

Requiem pour un journal

Étude comparative de la qualité de l'information au *Journal de Montréal* et au journal
électronique *ruefrontenac.com*

Carolane Gratton

Thèse soumise à la
Faculté des études supérieures et postdoctorales
dans le cadre des exigences
du programme de maîtrise ès arts, communication

Université d'Ottawa
Département de communication

Hiver 2014

Remerciements

Ce projet de recherche s'est penché sur une étude de cas, celle du site d'information *ruefrontenac.com*, qui a été créé par les journalistes du *Journal de Montréal* durant leur conflit de travail en 2009. Il s'agit d'un sujet de discussion délicat pour plusieurs des journalistes qui ont accepté de participer à mon projet, et je les remercie d'avoir pris le temps de me parler et du soutien dont ils ont fait preuve à mon égard.

Je tiens aussi à remercier Marc-François Bernier, professeur au Département de communication de l'Université d'Ottawa, qui a dirigé ma thèse et qui a démontré son intérêt pour mon projet dès ses débuts.

Je souhaite aussi remercier mes proches pour leur patience et leur sollicitude durant les deux années qu'a duré mon projet, ainsi que tous ceux qui m'ont encouragée, mais qui n'ont pas eu la chance de voir mon projet finalisé.

J'aimerais enfin souligner la contribution financière de la compagnie Saputo inc. qui, en collaboration avec la Chaire de recherche en éthique du journalisme de l'Université d'Ottawa, m'a attribué la bourse d'études Saputo en éthique du journalisme et qui a facilité la réalisation de cette recherche.

Table des matières

| | |
|--|----|
| Remerciements | ii |
| Liste des tableaux | v |
| Sommaire | vi |
| Introduction..... | 1 |
| Chapitre 1 La presse écrite québécoise et ses concepts..... | 6 |
| 1.1 Historique de la presse écrite québécoise | 6 |
| 1.2 Lock-out au Journal de Montréal | 13 |
| 1.2.1 Ruefrontenac.com | 16 |
| 1.3 La marchandisation de l'information | 17 |
| 1.4 La concentration des entreprises de presse..... | 18 |
| 1.5 La convergence des contenus | 20 |
| 1.6 Liberté d'expression et liberté de presse | 21 |
| 1.7 Commissions d'enquête | 23 |
| Chapitre 2 Revue de littérature..... | 28 |
| 2.1 Qualité de l'information | 28 |
| 2.2 Contexte organisationnel | 31 |
| 2.2.1 Les salles de nouvelles des journaux papiers et en ligne | 31 |
| 2.2.2 Conflits de travail dans la presse écrite..... | 37 |
| Chapitre 3 | 41 |
| Opérationnalisation..... | 41 |
| 3.1 Qualité de l'information | 41 |
| 3.1.1 Intérêt local | 41 |
| 3.1.2 Intérêt public | 43 |
| 3.1.3 Rigueur et exactitude | 44 |
| 3.1.4 Équité..... | 48 |
| 3.1.5 Crédibilité | 52 |
| 3.1.6 Esprit d'initiative et de courage..... | 54 |
| 3.1.7 Idéal type | 55 |
| 3.2 Contexte organisationnel | 55 |
| Chapitre 4 | 59 |

| | |
|--|-----|
| Méthodologie | 59 |
| 4.1 Entrevues..... | 59 |
| 4.1.1 Participants..... | 60 |
| 4.2 Analyse de contenu | 62 |
| 4.2.1 Sélection des articles à analyser..... | 64 |
| Chapitre 5 | 66 |
| Résultats | 66 |
| 5.1 Analyse de contenu | 66 |
| 5.1.1 Hypothèse 1 : La qualité de l’information et son journal d’appartenance | 66 |
| 5.1.2 Hypothèse 2 : La qualité de l’information et son année de publication | 71 |
| 5.1.3 Hypothèse 3 : La qualité de l’information et l’ancienneté de son journaliste | 74 |
| 5.2 Entrevues..... | 85 |
| 5.2.1 <i>Journal de Montréal</i> | 85 |
| 5.2.2 Les débuts de <i>ruefrontenac.com</i> | 96 |
| 5.2.3 Qualité de l’information | 114 |
| Conclusion | 122 |
| Annexe 1. Grille d’entrevue..... | 126 |
| Annexe 2. Grille d’analyse de contenu | 127 |
| Références..... | 130 |

