagement affectif et cognitif pour l'information, par exemple via la proximité (géographique, socioculturelle) qui pourrait permettre de développer des stratégies de journalisme « hyperlocal » (Bomnüter et al. 2024).

Au final, chaque espace a ses propres référents en termes de qualité de l'information et ses propres méthodes d'évaluation ou de contrôle qualité (Shapiro 2010). La notion de qualité peut se construire sur base des croyances des journalistes du contexte concerné (Gómez Mompart 2013; Bañon-Castellón et Kucukalic-Ibrahimovic 2023).

2.2.3. Positionnement éditorial et rôle du journalisme

Au-delà de la qualité, se posent les questions du positionnement éditorial et du rôle du journalisme et du journaliste, dépendants eux aussi du contexte, par exemple du genre journalistique dans lequel ils s'inscrivent (Molina 2009). Avec les évolutions récentes, les journalistes qui avaient une forme de quasi-monopole sur la diffusion de l'information dans la sphère publique se retrouvent, de plus en plus délégitimés dans ce rôle et en concurrence avec de plus en plus d'acteurs, dont chacun d'entre nous peut faire partie, sur un « marché de l'information » très fragmenté et polarisé impliquant des acteurs, notamment dans le champ journalistique, de plus en plus variés avec des frontières plus floues (Shapiro 2010; Vural et Puertas-Graell 2023; Ihlebæk et Figenschou 2024). Le rôle du journaliste est souvent vu comme ayant une position actuelle plus horizontale qu'avant (Marcotte 2008).

La question du rôle du journalisme est débattue dans les dynamiques entre médias dits *mainstreams* et médias dits *alternatifs*. Ces derniers peuvent par exemple considérer apporter ce que les médias *mainstreams* n'arrivent pas à apporter, alors que les premiers peuvent reprocher aux médias *alternatifs* un manque de compétences professionnelles et un risque de saper l'autorité ou la légitimité des journalistes, notamment par des orientations considérées comme trop idéologiques ou politiques (Ihlebak et Figenschou 2024). Lorsque l'on pense aux dynamiques sociales liées aux médias *alternatifs*, certains considèrent leur champ⁸ comme inscrit dans celui du journalisme « traditionnel » alors que d'autres l'en excluent et/ou l'associent à la société civile et aux mouvements sociaux (Ihlebak et Figenschou 2024; Peeters et Maesele 2023; Atton 2019). Dans une approche par le « champ d'action stratégique » (*strategic action field*), par laquelle ils positionnent socialement les acteurs l'un par rapport à l'autre dans une relation notamment de pouvoir, Ihlebæk et Figenschou (2024) voient les médias (se revendiquant comme) *alternatifs* comme *challengers* d'un espace où les médias installés (*incumbents*) ont plus d'accès aux ressources et de pouvoirs, notamment à travers leurs relations avec les unités de gouvernance (organe d'autorégulation, etc.) et les bailleurs (dont l'État). Ils se positionnent dans cet espace social qu'ils critiquent via différentes stratégies, parfois en opposition, parfois négociant l'accès aux ressources quand c'est possible (Ihlebak et Figenschou 2024).

⁸ Dans le sens bourdieusien d'un espace social relativement indépendant fonctionnant selon des structures et des interactions sociales particulières.

En s'intéressant à des médias alternatifs en Flandre, Peeters et Maesele (2023) se focalisent sur la façon dont les journalistes de ces médias, qui sont souvent de petites structures les obligeant à la fois à penser à comment créer l'information et à comment la vendre, gèrent la tension entre leur positionnement identitaire et leur volonté d'indépendance avec la nécessité de survivre financièrement et générer du succès. Les auteurs isolent le champ des médias alternatifs, considérant qu'ils ont leur dynamique spécifique, notamment car non (ou moins) guidés par le critère de rendement économique, par leur volonté d'indépendance, leur plus grande responsabilisation face à leur communauté ou encore par la forme « engagée » que peut prendre leur travail, en tension avec les attendus des normes journalistiques. Ils observent des éléments spécifiques au champ des médias alternatifs, notamment la négociation entre la volonté de crédibilité face aux publics en termes d'indépendance et l'atteinte de l'autonomie financière pouvant saper cette crédibilité, que ce soit via des bailleurs privés (annonceurs non en accord avec les valeurs) ou publics (indépendance du pouvoir politique) mais aussi, pour certains médias, la tension entre place laissée à la société civile et crédibilité et rigueur journalistique ou des audiences ciblées n'ayant pas nécessairement l'habitude ou la capacité de souscrire à un abonnement (Peeters et Maesele 2023).

Si les journalistes peuvent jouer un rôle dans la problématisation et la publicisation des problèmes publics en vue d'une réaction des pouvoirs publics, leur production médiatique s'inscrit elle-même dans un jeu plus large impliquant notamment des cadrages publics, bureaucratiques et politiques. L'action publique et politique (principalement celle de l'exécutif) agit cependant, plus ou moins, en interaction avec le (ou « sous emprise du ») champ journalistique (Nollet 2010; 2015). Pour une mise en politique publique réussie, consécutivement à la constitution d'un problème public, certains considèrent qu'il faut répondre à trois conditions : « que le problème soit considéré comme prioritaire dans l'agenda ; [...] que le contexte politique lui soit favorable ; [et que] des solutions pratiques [puissent] être envisagées comme possibles par les acteurs publics existants » (Demoli et Llored 2024).

Dans leur volonté de définir ce qui a « valeur d'information », les journalistes (ne) perçoivent (pas) ou (ne) cadrent (pas) l'information d'une certaine manière. Certains éléments ne sont pas considérés comme « information » car perçus comme non nouveaux, comme des non-événements, qui ne nécessitent donc pas d'éclairage ou de mise en lumière. Ça peut être le cas notamment des pratiques liées à la nourriture quand elles s'inscrivent dans une forme de continuité dans le temps qui les normalise, ce qui peut rendre difficile une lecture du sujet en termes de problème public, notamment en

rapport avec les questions sociales et d'environnement⁹ (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024). Par contraste, les évolutions culturelles liées aux pratiques autour de la nourriture peuvent être un matériel pour produire de l'information (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024). Des fois l'identité informative d'un média apparaît plus dans ce qu'il omet que dans ce qu'il écrit (Molina 2009).

Les questions sur l'engagement du journalisme et du rôle actif ou passif du journaliste ont toujours existé, avec une forme de continuum (Fisher 2016) entre des journalistes portés sur un rôle de sélection et de transmission d'information alors que d'autres assument être défenseurs de cause. Une autre lecture de ce continuum peut être faite, où le journaliste est vu comme défendant dans tous les cas une cause, celui défendant une position neutre (ou de simple vendeur d'information) défendant de fait le *statu-quo* (Brüggemann, Frech, et Schäfer 2022).

Le rôle social du journaliste dans le choix et la transmission de l'information pose aussi des questions sur la façon dont ces choix sont effectués en matière de voix qu'il fait ou ne fait pas entendre et de quelle façon. La question de l'injustice épistémique, ou la capacité qu'a une personne à considérer que quelqu'un puisse produire et maîtriser de la connaissance (Fricker 2007), résonne avec le travail du journaliste, notamment dans son choix de sources et d'experts. Certains groupes, souvent marginalisés ou minorisés, comme les personnes en situation de pauvreté semblent par exemple souvent ne pas être considérés comme sources et expertises de premier plan malgré leurs connaissances de première main (Broady 2024). Si certains y voient un danger dans la frontière entre « experts » et « défenseurs d'une cause », d'autres considèrent que l'intégration de ce type de source permet d'être au plus près du terrain et d'intégrer les personnes concernées dans le processus de production d'information sur leur propre groupe (Broady 2024).

2.2.4. Le journalisme agroalimentaire, paysan et environnemental

Concernant certaines thématiques en rapport avec le travail journalistique de Tchak, traditionnellement, les sujets « nourriture » étaient plutôt liés à la presse féminine, cadrés dans des optiques individuelles (perte de poids, etc.) ou portés par des journalistes *lifestyle*, souvent socialement situés (classe moyenne haute) et cadrant les sujets de façon positives, en étant relativement perméables aux appels de pieds des annonceurs (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024). Des chercheurs se sont intéressés à la façon dont les pratiques, dans le sens large¹⁰, liées à la nourriture sont abordées et cadrées dans des journaux de différents pays. Ils identifient cinq cadres

⁹ Des études s'intéressent notamment à la difficulté qu'ont des médias à créer un lien entre la surconsommation de viande et les dérèglements climatiques (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024).

¹⁰ les pratiques de production, d'organisation, d'achat, de consommation et de gaspillage de certains types d'aliments, notamment en rapport avec les questions de santé individuelle et publique ainsi que d'empreinte écologique (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024).

principaux qui façonnent la couverture médiatique de l'alimentation : « corps et santé », « vie durable », « rituels et traditions », « commodité et prix » et « plaisir et art de manger et de boire ». Ce dernier est le plus présent dans leur échantillon, avec une lecture positive, peu portée sur les effets sur la santé. Le cadrage « corps et santé » vient en second, et est surtout centré sur les questions de santé au niveau d'individuel (perte de poids, boissons saines, etc.)¹¹. Concernant la question de la « vie durable », seul environ 5% des articles¹², se focalise sur les questions de pratiques liées à la nourriture et leurs effets sur le long terme, notamment pour la préservation de la nature et la sécurité alimentaire. Viennent ensuite les « rituels et traditions » basée sur une lecture de préservation de l'héritage culturel lié à la nourriture (2%) et « commodité et prix » qui se focalise sur le prix et le temps de la (préparation de la) nourriture (1%). La figure 1 reprend les sujets principaux trouvés par les auteurs, colorés par cadrage associé. L'étude dépeint donc une couverture médiatique très peu portée sur les questions sociales, politiques et environnementales de l'alimentation, loin de cadrages portés par les scientifiques et la société civile. Les auteurs n'ont pas trouvé de différence significative dans le (manque de) traitement des questions de nourriture en fonction du positionnement idéologique du journal (« conservateur » ou « libéral ») (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024).

¹¹ Bien que les journaux indiens portent une attention plus marquée aux questions plus générales de sécurité alimentaire (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024).

¹² Les journaux allemands abordant plus le sujet que les étatsuniens et indiens (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024).

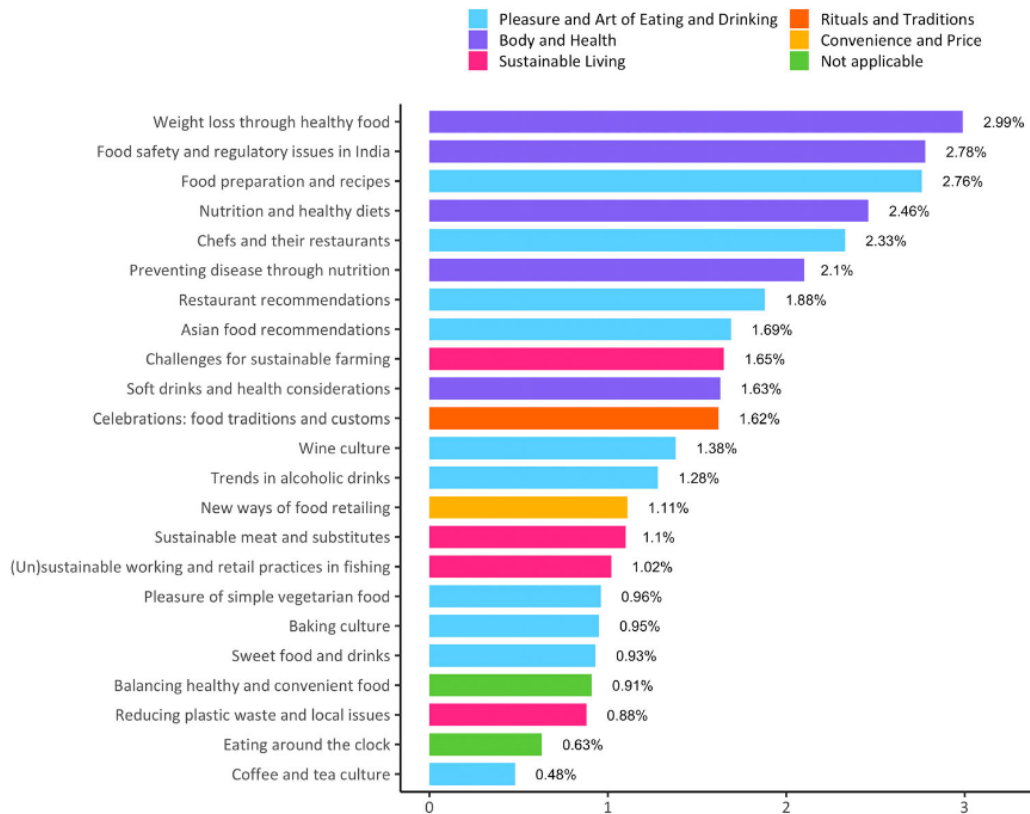


Figure 1. Food-related topics in the news. Percentage of food-related topics in the overall news corpus ($n = 10,022$).

