Résumé

Déserts médiatiques, et ensuite ?

Typologie des produits de médias pseudo-journalistiques au niveau local (pink slime), analyse de leur potentiel de risques pour les démocraties résilientes et identification des besoins de recherche

Auteurs : Prof. Dr. Ulla Autenrieth, Johanna Burger M.A. et Jennifer Halter B.Sc.

Collaboration étudiante : Thierry Ehrsam

Site internet du projet : https://pinkslime.fhgr.ch

L'étude examine pour la première fois de manière systématique le phénomène du *pink slime* dans l'espace germanophone, en mettant un accent particulier sur la Suisse. Le projet vise à identifier les offres de médias pseudo-journalistiques locales, à analyser leurs structures et leur fonctionnement, à évaluer leur potentiel de risques pour les sociétés démocratiques et à en déduire des recommandations d'action pour la politique, les médias et la société. L'étude se base sur une recherche bibliographique exhaustive, onze entretiens avec des experts suisses et allemands, des analyses de contenu d'une sélection d'offres imprimées, en ligne et sur les réseaux sociaux.

Contexte et importance du projet : une zone d'ombre de la recherche sur les médias

Alors que les conséquences des déserts médiatiques (*news deserts*) et du recul des offres journalistiques locales font l'objet de larges études sur le plan international, une question demeure sans réponse : quels acteurs occupent les espaces d'information qui se créent ? C'est précisément là qu'intervient le *pink slime*. Cette notion désigne des offres de médias qui imitent les formes, le langage et les conceptions journalistiques, sans respecter les normes de qualité, les obligations de transparence ou l'indépendance rédactionnelle des médias traditionnels. Ces offres paraissent sous forme de journal local, de portail d'information ou de canal local de médias sociaux, mais poursuivent souvent des intérêts économiques, politiques ou de propagande.

L'étude montre que le phénomène n'a jusqu'à présent pas été suffisamment pris en compte dans l'espace germanophone, ni au niveau scientifique, ni au niveau social. Même la notion de *pink slime* reste largement inconnue parmi les experts en médias. En revanche, les conséquences sous-jacentes, à savoir une communication pseudo-journalistique, des médias locaux poursuivant des intérêts partisans, des offres d'information floues et des formes hybrides entre journalisme, relations publiques et discours politique, sont déjà constatées et gagnent du terrain.

Le rapport analyse ce phénomène de manière différenciée pour la première fois dans l'espace germanophone, en mettant un accent particulier sur la Suisse, et le rend tangible. Il établit une typologie des cas de *pink slime* en Suisse et en Allemagne, qui permet d'identifier les risques pour la société et la politique, afin de les traduire en mesures préventives et en recommandations d'action.

Résultat principal : le pink slime est plus qu'un problème de désert médiatique

L'étude a révélé un aspect important : le *pink slime* ne surgit pas exclusivement là où le journalisme local professionnel a disparu. Les déserts médiatiques favorisent certes la diffusion d'offres pseudo-journalistiques, mais l'analyse montre que des produits de médias *pink slime* apparaissent également dans des régions urbaines, économiquement attractives et médiatiquement bien couvertes.

La situation en Europe diverge parfois des recherches menées jusqu'à présent aux Etats-Unis. Le *pink slime* ne remplace pas seulement une offre journalistique défaillante, mais s'établit toujours plus comme modèle commercial à part entière, en tant qu'instrument politique ou outil de communication stratégique. La diffusion se fait tant au moyen de produits imprimés que de sites internet, de médias sociaux et de contenus générés par l'IA.