Liste des tableaux

| | | |
|------------|--|------------------------------------|
| Tableau 1 | Qualité de l'information / Journal | 67 |
| Tableau 2 | Intérêt public / Journal | 68 |
| Tableau 3 | Journal / Rigueur | 68 |
| Tableau 4 | Équité / journal | 69 |
| Tableau 5 | Sensationnalisme / Année..... | 69 |
| Tableau 6 | Qualité de l'information/Année | 72 |
| Tableau 7 | Rigueur / Année..... | 72 |
| Tableau 8 | Équité / Année | 73 |
| Tableau 9 | Qualité de l'information / Ancienneté..... | Erreur ! Signet non défini. |
| Tableau 10 | Intérêt local / Ancienneté..... | 76 |
| Tableau 11 | Intérêt Public/ Ancienneté | 77 |
| Tableau 12 | Rigueur / Ancienneté | Erreur ! Signet non défini. |
| Tableau 13 | Nombre de sources / Ancienneté | 78 |
| Tableau 14 | Équité / Ancienneté | Erreur ! Signet non défini. |
| Tableau 15 | Sensationnalisme / Ancienneté..... | 79 |
| Tableau 16 | Sensationnalisme / Journaliste / année | 80 |
| Tableau 17 | Crédibilité / Ancienneté..... | Erreur ! Signet non défini. |
| Tableau 18 | Innitiative / Ancienneté / Journal..... | Erreur ! Signet non défini. |

Sommaire

Avec la concentration de la propriété des entreprises de presse et la convergence du contenu et des ressources, les journalistes voient leur liberté professionnelle et leur autonomie de travail diminuer au profit de la liberté des entreprises de presse. Dans cette optique, notre projet de recherche se penche sur la question de l'impact du contexte organisationnel des entreprises de presse sur la qualité de l'information. Nous avons effectué une étude de cas qui compare le contenu d'articles publiés par un même groupe de journalistes au *Journal de Montréal* et à *ruefrontenac.com*, un site d'information qu'ils ont créé durant leur conflit de travail. Notre hypothèse était que la qualité de l'information était meilleure sous *ruefrontenac.com* qu'au *Journal de Montréal* parce que les journalistes y possédaient plus de liberté. Nous avons effectué des entrevues semi-dirigées avec 10 journalistes qui ont travaillé pour ces deux organes de presse et nous avons comparé la qualité de l'information d'articles qu'ils y ont publiés. Les résultats obtenus ont confirmé notre hypothèse de départ et ont indiqué que le principal indicateur affecté par le changement de contexte organisationnel était celui de l'intérêt public. Cette étude est pertinente et contribue à l'avancement des connaissances, puisqu'elle met en lumière comment différents contextes de travail peuvent affecter la qualité de l'information, le droit d'accès du public à l'information et, par le fait même, la démocratie.

Introduction

Le monde journalistique vit des transformations économiques et technologiques depuis plus d'un siècle, mais ce n'est que dans les années 2000 qu'elles sont devenues particulièrement problématiques. La marchandisation de l'information, la concentration des entreprises de presse et la convergence des contenus et des ressources ont transformé l'industrie de la presse écrite. De nombreux journaux disparaissent ou fusionnent et plusieurs postes de journalistes sont abolis.

De nouveaux concurrents, tels que les journaux gratuits et les sites d'information, volent une partie du lectorat de la presse écrite traditionnelle. Les annonceurs commencent alors à délaisser ce marché et se concentrent sur la publicité et les petites annonces en ligne. Pour remédier à cette perte de publicité au profit du Web, les quotidiens imprimés décident, eux aussi, de s'y installer. Ils ne sont, par contre, pas toujours en mesure de trouver un modèle d'affaires rentable qui permet de combler les pertes publicitaires de leur édition papier. De plus, ce passage sur le Web entraîne des changements dans les routines des journalistes qui sont maintenant soumis à la règle de l'instantanéité et de la multiplication des plateformes, ce qui les pousse à s'impliquer dans la production de contenus multimédias.