Figure 1 - Cadrage et sujets autour de la nourriture dans la presse (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024)

Le journalisme agricole et rural peut être vu comme ayant un caractère peu lucratif et un horizon de carrière peu dégagé, notamment du fait des petites structures journalistiques qui se spécialisent dans le domaine (Chupin et Mayance 2016). En Espagne, Castelló décrit de nouvelles perspectives journalistiques sur le monde rural, qu'il nomme « ruralité agentive », par exemple dans de petites revues, principalement sur abonnement, qu'il considère comme ayant une *pratique socioécologique* du journalisme, autant dans les sujets abordés que dans la production même des contenus. Selon lui, le journalisme en tant que pratique socioécologique repose sur de petites structures de production qui fonctionnent en mobilisant un réseau de collaborateurs et d'experts, avec un objectif de durabilité plutôt que de rentabilité. Il adopte une approche du *slow journalism*, privilégiant une édition soignée et une couverture approfondie des sujets. Contrairement aux attentes, les thématiques abordées ne se limitent pas à l'agriculture ou à l'élevage, mais adoptent une perspective socioculturelle, offrant une lecture centrée sur la société et la culture rurales. Ce journalisme intègre une conscience des agents matériels et immatériels, mettant en scène les paysages et les éléments comme des acteurs des récits. Il met l'accent sur les habitants et leurs projets, explorant la ruralité comme un espace de possibilités, avec une approche parfois ethnographique qui donne voix aux communautés. Son esthétique

minimaliste et épurée favorise un ton réflexif, se démarquant ainsi du flux d'informations rapides et saturées du paysage médiatique contemporain. Par cette approche spécifique, portée sur un modèle socioécologique à échelle plus réduite, liée au secteur rural, l'auteur y voit certaines spécificités que n'ont pas tous les médias qui pratiqueraient le *journalisme transformatif* (Castelló 2024).

Ce que Brüggemann et al. appellent le *journalisme transformatif* est un ensemble de nouvelles pratiques journalistiques émergées en réponse aux crises écologiques, sociales et économiques mondiales, se distinguant par un engagement explicite en faveur de la transformation socioécologique des sociétés. Plutôt que de revendiquer une objectivité neutre et distanciée, ce journalisme privilégie une couverture rigoureuse et pertinente, tout en valorisant la transparence sur les valeurs et le rôle du journalisme dans le débat public. Le journalisme transformatif est vu comme favorisant de nouvelles formes de contenu, de production et d'interaction avec les publics, tout en intégrant une réflexion sur l'empreinte écologique du journalisme lui-même, comme l'illustre la figure 2 (Brüggemann, Frech, et Schäfer 2022).

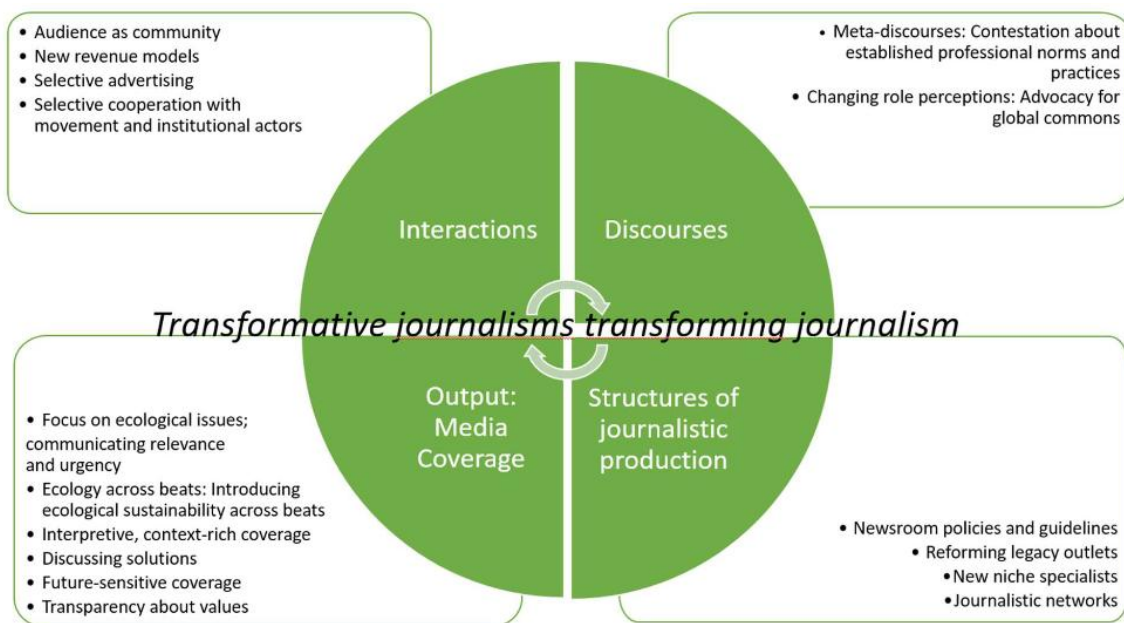


Figure 2 - Les différentes dimensions du journalisme transformatif (Brüggemann, Frech, et Schäfer 2022)

Sur les questions environnementales, le cadrage du problème public de l'écologie par les journalistes était relativement complexe et limité dès les années 1970, où le sujet était peut-être difficilement classable, autant dans sa valeur d'information que dans sa place concrète dans les journaux (« quelle rubrique ? »¹³) (Neveu 2017). Dans un article sur la construction médiatique du sujet environnemental, Comby considère que la co-production de la valeur d'une information se fait à l'intersection des réalités matérielles

¹³ La rubrique dans laquelle on inscrit un sujet influence aussi son cadrage, en faisant appel des journalistes utilisant certains angles spécifiques (Neveu 2017).

du champ journalistique avec les espaces sociaux qu'il médiatise¹⁴ (Comby 2009). Il retrace, en France, la lente professionnalisation du journalisme environnemental, d'abord considéré comme issu de mouvement militants, desquels il s'est petit à petit affranchi pour répondre aux critères attendus de la profession journalistique, pour ensuite lutter pour la captation d'espace rédactionnel disponible au sein de médias, et finalement, entamer une institutionnalisation plus marquée dès les années 2000, via l'apparition de rubriques et de (sous-)services dédiés dans les médias généralistes. Par conséquent, les journalistes environnementaux de cette génération-là se voient moins comme politiquement « engagés ». Le fait de « jouer le jeu » du journalisme professionnel au même titre que des journalistes d'autres rubriques, limitant le risque d'être marginalisé, réduit aussi le ton utilisé voire contribue à « dépolitiser » les enjeux climatiques¹⁵ qui peuvent aussi être politisés « en trompe-l'œil » (Comby 2015; Bénoniel, Régnier, et Louchet 2024).

Citant sa thèse (Comby 2008), Comby identifie « trois formes de dépolitisation des questions climatiques : l'imposition d'un consensus, qui masque les controverses ; l'individualisation des responsabilités, qui masque les solutions collectives [...] ; l'égalisation des rapports aux enjeux, qui masque la contribution et l'exposition inégales des groupes sociaux au problème » (Comby 2009). Le « traitement journalistique dominant de l'environnement particip[ant] ainsi à maintenir un ordre politique et économique, dans lequel l'écologie s'intègre et se légitime sur le registre de la responsabilisation du plus grand nombre » (Comby 2009). Vu le contexte pressant, certains considèrent qu'il est important de « repolitiser » les enjeux climatiques, par exemple à travers la notion de « justice environnementale » qui articule la question du changement climatique avec les questions d'inégalités, notamment en prenant en compte les groupes de personnes les plus à risques (Girardi et al. 2023).

Dans la logique de justice environnementale, le journaliste environnemental assume cette lutte contre les inégalités en mettant en évidence les enjeux et les conséquences notamment en matière de droits humains, à l'aide d'une diversité de sources dont les plus silencées. Il assume aussi son rôle éducationnel, citoyen et transformatif (Girardi et al. 2023).

Certains médias généralistes ont aussi, autour de 2019, eu des formes de prise de conscience de l'urgence d'une meilleure couverture médiatique du sujet (Prodhomme,

¹⁴ « Les évolutions du champ des associations de défense de l'environnement, du champ scientifique, du champ économique et du champ de production des politiques publiques contribuent ainsi à co-construire la *newsworthiness* de l'environnement » (Comby 2009).

¹⁵ « Les journalistes les moins disposés à produire une information omnibus [étant] contraints, selon le modèle de Hirschman, soit de se plier (*loyalty*), soit de quitter leur univers professionnel (*exit*), soit de dénoncer cette évolution (*voice*) » (Comby 2009). Concernant la position « politique » des questions d'environnement, notons que les acteurs politiques de droite ont tendance à vouloir une « impartialité » des médias concernant le changement climatique (Newman et al. 2022).

Carlino, et Mercier 2024). Le Guardian a par exemple pris position explicitement sur le changement climatique. Des chercheurs ont tenté de voir l’articulation entre ce positionnement éditorial et la qualité du journalisme produit sur ce sujet, sur base d’indicateurs, inspirés par la méthode JVA (*Journalistic Value Added*), se focalisant sur le processus de sélection de l’information (*gatekeeping*) et de création (*newsmaking*). Ils y observent un journalisme de qualité, notamment par le type d’information produit, sa proximité, par la recherche de l’information, sa contextualisation, la diversité et l’équilibre des sources, ou encore l’accessibilité, l’appel à agir, l’interaction possible avec les journalistes et leur niveau de la spécialisation (Bañon-Castellón et Kucukalic-Ibrahimovic 2023).

En matière journalistique et médiatique, des enjeux plus larges apparaissent concernant les changements organisationnels et dans la production journalistique¹⁶ en prenant en compte les enjeux climatiques (Prodhomme, Carlino, et Mercier 2024). Le rôle du fact-checking est aussi vu comme essentiel face aux climato-sceptiques (Prodhomme, Carlino, et Mercier 2024).

Les questions de désinformation, mésinformation et malinformation sont aussi perçues comme un enjeu clé sur les questions agroalimentaires (voir figure 3), notamment car elles pourraient potentiellement pousser des producteurs alimentaires à adopter des pratiques non soutenables (Čechmánek 2024), ou encore sur les questions de santé, où le fact-checking, le journalisme constructif et le journalisme citoyen sont vus comme important pour diffuser des informations utiles, notamment en période de crise (Feng 2024).

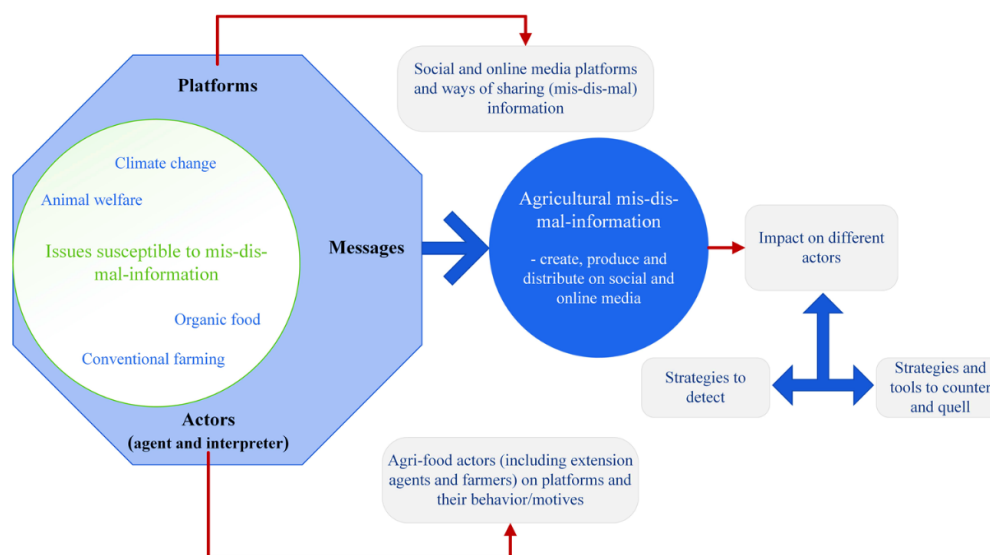


Figure 4. A holistic framework for research and understanding agricultural mis-dis-mal-information.