Le *pink slime* comme forme de communication hybride

Sur la base de la recherche bibliographique et des analyses empiriques, l'étude développe une définition précise du journalisme *pink slime*. En voici les points essentiels :

- Il s'agit de produits de médias pseudo-journalistiques qui imitent les caractéristiques formelles et les codes esthétiques des médias d'information locaux pour donner une impression de crédibilité, sans respecter les normes journalistiques ou les obligations de transparence.
- Ils opèrent principalement en utilisant des titres à consonnance locale ou régionale, dont le nom évoque délibérément des médias de qualité, actuels ou passés.
- Les contenus n'ont généralement qu'un ancrage local faible ou simplement simulé, sont souvent produits de manière centralisée à moindres coûts, générés automatiquement par l'IA et/ou réutilisés dans plusieurs éditions régionales. De même, la rédaction ou les auteurs (pour autant qu'ils soient identifiables) n'ont guère de lien avec la région.
- Les auteurs, le financement et l'éditeur sont flous ou dissimulés.
- Les critères de qualité journalistique principaux tels que la vérification des sources, l'indépendance, la transparence, la séparation entre les contenus rédactionnels et la publicité ne sont pas suffisamment voire pas du tout remplis.
- En lieu et place, les produits de médias *pink slime* poursuivent des intérêts économiques, politiques ou de propagande tout en se prétendant indépendants et objectifs sur le plan rédactionnel.
- Les produits de médias *pink slime* évoluent entre journalisme d'apparence professionnel, relations publiques/communication d'entreprise, marketing de contenu optimisé par algorithme et désinformation stratégique/politique. Ils constituent une forme de communication hybride dans un écosystème médiatique disputé.
- Leur influence est due surtout à la simulation systématique de la crédibilité journalistique et à l'érosion parallèle des normes journalistiques et démocratiques.

L'étude montre en outre que le journalisme *pink slime* ne doit pas être vu comme un phénomène binaire. Au contraire, il existe un continuum de formes différentes. Certaines offres présentent des caractéristiques particulières, d'autres remplissent presque tous les critères ; cette hybridité précisément complique leur identification et leur réglementation. C'est pourquoi l'évaluation fait également référence aux divers éléments de la définition. L'aspect local (tout du moins insinué) est cependant central à toutes les offres *pink slime*.

Résultats en Suisse et en Allemagne

Les analyses empiriques mettent clairement en évidence que le *pink slime* se manifeste sous diverses formes. Tant en Suisse qu'en Allemagne, des publications qui présentent plusieurs des caractéristiques du *pink slime* ont été repérées et examinées. L'étude a analysé plus particulièrement les publications du *Schweizer Kombi* et du canal Instagram *Wintiblog* en Suisse ainsi que du *Neues Gera* et du canal Instagram *Unser Heidelberg* en Allemagne.

Parmi les offres imprimées et en ligne, les publications suisses examinées tendent clairement vers les structures propres au *pink slime*. On remarque notamment une forte multiplication des éditions régionales, des contenus récurrents et parfois identiques d'un titre à l'autre, un faible ancrage local de nombreuses publications, des mentions d'auteurs peu transparentes, des réseaux récurrents de personnes et d'annonceurs, ainsi qu'un mélange de contenus d'apparence journalistiques et de communication partisane.

L'analyse des pendants allemands indique une autre typologie. Les offres de médias locales politiquement orientées qui lient des sujets locaux à des discours politiques clairs sont majoritaires.

Des groupes d'intérêts peuvent diffuser de manière ciblée un contenu pseudo-journalistique de moindre qualité (car non journalistique, non local ou les deux) afin par exemple de propager de fausses informations ou de les rendre accessibles au niveau local à des modèles d'IA en tant que source prétendument fiable. L'identité locale, la réalité quotidienne et les contenus divertissants sont utilisés pour élargir la portée et renforcer la confiance. L'attention obtenue peut ensuite être mise à profit pour diffuser des messages politiques ou économiques.

Le *pink slime* comme modèle commercial

Les entretiens avec les experts laissent entendre que le *pink slime* doit être toujours plus perçu comme un modèle de communication axé sur le profit. Les coûts de production sont faibles, et les plateformes, la distribution gratuite et la diffusion numérique permettent d'élargir considérablement la portée de ces produits.