La concentration des entreprises de presse au Québec est à son plus haut, le nombre de journalistes par salle de nouvelle est à son plus bas, et pourtant leurs charges de travail ne cessent d'augmenter et de se complexifier (Payette, 2010). Cette situation est vue comme une menace à la diversité des voix et à la qualité de l'information et le public, autant que les journalistes, s'inquiète de la situation. Au Québec, une étude menée par Marc-François Bernier (2008) fait état du malaise que vivent les journalistes

québécois face à la concentration des entreprises de presse. La majorité des journalistes sondés considère que la recherche de profit de leur entreprise de presse passe avant l'intérêt public et nuit à la qualité de l'information. Ils déplorent l'imposition d'une loyauté d'entreprise qui brime leur liberté d'expression et encourage l'autocensure. L'importance des critiques émises par les journalistes québécois était particulièrement élevée pour les journalistes de Québec qui possède deux des principaux quotidiens de la province. Ces résultats peuvent, entre autres, être expliqués par le conflit de travail vécu dans l'un de ses journaux, le *Journal de Québec*, au moment du sondage. Les résultats de cette étude démontrent néanmoins l'état d'esprit des journalistes québécois dans une période caractérisée de « crise de l'information » par un nombre croissant d'acteurs dans le milieu (Payette, 2010; Murchinson-Morand, 2012; Brin et St-Pierre, 2013; etc.).

Le gouvernement du Québec en est venu à commander trois études, au cours des 13 dernières années, afin d'aborder la question de la concentration des entreprises de presse (2001), de l'avenir des médias québécois en général (2003) et, finalement, de l'avenir des médias québécois dans le contexte des changements technologiques (2009). Chaque étude a déposé un rapport qui recommande l'intervention du gouvernement pour freiner le mouvement de concentration des entreprises de presse qui nuit, selon elles, au droit de la population à une information de qualité que le gouvernement se doit de protéger. Malgré l'urgence des recommandations, la majorité d'entre elles ont été sans lendemain et le gouvernement laisse l'industrie des médias québécois évoluer à son gré.

C'est dans ce contexte qu'aura lieu le plus long conflit de travail de la presse écrite québécoise, celui du *Journal de Montréal*. Ce conflit prend forme alors que

l'employeur souhaite diminuer le nombre d'employés, augmenter leurs heures de travail et partager le contenu sur ses autres plateformes, le tout sans compensation salariale (Lemoine, 2009). Le syndicat des travailleurs s'oppose à l'abolition de postes et l'employeur explique que ces concessions sont le seul moyen de permettre au journal de rester compétitif dans une industrie qui a vu de meilleurs jours. Incapable d'en venir à une entente, le lock-out est déclenché le 24 janvier 2009. Quelques jours plus tard, les syndiqués déclarent une grève et annoncent la création de leur site d'information *ruefrontenac.com*. Ce contexte de conflit de travail est intéressant à étudier, puisqu'il permet d'observer et de comparer une transition drastique et rapide du mode de propriété (d'un conglomérat vers une propriété des employés) par un même groupe de journalistes.

Cette thèse est divisée en cinq sections. Le premier chapitre survole l'histoire de la presse écrite québécoise et présente les concepts importants qui y sont rattachés tels que la marchandisation de l'information, la concentration des entreprises de presse, la convergence et la liberté de presse. Cette section se termine avec la présentation de notre question de recherche, qui se demande si le contexte organisationnel d'une entreprise de presse peut affecter ou non la qualité de l'information qu'elle produit.

Le second chapitre résume la littérature que nous avons utilisée pour l'opérationnalisation de nos concepts et la mise sur pied de notre méthodologie de travail. Pour le contexte organisationnel, nous nous sommes intéressés aux précédents conflits de travail dans l'industrie des médias et au fonctionnement des salles de nouvelles des quotidiens imprimés et en ligne. Pour la recension de littérature sur la qualité de l'information, nous avons mis l'accent sur sa conceptualisation et sur les recherches qui comparent son évolution lorsqu'un média change de propriétaire. Ce chapitre conclut

avec notre hypothèse de recherche, à savoir que la qualité de l'information est plus élevée dans les articles publiés par *ruefrontenac.com* que dans ceux publiés au *Journal de Montréal*.