Figure 3 - Cadre d'analyse de la désinformation sur l'agroalimentaire (Chowdhury et al. 2023)

¹⁶ Par exemple en creusant des pistes de type « journalisme en résidence (Alvès et Bisenius-Penin 2024).

Sur l'angle d'approche concernant les questions climatiques, des études montrent que les angles catastrophistes auraient tendances à limiter la capacité d'action des lecteurs, contrairement à des informations mettant en lumière les actions qui peuvent avoir un effet (Bañon-Castellón et Kucukalic-Ibrahimovic 2023). Une fatigue pourrait également être perçue du fait d'avoir des rappels réguliers d'un mouvement de fond qui s'inscrit, lui, dans la durée (Prodhomme, Carlino, et Mercier 2024). Certains recommandent le développement de journalisme constructif, ou « orienté solution », bien que des études sur ces formes de journalisme montrent des risques d'approches de sujets relativement simples, de façon peu critique, notamment au regard de la solution proposée, et dépolitisées (Djerf-Pierre et Ekström 2025).

2.2.5. Publics et groupes sociaux

Concernant la question des publics, les quelques études qui s'intéressent aux effets des discours médiatisés relatifs à la nourriture sur les publics montrent de (légers) changement d'attitudes, bien que ce soit surtout le cas pour des gens dont les attitudes précédentes étaient en ligne avec ces nouveaux changements (Brüggemann, Kunert, et Sprengelmeyer 2024). Si la presse écrite permet d'approcher des sujets environnementaux en profondeur, notamment à travers du journalisme d'investigation, les contenus en ligne offrent un du contenu relativement complet de façon concise, engageante, parfois interactive, pour un public plus large et, poussant certains à recommander une stratégie multiplateforme pour pousser ce type de sujet (Jain et Meena 2024).

Les pratiques informationnelles sont situées socialement et établissent des rapports distinctifs : en fonction de notre milieu social et d'autres facteurs sociodémographiques, on va plus ou moins s'intéresser ou entrer en résonance avec (certains thèmes dans) l'actualité et articuler différemment l'information avec notre identité, notre positionnement, notre socialisation et nos actions (politiques) (Granjon et Foulgoc 2011; Hay, Vedel, et Chanvriil 2011; Comby et al. 2011).

La profession même de journaliste est située socialement, avec souvent des journalistes diplômés d'études supérieures, avec des formes d'homogénéité, qui apparaissent aussi dans les contenus produits¹⁷.

¹⁷ Cf. notamment les études et baromètres du CSA et de l'AJP.

3. Analyse

3.1. Objectifs de l'analyse et aspects méthodologiques

En vue d'alimenter les réflexions de Tchak, une analyse de contenu est mise en place. Celle-ci vise à mettre en perspective les éléments de contexte et de la revue de littérature avec certains contenus. Elle vise à répondre aux questions suivantes :

Comment des contenus de Tchak peuvent-être perçus en matière :

1) de « qualité » ?

2) de « positionnement » et de « rôle » ?

3) de « publics » ?

Comme on l'a vu, ces éléments sont très relatifs et dépendants de leur contexte. On ne peut les objectiver de façon absolue. Il est d'autant plus difficile d'aborder ces éléments sans une approche holistique et interdisciplinaire qui approcherait à la fois les modes et acteurs de productions, les contenus produits et le contexte plus large. En fonction du périmètre établi de la mission (centrée sur les contenus, ressources alloués) et des objectifs de celle-ci, il ne s'agit pas de fournir une analyse scientifique à grande échelle mais bien d'une lecture critique approfondie inspirée de méthodes et contenus scientifiques, au regard des éléments de contexte et de la littérature scientifique, en vue de faciliter la réflexion entamée par la revue. Il s'agit donc de partir de la façon dont Tchak se définit, de s'inspirer de la littérature scientifique sur les questions de « qualité », de « positionnement », de « rôle » et de « publics » pour en proposer une lecture circonstanciée¹⁸. La volonté étant de développer une perspective critique multidimensionnelle, inspirée de la sociologie du journalisme, de l'analyse (critique) du discours et sémio-pragmatique en vue d'offrir aux journalistes une lecture réflexive et critique de leur production.

Le tableau suivant reprend différents éléments qui ont guidé le regard dans cette lecture analytique :

¹⁸ Sans élément totalement objectivable, une autre méthode d'analyse peut se faire sur base d'une comparaison avec des offres similaires ou diachronique. Cependant l'étude ici n'est pas faite dans cette optique.

Tableau 2 - Exemple de paramètres pour la lecture critique

Catégorie :	Exemples de paramètres retenus :
« Qualité »	<p>Professionalisme : respect des normes journalistiques, notamment dans la sélection des sources (indépendantes, transparence, diversité, proactivité), séparation claire (entre information et opinion, publicité, etc.).</p> <p>Pertinence : thèmes « importants », traité « au bon moment », dans une perspective sociale et non individualisée.</p> <p>Contextualisation : informe en profondeur, replace dans un contexte plus large.</p> <p>Diversité : de sujets, d'angles, de points de vue, de profils.</p> <p>Autres : place des émotions, rapports sociaux sous-jacents, originalité dans la forme, accessibilité.</p>
« Positionnement » et « rôle »	<p>Le contenu correspond-il à la ligne éditoriale revendiquée ?</p> <p>Sembler-t-il répondre à son rôle démocratique revendiqué (aide à la formation d'opinion, à la mise à l'agenda ?)</p> <p>Quels sujets sont choisis ? Quels angles (ne) sont (pas) choisis ? quels sont les cadres (causalité, solutions, justification, axiologie) ? Quels sont les rapports sociaux sous-jacents ?</p>
« Publics »	<p>Quel public semble visé ou potentiellement touché par ce contenu (lecteur modèle) ?</p> <p>Quels sont les interactions directes ou indirectes avec le public dans les contenus ?</p>

L'approche est double, avec une utilisation de différents logiciels d'analyse statistique textuelle (comme IRaMuTeQ ou TXM) sur un corpus de 7 numéros (du numéro 13 au 19) combinée à des analyses qualitatives ciblées. Au total, le corpus comporte 307 637 mots. L'analyse se fait de façon transversale sur l'ensemble de l'échantillon et par numéro ou à travers des articles spécifiques en fonction des besoins.

3.2. Résultats

3.2.1. Approche transversale des contenus guidée par l'analyse statistique textuelle

Une première étape de l'analyse a été d'observer l'ensemble de l'échantillon à travers des logiciels d'analyse statistique textuelle. Ces derniers permettent d'aborder les contenus de Tchak dans leur transversalité et de découvrir des phénomènes à une échelle qu'une lecture traditionnelle rend difficile à percevoir. Le logiciel IRaMuTeQ permet notamment, sur base de la « proximité » entre les mots, de regrouper l'ensemble des contenus du corpus (7 numéros) en différents clusters (en classes de mots)¹⁹. La figure 4 montre le résultat de cette « classification hiérarchique descendante » (CHD), qui a classé les contenus dans trois classes, ou de « mondes lexicaux », mettant en évidence les mots représentatifs²⁰ de chaque classe. Ces différentes classes, réparties

¹⁹ Cette analyse laisse apparaître des pôles qui segmentent le corpus en autant de classes en fonction de l'organisation lexicale du corpus, en identifiant les relations cooccurentielles entre les mots : « une classe de vocabulaire est constituée et séparée des autres lorsque l'inertie interclasse la plus importante est atteinte. Ainsi les mots rassemblés au sein d'une même classe ont-ils un profil cooccurentiel similaire entre eux et aussi différent que possible des mots d'une autre classe » (Guaresi 2015).

²⁰ Les plus statistiquement significatifs.

de façon égales, chacune représentant un tiers de l'échantillon, semblent composés de perspectives que l'on pourrait nommer comme (1) (re)penser le modèle agroalimentaire, (2) raconter les vécus à la ferme ; (3) enjeux agroalimentaires à grande échelle.



Figure 4 - CHD sur l'ensemble du corpus

durable, ainsi que différents projets, de questions économique et sociales avec les questions liées au rôle du citoyen.

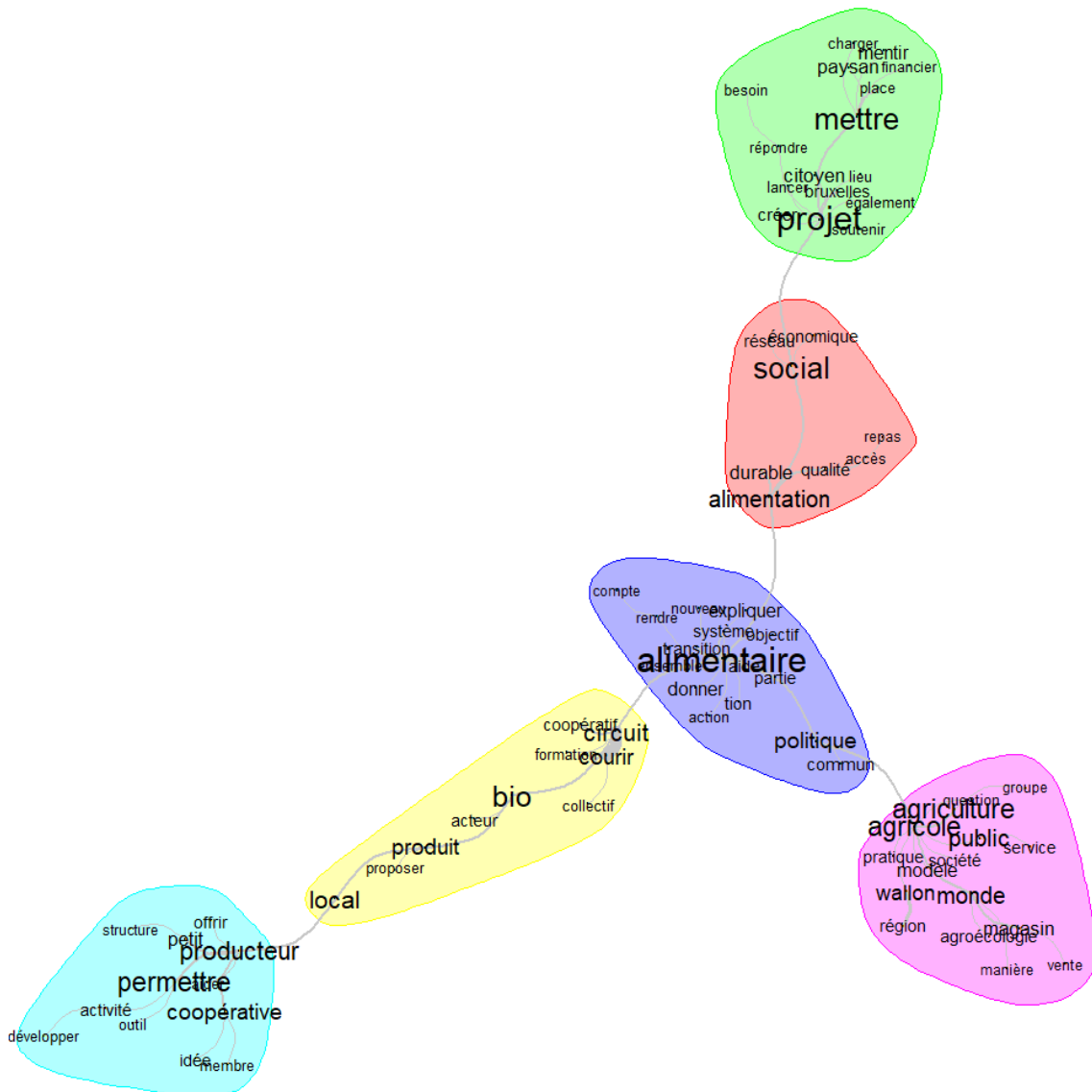


Figure 6 - Similarités de la classe 1 (seuil=50)

Lorsque l'on observe les mots les plus présents dans cette classe, on y voit des mots tournés vers la volonté d'action ou vers l'exemplification d'action existante, dans le but d'une transition agroécologique : *projet, initiative, modèle, soutenir, engager, participatif, coopératif, collectif, démarche, développer, proposer, permettre, action, politique, citoyen, action*. On fait référence à des structures, réseaux, au commun, à la solidarité. On y voit le type d'initiative cité, à travers des mots comme *coopératives, magasins, épicerie, cantine, circuit court*, ainsi que les enjeux à travers la référence à *l'alimentation, à l'agriculture, l'agroécologie, à la transition, au social*. On fait référence à des acteurs comme les *producteurs, paysans, citoyens et politiques*.

La question sociale est au cœur de ces sujets, avec le terme *social* utilisé très fréquemment dans cette classe²¹. Il est néanmoins intéressant de voir qu'il est utilisé dans des contextes relativement différents, notamment en collocation sous les formes *alimentation sociale*, *économie sociale*, mais aussi *mouvement social*, *sécurité sociale*, ou encore *réseaux sociaux*.