Contrairement au journalisme traditionnel, le *pink slime* ne s'appuie par sur une crédibilité à long terme, sur l'ancrage local ou sur la responsabilité rédactionnelle. Il s'agit de structures de communication flexibles et évolutives, qui allient intérêts économiques, influence politique et communication stratégique.

L'étude identifie un manque significatif de transparence en ce qui concerne les rapports de propriété, les structures de financement et les responsabilités effectives. Cette non-transparence complique tant la classification sociale que les interventions réglementaires.

Le *pink slime* comme instrument politique

Il convient de porter une attention particulière au potentiel d'influence politique du *pink slime*. L'étude indique que des offres pseudo-journalistiques peuvent être utilisées pour normaliser le discours politique, orienter l'agenda, donner l'impression d'un consensus social, miner la confiance envers les institutions et les médias établis ou soutenir indirectement des campagnes lors de votations ou d'élections.

L'influence s'exerce souvent subtilement. Le problème central n'est pas les fausses informations prises isolément, mais le glissement à long terme des priorités thématiques, des perceptions et des structures de confiance.

Le *pink slime* profite de la crédibilité des formats journalistiques, sans en assumer la responsabilité. Il en résulte une forme particulièrement efficace de communication stratégique, qui n'est souvent pas immédiatement perçue comme telle.

Risques pour la démocratie

Le risque principal du *pink slime* ne réside pas dans la diffusion de contenus problématiques isolés, mais dans ses conséquences à long terme sur les sphères publiques démocratiques.

L'étude montre que le *pink slime* brouille les différences entre journalisme, publicité, relations publiques et communication politique, qu'il peut miner la confiance envers les institutions journalistiques, déformer les débats publics, favoriser la polarisation sociale et affaiblir la capacité à avoir une compréhension commune des faits.

La nature insidieuse de cette évolution est particulièrement problématique. Les auteurs comparent ce processus à la « fable de la grenouille » (*boiling frog syndrome*) : les changements s'opèrent progressivement et ne sont souvent constatés que lorsque leurs conséquences sont déjà profondément ancrées dans le système d'information.

Recommandations d'action

Les résultats de l'étude soulignent que le *pink slime* ne peut pas être combattu par des mesures isolées. Il s'agit d'adopter une approche intégrative alliant réglementation, transparence, recherche, formation et aide aux médias. Voici les recommandations principales :

- Reconnaître et renforcer le journalisme local en tant qu'infrastructure démocratique
- Ne pas percevoir le *pink slime* uniquement comme conséquence des déserts médiatiques
- Etendre de manière conséquence les obligations de transparence et la divulgation
- Réglementer les imitations trompeuses de marques et formats journalistiques
- Améliorer la visibilité du journalisme de qualité
- Orienter plus fortement les compétences médiatiques sur les espaces d'information locaux
- Mettre en place des systèmes de contrôle et d'alerte précoce
- Soutenir sur le long terme la recherche et la coopération internationale

Conclusions

L'étude montre que le *pink slime* représente un nouveau défi pour les espaces d'information démocratiques. Le phénomène ne se limite pas à des offres de médias problématiques isolées, ni à des régions structurellement faibles. Il s'agit d'une forme de communication hybride croissante, qui lie les évolutions économiques, politiques et technologiques, et utilise de manière ciblée la crédibilité des formats journalistiques traditionnels.

En Suisse, il n'est pas trop tard pour réagir. Bien que peu d'experts aient conscience du problème, la propagation de ce phénomène est toutefois déjà bien visible. Le bon moment semble donc venu de poursuivre de concert le développement de la recherche, de la réglementation, de l'aide aux médias et des compétences médiatiques.

L'étude constitue le point de départ d'un large débat social sur l'avenir de la sphère publique locale, de la crédibilité journalistique et de la résilience démocratique à l'ère numérique. Le *pink slime* n'est pas un phénomène marginal de l'évolution des médias, mais un indicateur de changements fondamentaux par rapport à l'information, la sphère publique et la démocratie.