

LA PRATIQUE FASCINANTE DU

VOX POP



Illustration : Lucie Le Touze

« »

Avec le vox pop, la règle semble être qu'une seule personne ne peut pas parler au nom du "public", mais que n'importe quelle combinaison de trois personnes peut le faire.

Greg Myers ¹

Et pourtant ! Loin d'être banal, le vox pop est une pratique médiatique plus complexe qu'il n'y paraît...

CARACTÉRISTIQUES COMMUNES DU VOX POP MÉDIATIQUE



Le vox pop est reconnaissable à plusieurs caractéristiques qui peuvent être mises de l'avant ou altérées selon chaque projet.

- Interventions autour d'un thème commun
- Recours à des pratiques d'entrevues++ improvisées
- Réalisé dans des lieux publics
- Au près de membres du public relativement interchangeables
- À qui on demande de générer une performance selon le résultat recherché (être drôle, surpris, émouvant, méconnaissant, etc.)
- Entrevues assemblées sous forme de courtes séquences
- Avec un dialogue absent ou limité alors au service du projet
- Création d'un effet de sérialité avec 3+ interventions
- Personnes relativement anonymes ou identifiées minimalement
- Garde des traces variables du processus de production
- Avec l'effet de représenter symboliquement le(des) public(s)
- Peut avoir un caractère événementiel (créer une expérience, etc.)
- Acquiert une valeur dans l'économie médiatique

PROJET DE VOX POP

Chaque vox pop naît d'un projet porté par un·e ou des créateurs·trices médiatiques dans un objectif précis, par exemple informer, divertir, éduquer ou émouvoir. Qu'ils·elles soient journalistes, humoristes, artistes ou influenceurs·euses, ces derniers·ères s'appuient sur leur posture et leur pratique médiatique existante pour créer le contenu souhaité.

TOUTE UNE RESPONSABILITÉ...

Créer un vox pop nécessite plusieurs formes d'engagement, entre autres envers les participants·es potentiels·elles composés de membres du public. Sans eux, le vox pop n'a pas de raison d'être : il ne peut pas être créé et n'a personne à qui être diffusé. Raison de plus pour les traiter avec respect tout au long du processus.

SITUATION D'ENTREVUE

Ce projet se transpose sur le terrain où des membres du public sont abordés à répétition afin de créer le contenu souhaité. En plus de l'entrevue, des techniques comme la caméra cachée ou le « prank » peuvent être utilisées pour créer la surprise. Des personnes plus ou moins ciblées sont sélectionnées selon l'effet recherché (p. ex. profils variés, jeunes seulement, gens excentriques, festivaliers·ères).



LES DÉFIS DU TERRAIN

La contribution de membres du public à un vox pop ne doit pas être tenue pour acquise. Leur participation est un privilège. Sur le terrain, différents enjeux collaboratifs peuvent faire surface et requièrent une vigilance continue. On peut notamment penser aux enjeux de consentement éclairé, au respect des propos échangés, au droit de refus et de retrait de participation ou encore à l'importance d'être clairs sur les intentions du projet (p. ex. contenus commandités, volontairement moqueurs, provocants).

POSTPRODUCTION

Une fois les contenus d'entrevue récoltés, la création du vox pop nécessite un travail de montage et de postproduction. Des contenus complémentaires comme des memes, des infographies ou des effets sonores peuvent venir bonifier le vox pop et accentuer l'effet recherché. Le vox pop peut être présenté seul ou intégré à d'autres contenus (p.ex. reportage).



LA VOIX DE QUI EN FAIT?

Bien qu'on associe souvent le vox pop à la « voix du peuple » vu son origine étymologique, ce n'est généralement pas le public qui s'exprime par lui-même à travers ces contenus. Les propos et actions rapportés sont plutôt influencés par le projet initial des créateurs·trices. Davantage de transparence sur leur processus de production médiatique est de mise pour que l'auditoire puisse bien saisir leur démarche.

DIFFUSION & RÉCEPTION

Le vox pop sera ensuite diffusé dans plusieurs formats et médias et rejoindra différents types d'auditoires plus ou moins nichés. Il va par le fait même s'insérer dans l'économie médiatique et acquérir de la valeur, qu'elle soit en argent sonnante, en mentions « j'aime » ou encore en visibilité. L'auditoire a également son mot à dire dans ce processus. Il peut remettre en question certaines pratiques de vox pop, tout comme soutenir celles qui lui plaisent.



Au bout du compte, la pratique du vox pop est loin d'être banale ! Quel que soit le projet poursuivi, chaque vox pop mené dans le respect et la collaboration influence positivement l'expérience des participants·es ainsi que l'image collective qu'il projette. Raison de plus de lui donner une bonne dose d'amour !



LA REPRÉSENTATION DES PUBLICS

Même si nous savons que les propos présentés dans les vox pop sont ceux de quelques personnes seulement, leur omniprésence dans notre environnement médiatique participe à forger notre perception générale du public. Ces représentations souvent dirigées, incomplètes ou biaisées s'accumulent. Elles peuvent contribuer à accroître les divisions collectives plutôt qu'à favoriser le vivre-ensemble dans la diversité des expériences et points de vue.

QUE VOUS SOYEZ CRÉATEUR·TRICE, PARTICIPANT·E OU AMATEUR·TRICE DE VOX POP, DÉCOUVREZ DES PISTES POUR UNE PRATIQUE PLUS COLLABORATIVE ET RESPONSABLE AU [VOXPOP.MEDIA/HERO](https://voxpop.media/hero)

¹ Myers, G. (2004). Matters of Opinion—Talking About Public Issues. Cambridge, New York : Cambridge University Press, p.220. Ma traduction.

Crédit : Noury, Cynthia (2023, août). La pratique du vox pop. Adaptation tirée de : Le dispositif médiatique du vox pop. « Bonjour Monsieur/Madame/+ Tout-le-Monde, avez-vous une minute pour un VOX POP ? » — Recherche(-création) médiatique par l'écriture sur et par la pratique du vox pop. (2023) Thèse doctorale en communication, Université du Québec à Montréal (UQAM), Montréal. Disponible au voxpop.media/pratique