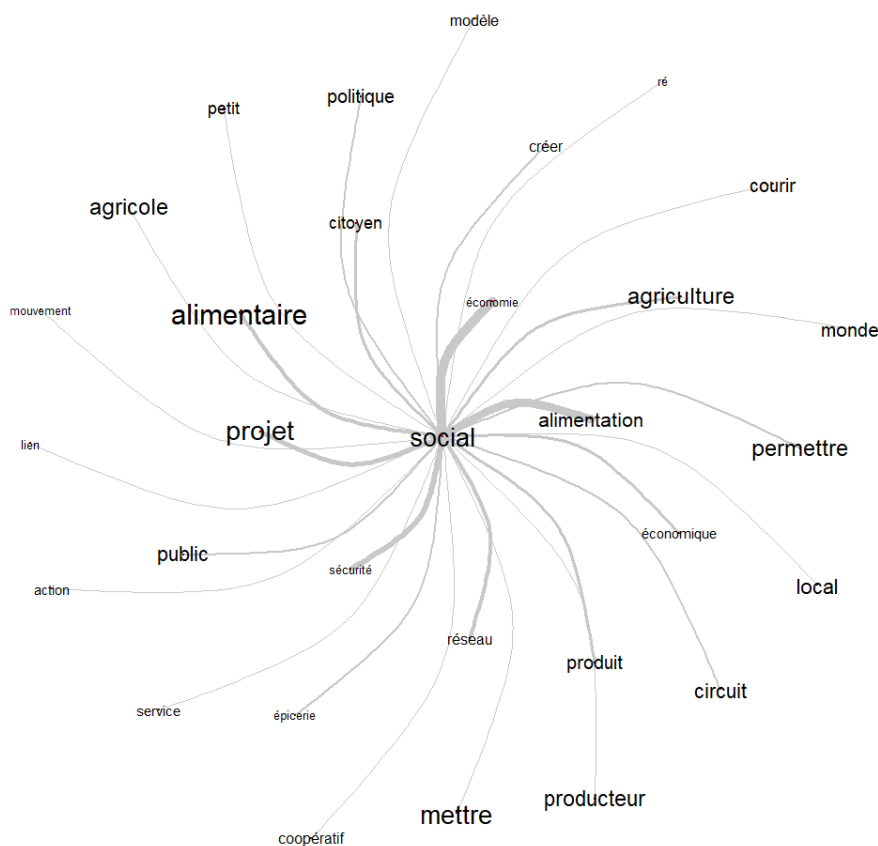


Figure 7 - Cooccurents de social dans la classe 1

En observant les segments de texte caractéristiques de la classe²² (voir exemples en annexe 6.2.1.), on y voit en effet des descriptions d'initiatives liées à l'alimentation. Bien que le numéro 17 de la revue, et son contenu spécifique, s'articule fortement avec cette classe²³, ces perspectives apparaissent aussi dans d'autres numéros, comme l'exemplifie cet extrait du numéro 14, dans un article sur le circuit court :

« Toutes vendent des produits en circuit court, essentiellement locaux mais pas que. Les coopératives diffèrent des magasins indépendants, bio ou vendant du vrac, de par leur dimension sociale et participative » (Tchak, numéro 14).

²¹ Et étant le terme le plus spécifique à cette classe (χ^2 de 215,19). Environ 80% des occurrences *social* sont dans cette classe.

²² En d'autres mots, des extraits censés être les plus représentatifs de celle-ci.

²³ Comme montré par l'analyse factorielle de correspondance en annexe 6.3.

Classe 2 : raconter les vécus à la ferme

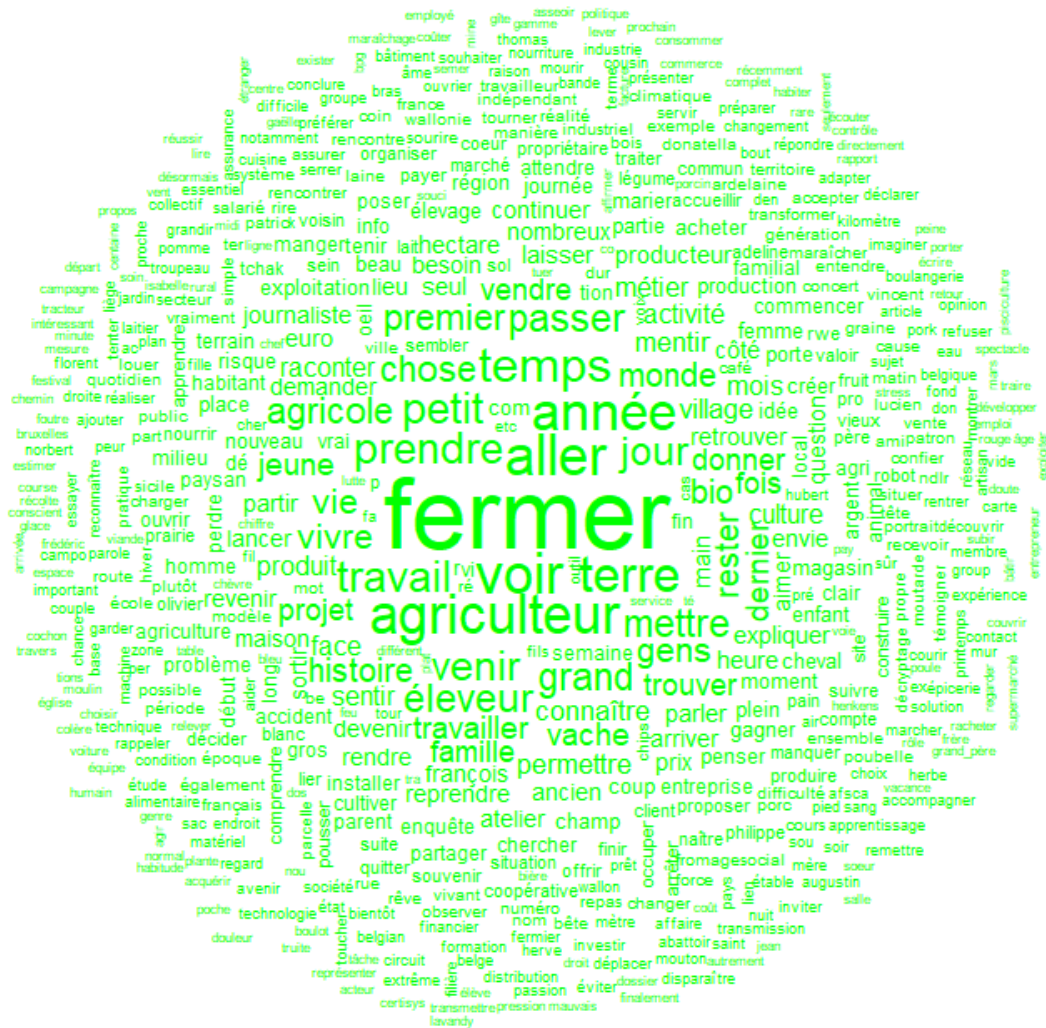


Figure 8 - Nuage de mots de la classe 2²⁴

Cette classe semble portée par un vocabulaire de proximité, à une échelle plutôt « micro », qui raconte la vie, les changements et les difficultés, dans les *villages*, à la *ferme*, chez les *éleveurs* : *journée*, *famille* (*parents*, *jeune*), *habitant*, *gens*, *village*, *maison*. Des verbes semblent liés au lieu ou à des idées (*laisser*, *quitter*, *venir*, *accueillir*) et des références semblent liées aux potentialités futures et au passé révolu (*souvenir*, *temps*, *ancien*, *rêve*). Un exemple de cette classe peut être donné à travers un segment de texte caractéristique (voir annexe 6.2.2.) :

²⁴ L'analyse statistique textuelle est principalement faite sur base d'une lemmatisation des mots. Il s'agit de ramener les mots à leur forme la plus neutre, en regroupant par exemple les singuliers et pluriels d'une même forme ou les différentes formes verbales. Dans ce système, un mot comme « ferme », qui est par exemple à la fois une version conjuguée de « fermer » et un nom commun, la lemmatisation peut les regrouper sous une forme, ici sous la forme « fermer ». Dans les faits, cette forme regroupe principalement les mots ferme (n=228) et fermes (n=51) alors qu'il n'y a qu'un nombre limité (n=10) d'autres occurrences liées à des formes verbales (fermeront, etc.).

question de l'eau ou celle des sols. Un segment caractéristique de texte (voir annexe 6.2.3.) illustrant cette classe peut être le suivant, dans un article sur le nitrate dans les eaux wallonnes :

« En 2027, la directive-cadre européenne sur l'eau imposera une « bonne qualité » générale des eaux. On en est loin » (Tchak, numéro 14).

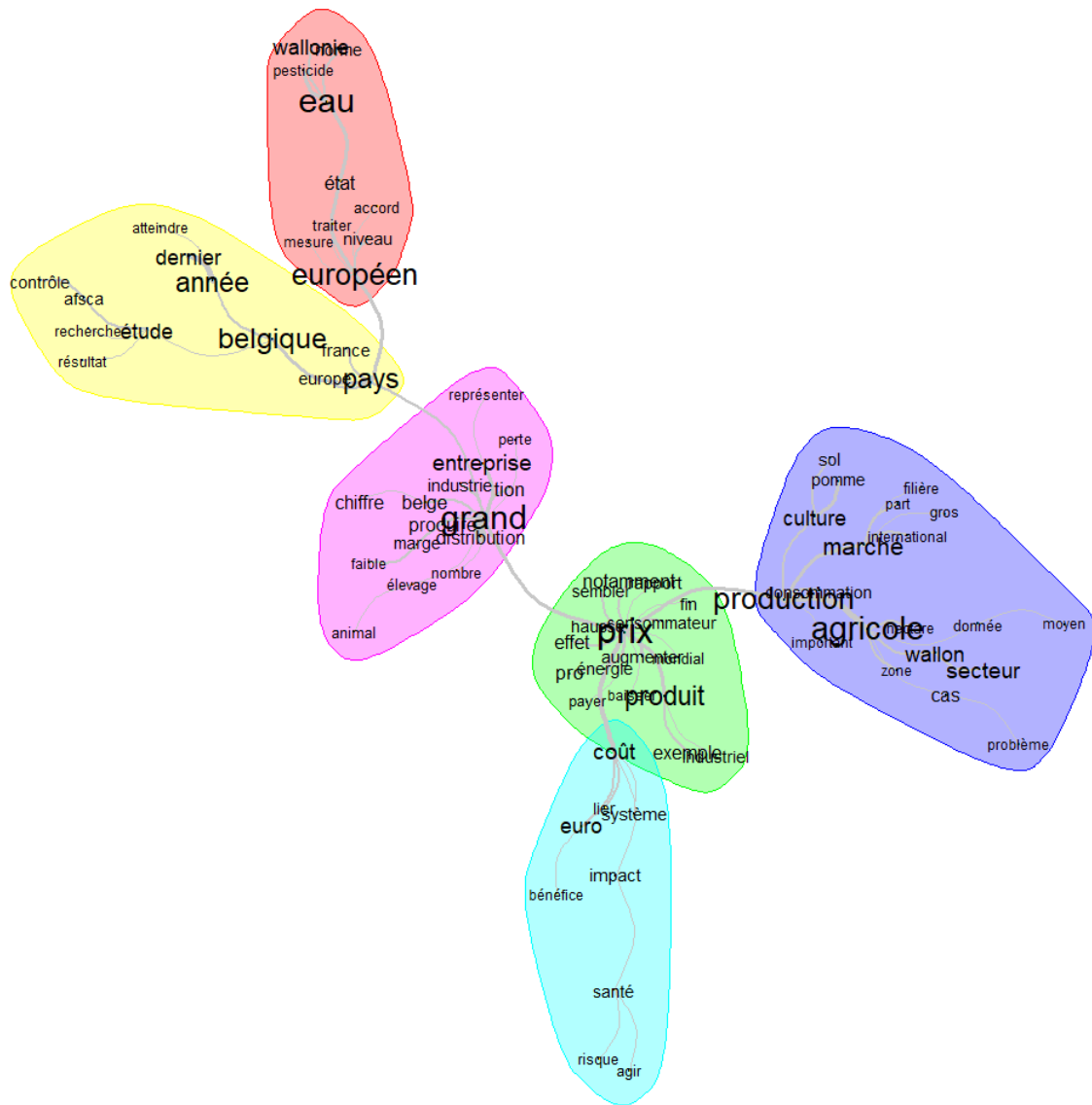


Figure 11 - Similarités de la classe 3 (seuil = 40)

Interaction entre les classes et rubriques

La classification (CHD), nous a permis ici de déceler trois grands « univers de sens » présents de façon transversale dans les numéros de Tchak qui ont été analysés. Il est intéressant d'observer cette approche à multiple niveaux de lecture proposée par Tchak, du plus micro au plus macro.

Il est possible, à travers une analyse factorielle des correspondances (AFC), de représenter les relations lexicales d'un corpus sur un graphique à deux axes, en fonction de plusieurs dimensions. Plus les mots sont éloignés de l'axe, plus ils se distinguent. En faisant une AFC sur base de la classification²⁵ (figure 12), on observe que celles-ci sont à distance relativement équivalentes l'une de l'autre (tout en étant similaires en taille). A priori, le cœur de ces classes est donc bien distinct²⁶. Il est cependant intéressant d'observer la distance par axe.

Quand on observe la position sur l'axe X des différentes classes, on observe en effet une continuité assez intéressante entre les classes, partant de la classe 3 la plus à gauche, suivie par la classe 1 au centre et la classe 2 à droite. C'est évidemment intéressant à mettre en parallèle avec la lecture que l'on a de ces classes, passant d'une lecture plus « macro » (classe 3), vers une lecture plus « meso » (classe 1) pour finir par une lecture plus « micro ». L'axe Y quant à lui laisse paraître une différence entre, d'un côté la classe 1 et, de l'autre, les classes 2 et 3 qui auraient certaines formes de similarités, sans pouvoir, à ce stade trouver une interprétation claire.

²⁵ Classe 1 en rouge, classe 2 en vert et classe 3 en bleu.

²⁶ Si on fait une AFC sur un échantillon plus large, on peut prendre en compte plus de mots moins « saillants » en termes de distance. C'est illustré dans l'annexe 6.1., dont l'AFC montre la continuité entre différentes classes.

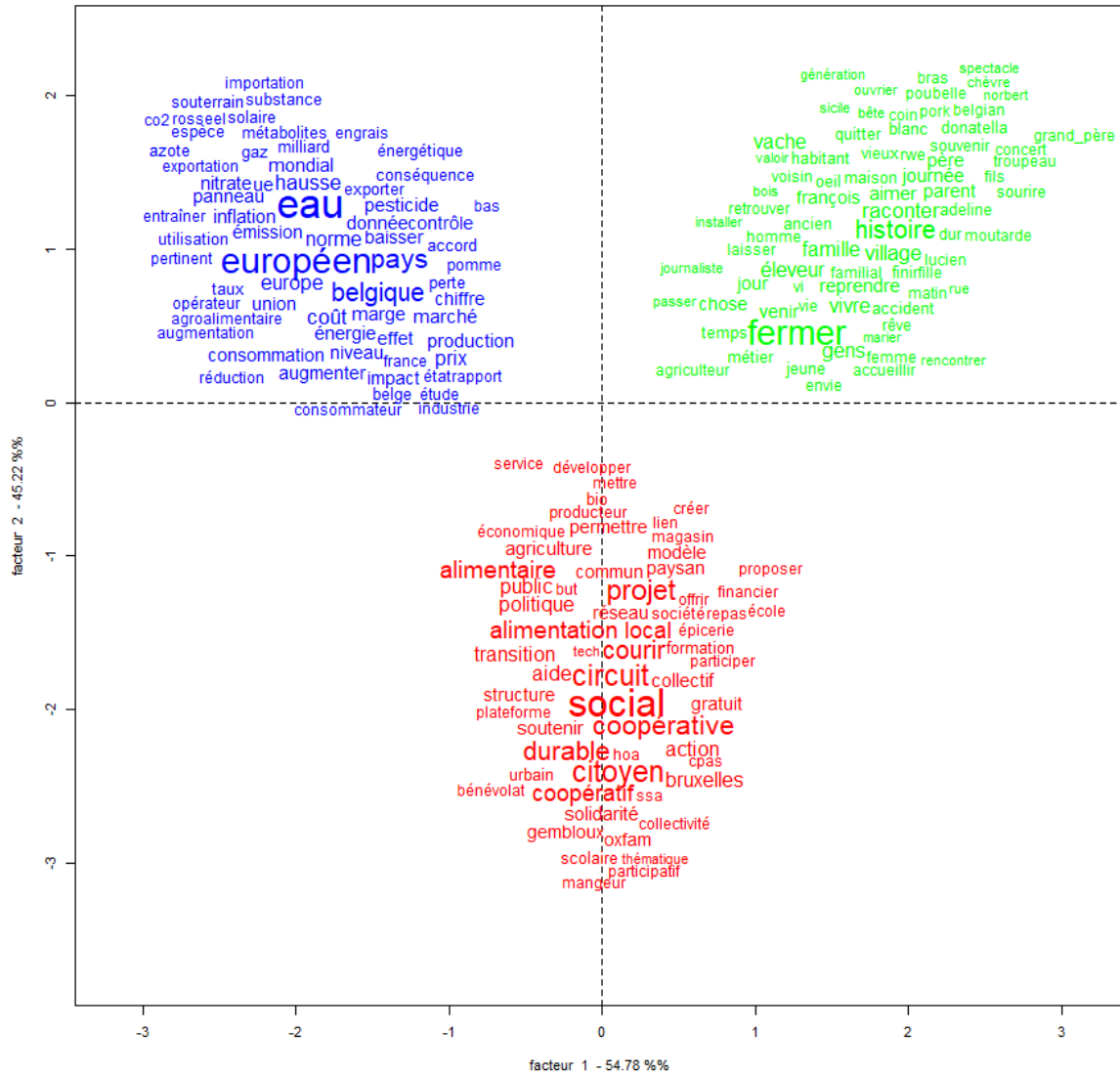


Figure 12 - AFC sur l'ensemble du corpus

Pour bien saisir ces différentes opérations, dont la classification, il faut comprendre qu'elles se basent sur des textes « bruts », sans se soucier de la structure en tant qu'article ou dans les rubriques. Ces trois approches peuvent donc très bien se trouver, à différents degrés, dans des rubriques, des articles ou des numéros différents²⁷. Il semble cependant intéressant de comparer cette classification à la façon dont Tchak structure délibérément son contenu, à travers ses rubriques. Certaines rubriques semblent en effet relativement fortement associées à certaines classes. C'est le cas par exemple des « news des régions », qui semblent fortement associées à la classe 1 ou d'une grande partie des « regard » qui se rapportent à la classe 3. Les « portraits » semblent souvent proches des perspectives de la classe 2, la revue explicitant elle-même sa démarche de mettre en évidence des personnes, de « mettre leur quotidien en mots » et de « porter leur voix », bien qu'ils puissent parfois aussi s'approcher de la

²⁷ Les contenus sont tagués par numéro, donc il est possible de faire des analyses comparatives et de spécificités entre numéros.

classe 1. Pour les autres catégories, cette association semble moins évidente. Par exemple, les « décryptages » peuvent parfois être associés à la classe 1, parfois à la classe 3. Les « enquêtes » et « reportages » oscillent entre une approche sur des enjeux à grand échelle (classe 3), ou se focalisant sur une entrée par les vécus individuels ou locaux (classe 2). Les reportages semblent plus se focaliser sur la classe 2 et les enquêtes sur la classe 3.

Classes et cohérence avec la ligne éditoriale

Les classes obtenues via analyse statistique complétée d'une approche qualitative peuvent être synthétisées de la façon suivante :

Classe 1 : (Re)penser le modèle agroalimentaire (niveau « meso »)

Cette classe reflète un discours engagé sur l'alimentation durable, l'agroécologie et les modèles économiques alternatifs. L'accent est mis sur les projets locaux, collectifs et coopératifs, avec une valorisation explicite des circuits courts, des initiatives citoyennes et des structures participatives. Le vocabulaire dominant (coopératif, social, projet, transition, solidarité, citoyen) indique une perspective d'action concrète vers des alternatives économiques et sociales au modèle agro-industriel dominant.

Classe 2 : Raconter les vécus à la ferme (niveau « micro »)

Cette classe correspond à une approche narrative centrée sur les récits de vie, les trajectoires individuelles ou familiales et les témoignages directs issus du monde agricole local. Elle privilégie l'incarnation des enjeux agricoles dans des réalités vécues par des acteurs concrets : agriculteurs, éleveurs, villageois. L'accent est mis sur la proximité, physique, émotionnelle.

Classe 3 : Enjeux agroalimentaires à grande échelle (niveau « macro »)

Cette classe incarne une dimension critique et systémique des enjeux agricoles, alimentaires, environnementaux et économiques. Elle aborde des problématiques à l'échelle nationale, européenne ou mondiale, en mobilisant des questions de régulation politique et économique (normes environnementales, marché global, pollution, impacts écologiques). Le discours porte ici sur la dénonciation explicite des dérives industrielles, avec une dimension analytique et critique forte (inflation, grande distribution, pesticides, pollution).

Ces trois approches, présentes équitablement au cœur des contenus de Tchak, semblent-elles cohérentes avec la ligne éditoriale défendue par la revue ? La revue aborde des problématiques structurelles à grande échelle liés à l'alimentation et à l'agriculture (pollution des eaux, agriculture intensive, grande distribution, inflation alimentaire, politiques européennes), ce qui correspond clairement à l'intention déclarée de la revue d'être une voix critique et analytique face aux pratiques agro-industrielles dominantes. La mise en avant constante de projets citoyens, coopératifs et solidaires répond à l'objectif déclaré de la revue d'être constructive, proposant des

alternatives au modèle agroalimentaire dominant, promouvant l'économie sociale, les circuits courts et solidaires. Enfin, la valorisation des récits de vie, des histoires individuelles, et du vécu concret des acteurs agricoles locaux pour incarner les sujets, que ce soit problèmes ou solutions, luttes ou réussites, permet de rapprocher le lecteur de ces enjeux. À travers ces trois approches complémentaires, il semble que les contenus de Tchak répondent pleinement à la ligne éditoriale et au positionnement voulu par ses auteurs. Autant le positionnement « engagé » que la volonté de répondre à des objectifs journalistiques de mise à l'agenda et de participation au débat démocratique semblent tenus.

3.2.2. Approches qualitatives

En complément d'une approche guidée par les analyses statistiques textuelles, les contenus sont approchés par une lecture analytique. Cette approche veut aborder les contenus de façon qualitative en se focalisant sur une lecture attentive des différents numéros et d'articles pour en tirer un regard qui se veut pertinent.

Qualité journalistique

En matière de qualité journalistique perçue, les contenus lus semblent correspondre aux normes attendues en matière de rigueur journalistique. Le contenu laisse en effet penser qu'il y a une volonté d'apporter une information équilibrée, avec croisement, pertinence et diversité de sources et une volonté de précision et de contextualisation.

Les thèmes choisis semblent être pertinents, tout en respectant les thématiques de la ligne éditoriale, avec une volonté d'apporter une valeur ajoutée à la société. Les thématiques sont variées, notamment à travers des sujets connexes abordés via le prisme de l'agroalimentaire (indexation des salaires, le numérique, etc.). Les sujets sont abordés en profondeur, en diversifiant les angles d'approche. Les thèmes sociaux sont régulièrement abordés de façon transversale. Les approches plus individualisantes, qui peuvent dans certains médias être un signe de qualité moindre de l'information, ne sont ici pas pour autant non-porteuses d'informations, en étant pensées généralement dans un contexte et des enjeux plus larges. Les points de vue semblent multiples et les profils interrogés relativement diversifiés.

On observe une profondeur et une contextualisation des enquêtes, avec un suivi dans le temps, de numéro en numéro. Le suivi est aussi l'occasion de creuser des sujets plus en profondeur, de prolonger les débats, de laisser une parole contradictoire ou critique et d'approfondir le dialogue (avec les publics et la société. Il y a notamment une approche marquée dans la volonté d'ouvrir la « boîte noire » du travail journalistique avec des discours méta et des réflexions sur le rôle du journaliste et de la ligne éditoriale de Tchak.

Concernant la séparation claire entre information et opinion, si la revue assume une position engagée dans sa ligne éditoriale, ce qui transparait dans les thématiques et les angles abordés, il y a une volonté de séparer les espaces consacrés à l'opinion. Si dans

l'ensemble, les noms des rubriques liées à l'opinion semblent explicites, il est possible, dans certaines situations, que la confusion puisse apparaître. C'est notamment le cas de la rubrique « humeurs » « Tchak dedans », qui se veut prendre un ton tranchant, mais par son contenu, relativement long, sourcé et construit, peut faire penser à un travail d'information avant tout. Ce type de contenu ne dénote cependant pas par rapport au reste du contenu et à la ligne éditoriale et ne semble pas pouvoir être source d'incompréhension ou de confusion pour le lecteur averti. Les contributions extérieures, sous différentes formes peuvent elles aussi éventuellement être sources d'incompréhension ou de confusion, notamment la distinction entre les interventions d'experts (« regard »), et les opinions extérieures (« carte blanche »).

Concernant la distinction entre contenus et publicités, les « news des régions » semblent contenir une ambiguïté intrinsèque : est-ce du travail journalistique ou des annonces (commerciales) ? quel est le rôle du journaliste dans cette rubrique ? Concernant les encarts publicitaires en tant que tels, la démarcation par le cadre est relativement discrète, notamment dans les situations où les encadrés utilisent un format, notamment de police, similaire aux contenus journalistiques. Le fait d'avoir certains encadrés labellisés « publiereportages » peuvent laisser une ambiguïté pour les autres publicités n'étant pas labellisées comme telles.

Si certains contenus semblent laisser une place aux aspects émotionnels, cela se fait généralement dans la nuance, sans une volonté de fausser la compréhension des enjeux mais plutôt de les humaniser.

Les contenus ont une écriture et une représentation relativement classique, sans réellement de volonté d'originalité dans les formats. Bien qu'on perçoive une volonté d'accessibilité des sujets à travers les contextualisations et la diversité d'approches, l'écriture est cependant assez dense, ce qui peut éventuellement être considéré comme inadapté pour certains publics.

Positionnement éditorial et rôle du journaliste

Concernant le positionnement éditorial et le rôle du journaliste et du journalisme. Les contenus analysés semblent confirmer l'approche transversale par analyse statistique textuelle, avec une correspondance forte avec la ligne éditoriale et une volonté de proposer des sujets engagés, avec une valeur ajoutée pour la société tout en respectant la rigueur journalistique, de façon transparente et ouverte envers les publics.

Les cadrages spécifiques sont assumés, en lien avec l'axiologie explicite du journal et ne préviennent pas de vouloir laisser la parole à l'ensemble des parties prenantes, et corriger ou laisser la parole aux acteurs qui le désirent dans les numéros qui suivent. La question des rapports sociaux sous-jacents semble difficile à trancher sur base des contenus lus. Notons cependant, après lecture de l'échantillon d'une impression générale, d'un sentiment de différence de perception de paysans « traditionnels »,

paraissant être plus souvent présentés dans un registre plus émotionnel, comme des agents relativement « passifs », subissant des difficultés, n’ayant pas ou peu d’emprise sur des enjeux à plus grande échelle, là où les « néo-paysans », ou nouveaux acteurs de la paysannerie, semblent plus souvent présentés comme ayant une agentivité marquée, étant acteurs dynamiques du changement. Pour vérifier cette impression, cela nécessiterait probablement une analyse plus en profondeur.

Les publics

Concernant les publics qui semblent visés ou potentiellement touché par ces contenus. En plus de la question de l’écriture soulignée plus haut, en regardant les réactions des publics qui sont remontées dans la revue ainsi que les projets qui sont partagés dans les « news des régions », il semble y avoir une forte présence de profils plutôt « intellectuels » ou « néo-paysans ». Le lectorat semble déjà fortement sensibilisé sur les enjeux abordés.

Les interactions avec les publics sont multiples, en intégrant et répondant aux commentaires sur les contenus mais aussi en sollicitant des moments de rencontre et d’échange hors contenus, notamment pour prolonger ceux-ci. Il y a une volonté d’une approche transparente où les journalistes contextualisent et expliquent leur démarche, ses limites et leur positionnement.

4. Conclusions : que retenir et qu'envisager ?

Cette conclusion vise à mettre en perspective l'analyse au regard des réflexions de Tchak et des différentes perspectives sollicitées au préalable, dans le but d'alimenter les réflexions de la revue.

En matière de qualité journalistique, plusieurs éléments attestent d'une rigueur journalistique appréciable. La volonté d'approfondissement, de diversité d'angles ainsi que la contextualisation précise des enjeux, la transparence dans l'identification des sources, la pluralité des acteurs cités renforcent la crédibilité des contenus produits. Concernant la question de la séparation entre information et opinion, bien qu'il ne semble pas y avoir d'énorme confusion à ce niveau, il peut être pertinent de préciser la fonction de certaines rubriques, comme c'est parfois déjà le cas (par exemple pour les portraits), notamment en précisant la fonction des différentes interventions extérieures (« regard » et « carte blanche »). La rubrique « news des régions » mériterait de préciser sa fonction pour éviter une confusion de genre. Enfin, il peut être pertinent de marquer encore plus la différenciation des contenus publicitaires. Il semble bien que cette qualité journalistique, avec un ancrage d'enjeux de haut niveau dans la proximité sociale et géographique, puisse être considérée comme une valeur ajoutée face à la « concurrence » des contenus militants et associatifs perçue par la revue. La profondeur et le suivi dans la durée des sujets traités rendent aussi les contenus de Tchak significatifs par rapport à ce qui est produit par les médias généralistes.

La revue Tchak semble globalement fidèle à sa ligne éditoriale revendiquée, à savoir proposer une couverture critique, indépendante et engagée sur les questions agroalimentaires. L'analyse menée montre une cohérence entre les contenus produits et la position assumée par la revue, structurée autour de trois axes complémentaires : la dénonciation critique et analytique des enjeux macro, politiques et économiques liés à l'agroalimentaire ; la mise en avant d'alternatives et d'initiatives citoyennes (niveau meso) et le récit incarné des vécus individuels à échelle locale (niveau micro). Tchak assume explicitement un rôle engagé, s'inscrivant pleinement dans une démarche de journalisme transformatif comme défini par Brüggemann, Frech, et Schäfer (2022). De la lecture faite du contenu, il semble que le tranchant soit bien présent, tout en respectant la rigueur journalistique.

En ce qui concerne les thématiques abordées par Tchak, leur pertinence est globalement établie, avec une attention particulière portée aux circuits courts, à l'agriculture durable et aux enjeux environnementaux. Les numéros analysés montrent aussi la façon dont différentes thématiques originales peuvent apparaître en relation avec ces enjeux, avec une attention portée, de façon transversale, sur des thématiques sociales. L'idée avancée de mettre plus en avant les dynamiques de lutte et de résistance mérite effectivement d'être approfondie, d'autant plus que ces éléments prendront probablement plus d'importance dans les prochaines années. À voir s'il est

nécessaire d'articuler ou non ces sujets avec les thématiques traditionnelles de Tchak, qui participent de sa particularité et son positionnement unique. Faut-il radicaliser les contenus ? Certains contenus semblent déjà porteurs de thématiques et d'approches pertinentes dans une volonté de changement et de transformation de la société tout en apportant un positionnement unique. Une radicalité accrue dans les contenus, peut être aussi un risque par rapport à certains publics actuellement visés, qui portent attention à certaines formes journalistiques attendues.

Enfin, la réflexion sur les publics met en lumière des contenus probablement orientés principalement vers un lectorat déjà convaincu ou sensibilisé ou se sentant directement concerné. Ce positionnement clair est un atout en termes de fidélisation d'un public déjà acquis, mais limite potentiellement l'ouverture vers des publics nouveaux ou moins familiers avec ces enjeux. Pour toucher un lectorat plus large, des stratégies éditoriales adaptées pourraient être envisagées sans sacrifier la rigueur et l'identité de la revue. Une réflexion sur l'accessibilité des contenus ne peut se faire qu'en prenant en compte les usages médiatiques des différents publics, et donc une réflexion plus profonde sur les formats et les canaux de diffusion. En somme, il semble qu'au-delà de la question des contenus produits, il soit pertinent de réfléchir à la façon dont Tchak fait vivre ses contenus, notamment via les réseaux sociaux (diversification des formats, vulgarisation intelligente, approches interactives).

En pensant, de façon complémentaire, la diffusion de contenus au-delà de la revue, il est probablement possible de penser aux différentes réflexions qui ont émergé au sein de la revue, tout en ne modifiant pas son ADN de média rigoureux et engagé sur les questions agroalimentaires. On peut en effet réfléchir à l'élargissement des publics potentiellement visés, sans risquer perdre le public de base. On peut réfléchir à des formats plus directs, plus explicites, plus généraux, plus radicaux, en fonction des publics visés, tout en faisant le lien avec les contenus approfondis et rigoureux dans la revue. À cet égard, plusieurs pistes pourraient être envisagées : diversifier les formats éditoriaux (numérique, podcasts, vidéos, infographies pédagogiques), renforcer les approches interactives, ou encore développer une stratégie de communication ciblée vers des publics plus jeunes ou urbains, sensibles aux enjeux de transition écologique mais moins familiers du monde agricole. Il est probablement aussi possible de réfléchir en termes de collaborations ou de complémentarité, notamment avec des médias généralistes ou de proximité ou des institutions. Toute une réflexion que fait la revue par ailleurs en termes de communication marketing.

Les enjeux semblent au final fortement liés à la question de la tension entre positionnement, autonome, engagé, spécifique, et pérennité économique. Ces enjeux traversent énormément de médias alternatifs, autant dans le développement de leur ligne éditorial, en réfléchissant au(x) public(s) visé(s) que dans leur réflexion sur l'autonomie par rapport à des revenus potentiels, publics via les subventions ou privés

via la publicité (Ihlebaek et Figenschou 2024, Peeters et Maesele 2023). L'équilibre est difficile à trouver et reste généralement relativement précaire ou temporaire. Les réflexions et analyses présentes dans ce document participeront, on l'espère, à penser et construire des solutions pour que la revue puisse se pérenniser tout en gardant son tranchant et sa valeur ajoutée.

5. Bibliographie

- Alvès, Audrey, et Carole Bisenius-Penin. 2024. « Médias alternatifs et défis environnementaux : quels enjeux et pratiques pour un journaliste en résidence ? » *Les Cahiers du journalisme - Recherches* 2 (11): 25-31.
- Atton, Chris. 2019. *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*. First published in paperback. Routledge Companions. Abingdon: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Bachmann, Philipp, Mark Eisenegger, et Diana Ingenhoff. 2022. « Defining and Measuring News Media Quality: Comparing the Content Perspective and the Audience Perspective ». *The International Journal of Press/Politics* 27 (1): 9-37. <https://doi.org/10.1177/1940161221999666>.
- Bañon-Castellón, Lola, et Esmá Kucukalic-Ibrahimovic. 2023. « Quality Journalism and Advocacy in Raising Climate Awareness: The Case of The Guardian ». *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* 15 (Beyond Climate Change Information: Communicating the Anthropocene): 171-96. https://doi.org/10.1386/cjcs_00087_1.
- Bénoniel, Ariane, Elsa Régnier, et Ysé Louchet. 2024. « Une politisation du récit écologique ? La collapsologie dans les médias de 2015 à 2019 ». *Les Cahiers du journalisme - Recherches* 2 (11): 79-88.
- Bomnüter, Udo, Nele Hansen, Michael Beuthner, Ulf König, et Thorsten Hennig-Thurau. 2024. « More important than ever before? Assessing readers' willingness to pay for local news as a constituent for sustainable business models ». *Journal of Media Business Studies* 21 (2): 109-32. <https://doi.org/10.1080/16522354.2023.2235942>.
- Broady, Rachel. 2024. « A Challenge to Epistemic Injustice in Journalism: Redefining Expert Sources on Poverty ». In *Silenced Voices and the Media*, édité par James Morrison et Sarah Pedersen, 29-46. Cham: Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-65403-9_3.
- Brüggemann, Michael, Jannis Frech, et Torsten Schäfer. 2022. « Transformative journalism: How the global ecological crisis is transforming journalism ». In *The Routledge Handbook of Environment and Communication*, 2^e éd. Routledge.
- Brüggemann, Michael, Jessica Kunert, et Louise Sprengelmeyer. 2024. « Framing Food in the News: Still Keeping the Politics out of the Broccoli ». *Journalism Practice* 18 (10): 2712-34. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2153074>.
- Castelló, Enric. 2024. « The Possibility of the Rural: A New Journalism as a Socioecological Practice in Spain ». In *Socioecos 2024. Conference Proceedings June 6-7, 2024: Climate Change, Sustainability and Socio-Ecological Practices, 2024, ISBN 978-84-9082-680-5, Págs. 710-718, 710-18*. Universidad del País Vasco = Euskal Herriko Unibertsitatea. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9555291>.
- Čechmánek, Kristián. 2024. « Disinformation, Misinformation and the Agri-Food Sector ». *EU Agrarian Law* 13 (1): 21-27. <https://doi.org/10.2478/eual-2024-0003>.
- Chen, Weiyue, et Esther Thorson. 2021. « Perceived Individual and Societal Values of News and Paying for Subscriptions ». *Journalism* 22 (6): 1296-1316. <https://doi.org/10.1177/1464884919847792>.

- Chowdhury, Ataharul, Khondokar H. Kabir, Abdul-Rahim Abdulai, et Md Firoze Alam. 2023. « Systematic Review of Misinformation in Social and Online Media for the Development of an Analytical Framework for Agri-Food Sector ». *Sustainability* 15 (6): 4753. <https://doi.org/10.3390/su15064753>.
- Chupin, Ivan, et Pierre Mayance. 2016. « Une formation hors de son champ: L'échec de la filière journalisme agricole à l'ESJ ». *Études rurales* 198 (2): 39-58. <https://doi.org/10.4000/etudesrurales.11164>.
- Comby, Jean-Baptiste. 2008. « Créer un climat favorable. Les enjeux liés aux changements climatiques: valorisation publique, médiatisation et appropriations au quotidien ». These de doctorat, Paris 2. <https://theses.fr/2008PA020086>.
- . 2009. « Quand l'environnement devient « médiatique »: Conditions et effets de l'institutionnalisation d'une spécialité journalistique ». *Réseaux* 157158 (5): 157-90. <https://doi.org/10.3917/res.157.0157>.
- . 2015. « La question climatique: genèse et dépolitisation d'un problème public ». Cours et travaux. Paris: Raisons d'agir.
- Comby, Jean-Baptiste, Valérie Devillard, Charlotte Dolez, et Rémy Rieffel. 2011. « Les appropriations différenciées de l'information en ligne au sein des catégories sociales supérieures: Differentiated take-up of online information in the top social classes ». *Réseaux* 170 (6): 75-102. <https://doi.org/10.3917/res.170.0075>.
- Degen, Matthias, Max Olgemöller, et Christian Zabel. 2024. « Quality Journalism in Social Media – What We Know and Where We Need to Dig Deeper ». *Journalism Studies* 25 (4): 399-420. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2314204>.
- Demoli, Yoann, et René Llored. 2024. « Chapitre 6. Sociologie politique de l'environnement: agenda, acteurs et instruments ». *Collection U*, décembre, 290-322.
- Djerf-Pierre, Monika, et Mats Ekström. 2025. « Constructive Journalism as Practice— Storytelling in Solutions-Focused News Reporting in Mainstream News Media ». *Journalism Practice* 0 (0): 1-19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2461213>.
- Feng, Shi. 2024. « Health Journalism: A Bibliometric Analysis of Research Themes and Future Directions ». *Frontiers in Communication* 9 (août). <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1400753>.
- Fisher, Caroline. 2016. « The Advocacy Continuum: Towards a Theory of Advocacy in Journalism ». *Journalism* 17 (6): 711-26. <https://doi.org/10.1177/1464884915582311>.
- Fricke, Miranda. 2007. *Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198237907.001.0001>.
- Girardi, Por Ilza Maria Tourinho, Débora Gallas Steigleder, Jamille Almeida da Silva, et Eloisa Beling Loose. 2023. « Environmental Injustice in Journalism: Analysis of Pesticide Pollution Reporting ». *Pollution Study* 4 (2). <https://doi.org/10.54517/ps.v4i2.2012>.
- Gómez Mompert, Josep Lluís. 2013. « Introducción: Diagnóstico y tratamiento de la calidad en el periodismo ». In *La Calidad periodística: teorías, investigaciones y sugerencias profesionales, 2013, ISBN 9788480219006, págs. 9-15, 9-15*. Servicio de Publicaciones = Servei de Publicacions. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5267143>.

- Gómez Mompert, Josep Lluís, Juan Francisco Gutiérrez Lozano, et Dolors Palau-Sampio. 2013. *La Calidad periodística: teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Servicio de Publicaciones = Servei de Publicacions. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=574605>.
- Granjon, Fabien, et Aurélien Le Foulgoc. 2011. « Penser les usages sociaux de l'actualité ». *Réseaux* 170 (6): 17-43. <https://doi.org/10.3917/res.170.0017>.
- Guaresi, Magali. 2015. « Les thèmes dans le discours électoral de candidature à la députation sous la Cinquième République. Perspective de genre (1958-2007) ». *Mots*, n° 108 (octobre), 15-37. <https://doi.org/10.4000/mots.21977>.
- Guo, Steve Zhongshi, Dan Wang, et Chris Fei Shen. 2024. « The Expectation-Evaluation Gap: Audience News Engagement and Perceptions of Media Performance and Credibility ». *Global Media and China*, août, 20594364241268137. <https://doi.org/10.1177/20594364241268137>.
- Hay, Viviane Le, Thierry Vedel, et Flora Chanvri. 2011. « Usages des médias et politique : une écologie des pratiques informationnelles: Uses of the media and politics : an ecology of information practices ». *Réseaux* 170 (6): 45-73. <https://doi.org/10.3917/res.170.0045>.
- Ihlebak, Karoline Andrea, et Tine Ustad Figenschou. 2024. « Challengers in the journalistic field – A study of alternative media and their relations to incumbents, governance units, the state, and each other ». *Journalism*, décembre, 14648849241309848. <https://doi.org/10.1177/14648849241309848>.
- Jain, Ayushi, et Ashok Kumar Meena. 2024. « The Role of Journalism in Promoting Environmental Awareness: A Content and Comparative Analysis of Media Platforms ». *Journal of Communication and Management* 3 (03): 248-53. <https://doi.org/10.58966/JCM2024339>.
- Lacy, Stephen, et Tom Rosenstiel. 2015. « Defining and Measuring Quality Journalism ». Rutgers School of Communication and Information Technology. <https://search.issuelab.org/resource/defining-and-measuring-quality-journalism.html>.
- Marcotte, Philippe. 2008. *La qualité du journalisme vue par ceux qui le pratiquent*. Sainte-Foy, Québec : Vancouver: Centre d'études sur les médias ; Consortium canadien de recherche sur les médias.
- Molina, Pedro Santander. 2009. « Critical analysis of discourse and of the media: challenges and shortcomings ». *Critical Discourse Studies* 6 (3): 185-98. <https://doi.org/10.1080/17405900902974878>.
- Napoli, Philip M., et Asa Royal. 2023. « Government interventions into news quality ». In *News Quality in the Digital Age*. Routledge.
- Neveu, Érik. 2017. « L'analyse des problèmes publics. Un champ d'étude interdisciplinaire au cœur des enjeux sociaux présents ». *Idées économiques et sociales* 190 (4): 6-19. <https://doi.org/10.3917/idee.190.0006>.
- Newman, N., Fletcher, T., Robertson, C. T., Eddy, K. and Nielsen, R. K. (2022), 'Digital news report', Reuters Institute for the Study of Journalism, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>.
- Nollet, Jérémie. 2010. « Des décisions publiques « médiatiques » ? : sociologie de l'emprise du journalisme sur les politiques de sécurité sanitaire des aliments ». Phdthesis, Université du Droit et de la Santé - Lille II. <https://theses.hal.science/tel-01249518>.

- . 2015. « L’emprise du journalisme sur les catégories d’action publique: Le cadrage médiatique de la crise de la vache folle et ses usages dans le champ bureaucratique ». *Questions de communication* 27 (1): 21-39. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.9670>.
- Palau-Sampio, Dolores, Tatiana Mukhortikova, Vicente Fenoll, et José Gamir-Ríos. 2025. « Intereses informativos y calidad: Preferencias y percepción de la audiencia en España ». *Revista Latina de Comunicación Social*, n° 83, 1-23. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2025-2374>.
- Peeters, Maud, et Pieter Maesele. 2023. « A Field of Their Own. Examining Alternative Media’s Balancing Act Between Independence, Community and Survival ». *Journalism Practice* 19 (3): 488-501. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2197414>.
- Picard, Robert G. 2000. « Measuring Quality by Journalistic Activity ». In *Measuring Media Content, Quality, and Diversity: Approaches and Issues in Content Research*, 97-103. Turku: Turku School of Economics and Business Administration.
- Prodhomme, Magali, Vincent Carlino, et Arnaud Mercier. 2024. « Présentation. Le journalisme face aux défis environnementaux ». *Les cahiers du journalisme*, Le journalisme face aux défis environnementaux, 11 (décembre):[En ligne]. [https://doi.org/10.31188/CaJsm.2\(11\).2024.R003](https://doi.org/10.31188/CaJsm.2(11).2024.R003).
- Scheuer, Jeffrey. 2008. *The Big Picture: Why Democracies Need Journalistic Excellence*. New York, NY: Routledge.
- Shapiro, Ivor. 2010. « Evaluating Journalism: Towards an assessment framework for the practice of journalism ». *Journalism Practice* 4 (2): 143-62. <https://doi.org/10.1080/17512780903306571>.
- Shin, Jieun. 2023. « Social media metrics and news quality ». In *News Quality in the Digital Age*. Routledge.
- Vehkoo, Joanna. 2010. « What Is Quality Journalism: And How Can It Be Saved | Reuters Institute for the Study of Journalism ». REUTERS INSTITUTE for the STUDY of JOURNALISM. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/what-quality-journalism-and-how-can-it-be-saved>.
- Vural, Zeliha Işıl, et David Puertas-Graell. 2023. « Participation as a Guarantor of Journalistic Quality Standards ». In *News in the Hybrid Media System*, édité par Simón Peña-Fernández et Koldobika Meso-Ayerdi, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. <https://dau.url.edu/handle/20.500.14342/4138>.

6. Annexe

6.1. AFC approfondie (zoom)

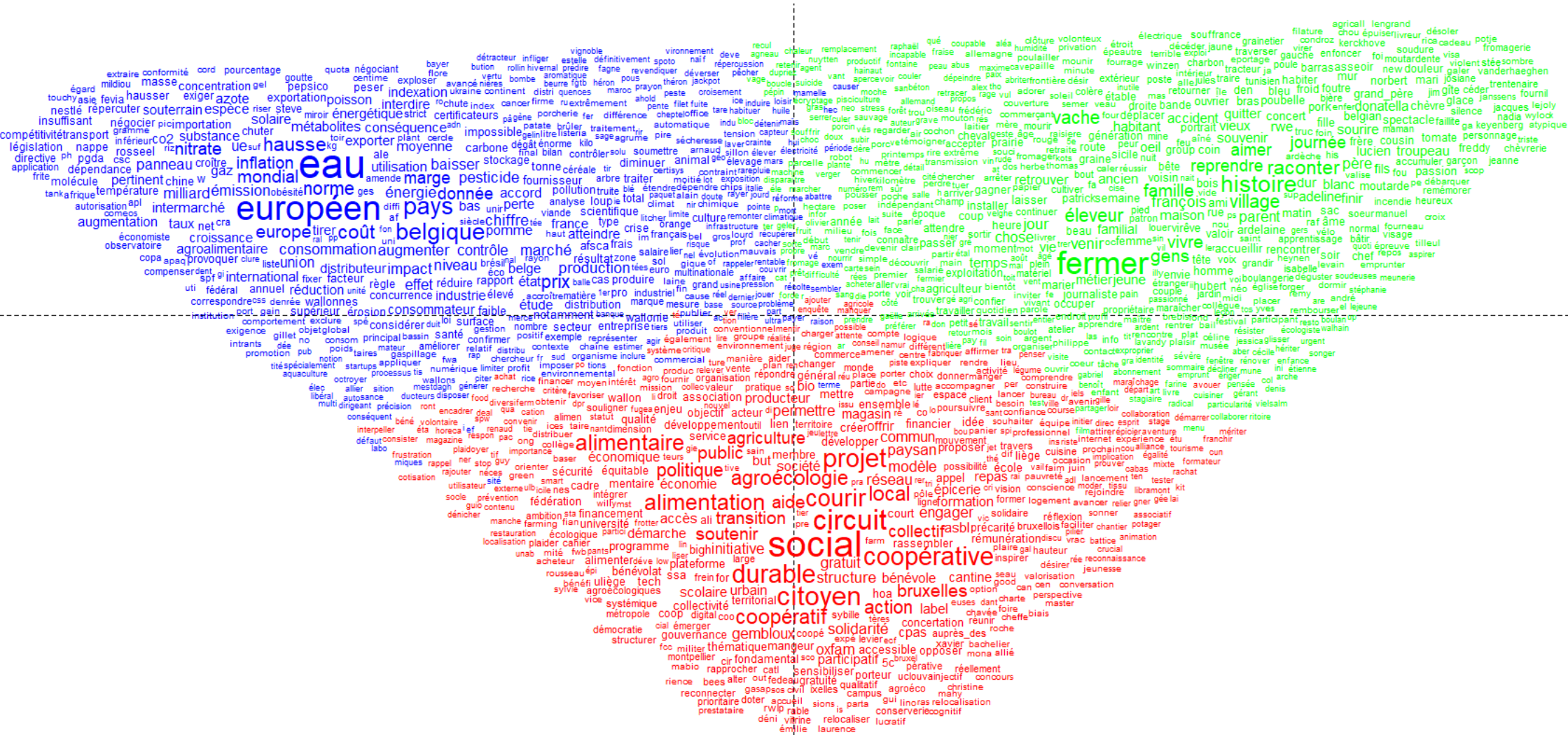


Figure 13 - AFC approfondie

6.2. Segments de texte caractéristiques par classe

6.2.1. Dix segments de texte caractéristiques pour la classe 1

Tableau 3 - Dix segments de texte caractéristiques (classe 1)

Numéro :	Segment de texte caractéristique :
**** *Numéro_17	<i>grâce à l appel à projets du local dans mon point de vente de la région wallonne 80 magasins en circuit court ont mis en place des cagnottes citoyennes dont le montant a été doublé puis triplé par la wallonie pour fournir des épiceries restaurants sociaux</i>
**** *Numéro_17	<i>000 citoyens dans un projet grâce à un financement européen 81 sécurité sociale alimentation l engouement pour les circuits courts se reflète peu dans l offre de formations professionnelles en lien avec l alimentation d autant qu elle manque de clarté</i>
**** *Numéro_17	<i>1 collectif des coopératives citoyennes pour le circuit court bénévolat l économie sociale a le cul entre deux chaises pour les coopératives du circuit court qui re courent à des bénévoles un point pose particulièrement problème</i>
**** *Numéro_14	<i>ça demande de l engagement les membres de la coopérative oufticoop n en manquent pas photos cocoricoop 24 vers une marque circuit court les coopératives alimentaires citoyennes de circuit court de wallonie et de bruxelles se distinguent par leur caractère coopératif</i>
**** *Numéro_17	<i>y participent d autres ong comme greenpeace ou humundi les mutualités solidaris des organisations paysannes dont la fugea et le map des structures du circuit court ainsi que des associations centrées sur les plus pauvres la fédération des services sociaux et le réseau wallon de lutte contre la pauvreté</i>
**** *Numéro_17	<i>la première aura lieu à bruxelles le jeudi 4 avril et portera sur le projet de sécurité sociale de l alimentation ssa un mécanisme de solidarité qui permet aux plus modestes d avoir accès à une alimentation durable et de qualité à l instar des soins de santé</i>
**** *Numéro_17	<i>interdiction de la publicité pour la malbouffe arrêt de la privatisation des terres publiques gratuité et qualité des cantines scolaires accès à une alimentation de qualité pour tous et toutes autorisation du bénévolat dans les coopératives alimentaires de circuit court colibri</i>
**** *Numéro_15	<i>la petite cueilleuse c est le nom de son projet s intègre avec d autres producteurs sur le site des jardins d agri coeur elle commercialise ses produits via epicoeur coopérative de distribution en circuit court à finalité sociale ainsi que vers des boulangeries et restaurants</i>
**** *Numéro_14	<i>toutes vendent des produits en circuit court essentiellement locaux mais pas que les coopératives différent des magasins indépendants bio ou vendant du vrac de par leur dimension sociale et participative</i>
**** *Numéro_17	<i>distribuer des repas scolaires gratuits et qualitatifs crée une émulation collective autour du circuit court mais il faut pouvoir lever une série de freins logistiques si on veut relocaliser l alimentation dans les collectivités publiques</i>

6.2.2. Dix segments de texte caractéristiques pour la classe 2

Tableau 4 - Dix segments de texte caractéristiques (classe 2)

Numéro :	Segment de texte caractéristique :
**** *Numéro_15	<i>infos www coopalimentaire be liège du pâturage à l affinage ferme lejoly waimes la ferme lejoly c est une longue histoire familiale serge lejoly y élève pour leur lait des vaches blanc bleu mixtes depuis des années</i>
**** *Numéro_14	<i>on travaillait 75 vaches et notre salle de traite se faisait vieille voyant que j allais me retrouver seul sur la ferme je me suis intéressé au robot il revient aujourd'hui sur des années noires qui lui ont valu quelques nuits blanches</i>
**** *Numéro_16	<i>la seconde erreur mérite il faut bien le reconnaître une palme la ferme lejoly c est une longue histoire familiale relations nous dans notre article des vaches blanc bleu mixtes pour du lait</i>
**** *Numéro_13	<i>de son enfance sur les tracteurs à la transmission conflictuelle de la ferme familiale en passant par les problèmes financiers et enfin sa reconversion salvatrice à travers ce portrait il raconte son histoire</i>
**** *Numéro_13	<i>ces dernières années plusieurs films français ont pris des fermes comme décor principal avec des angles variés petit paysan 2017 lui-même fils d agriculteur hubert charuel réalise un thriller psychologique où un éleveur de vaches laitières est confronté à une épidémie affectant son cheptel</i>
**** *Numéro_19	<i>et puis en peu de temps ils ont com pris ils ont dit tu es une fille de l art 14 15 donatella vanadia histoire mes parents ont acheté la ferme et ces terres en 1954</i>

**** *Numéro_13	<i>les jardins de la vertefeuille 82 news des régions histoire 83 liège quand la passion du lait redynamise un village ferme tri dieu limbourg vincent 44 ans 3e génération de la ferme tri dieu à bilstain limbourg</i>
**** *Numéro_19	<i>ne pas reprendre la ferme ne pas continuer l histoire refuser d hériter des bêtes et de la vie qui va avec s il n était pas mort ça l aurait tué</i>
**** *Numéro_19	<i>surtout quand le réchauffement climatique frappe aussi fort à la porte dans sa ferme aux 250 vaches et veaux elle a deux 12 13 donatella vanadia histoire employés de l autre bout du monde ils sont indiens</i>
**** *Numéro_13	<i>beaucoup ont passé la journée à la ferme alors qu ils venaient voir un spectacle et certains sont revenus le lende main relève giovanna cadeddu seul regret de l organisatrice j aurais aimé qu il y ait plus de producteurs locaux qui viennent proposer leurs produits</i>

6.2.3. Dix segments de texte caractéristiques pour la classe 3

Tableau 5 - Dix segments de texte caractéristiques (classe 3)

Numéro :	Segment de texte caractéristique :
**** *Numéro_15	<i>pour l union européenne dans la directive sur l eau potable un métabolite est considéré comme pertinent si ses propriétés sont comparables à la substance mère ou s il fait peser un risque sur les consommateurs</i>
**** *Numéro_15	<i>il semble plus facile de demander aux distributeurs d eau de procéder au traitement que de faire baisser l utilisation de pesticides à proximité des captages adobe stock pourtant en belgique les régions sont compé tentes dans le domaine de l environnement et de la qualité des eaux</i>
**** *Numéro_14	<i>des outils pour géolocaliser et analyser un max de données 2 les impacts environnementaux de l agriculture de précision sont ils étudiés le smart farming permettrait de réduire l utilisation de produits phytosanitaires et d eau tout en diminuant la consommation d énergie</i>
**** *Numéro_14	<i>en 2027 la directive cadre européenne sur l eau impo sera une bonne qualité générale des eaux on en est loin en wallonie l asbl protect eau accompagne les agriculteurs pour leur gestion raisonnée d engrais et de pesticides</i>
**** *Numéro_15	<i>a priori de légers dépassements de ces normes n entraînent pas d effet immédiat sur la santé l organisation mondiale de la san té oms a fixé des seuils de toxicité bien plus hauts que ceux de la directive sur l eau potable</i>
**** *Numéro_14	<i>les masses d eau souterraine en mauvais état chimique représentent 32 de la proportion totale des masses d eau wallonnes sachant que l état chimique est mesuré par la présence de multiples substances dont les nitrates</i>
**** *Numéro_16	<i>000 kilomètres va entrainer une hausse des gaz à effet de serre liée à l augmentation de la production agricole et à son transport le docu ment pointe également des externalités négatives pour les terres la biodiversité et les eaux néo_zélandais</i>
**** *Numéro_16	<i>premier pays pro ducteur européen atteint cette saison le taux le plus bas de ces dix dernières années Pietro témoigne lui aussi d une baisse au sein de la production familiale sicilienne</i>
**** *Numéro_15	<i>une réforme en cours va permettre d harmoniser les listes afin d y voir plus clair les inconnus de la toxicité c est une directive européenne sur l eau po table qui définit les normes de qualité de l eau</i>
**** *Numéro_16	<i>malgré leur réussite affichée les accords de r egard romain gelin chercheur au gresea groupe de recherche pour une stratégie économique alternative l industrie agroalimentaire tire les émissions carbone à la hausse les émissions de gaz à effet de serre ges associés à l alimen tation représentent entre 25 et 35 des émissions mondiales</i>

6.3. AFC des numéros de la revue

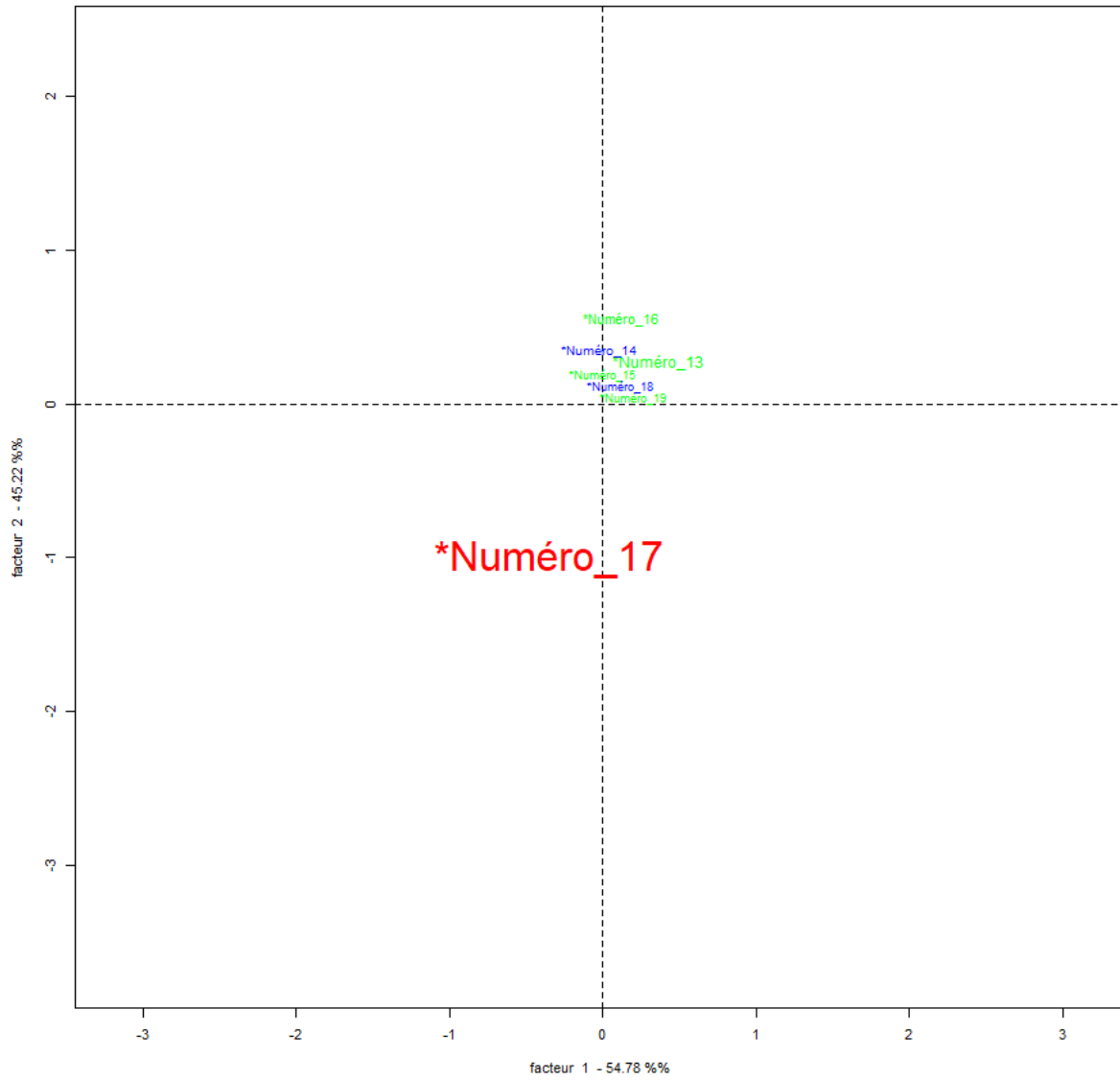


Figure 14 - AFC des numéros de la revue