Le troisième chapitre porte sur l'opérationnalisation de nos concepts. La qualité de l'information y est définie par six indicateurs qui ressortent de la recension de littérature et qui ont été validés à plusieurs reprises. Il s'agit de l'intérêt local, de l'intérêt public, de la rigueur et l'exactitude, de l'équité, de la crédibilité et, finalement, de l'esprit d'initiative. Un idéal type a par la suite été créé afin de permettre une comparaison avec les résultats obtenus. Le contexte organisationnel, pour sa part, est divisé en deux sections. La première porte sur la grosseur de l'entreprise, la division du travail et la spécialisation des journalistes, tandis que la deuxième section porte sur le type de propriété du journal (cotée à la bourse, privée, à but non lucratif, possédée par les employés).

Le quatrième chapitre se penche sur notre méthodologie de recherche qui est composée d'analyses de contenu et d'entrevues. Nous avons effectué des entrevues avec des journalistes ayant travaillé pour le *Journal de Montréal* et pour *ruefrontenac.com* afin d'en apprendre plus sur les deux contextes de travail et de recueillir leurs opinions sur ce qu'est une information de qualité. Par la suite, nous avons analysé le contenu d'articles écrits par ces journalistes dans les deux journaux afin d'en comparer la qualité de l'information.

Le cinquième chapitre présente et analyse les résultats obtenus dans les entrevues et les analyses de contenu. Les résultats de notre recherche confirment que la qualité de

l'information est plus élevée sous *ruefrontenac.com* que sous le *Journal de Montréal*. Après avoir effectué nos entrevues avec les journalistes, deux autres hypothèses de recherche se sont ajoutées à notre projet. La première portait sur une évolution négative de la qualité de l'information entre 2006 et 2008 au *Journal de Montréal* et la seconde sur l'impact positif de l'ancienneté d'un journaliste sur la qualité de l'information qu'il produit. Nous n'avons pas été à même de confirmer ces deux hypothèses, alors que les conclusions de la première restent discutables et que les conclusions de la seconde étaient opposées à nos attentes. Notre projet conclut finalement avec les limitations de la recherche et des pistes de réflexion pour des études futures.

Chapitre 1 La presse écrite québécoise et ses concepts

1.1 Historique de la presse écrite québécoise

Le journalisme québécois, aussi bien que celui des autres pays développés, n'a pas échappé aux nombreuses transformations de la profession. Cette dernière, toujours en redéfinition, a été fortement marquée dans les années 1850 par plusieurs révolutions technologiques, économiques et sociales (De Bonville, 1988). Ces années marquent le début de l'industrialisation de la province, qui passe d'une économie agricole vers une économie dépendante des industries mécanisées. L'industrie de la presse écrite ne fait pas exception à cette transition, alors que plusieurs innovations technologiques lui permettent de mécaniser ses diverses étapes d'impression. L'industrie peut, à partir de ce moment, produire à grande échelle et plus rapidement.

L'industrialisation est aussi caractérisée par une modernisation des moyens de transport et de communication. L'expansion des chemins de fer, entre autres, améliore le transport entre les villes et les régions et encourage la dispersion des usines à travers la province. La majorité de la population, autrefois agricole, cherche du travail en usine et suit la migration de ces dernières. Il s'agit des débuts de l'urbanisation qui permet la création de nouvelles métropoles (principalement Montréal) et l'agrandissement des villes en périphérie. La polarisation de la population au même endroit y encourage la mise en place d'écoles qui, à leur tour, entraînent l'alphabétisation d'une masse auparavant illettrée de travailleurs agricoles. L'émergence de cette nouvelle classe moyenne introduit un nouveau lectorat potentiel pour les journaux qui, jusque-là, s'adressaient principalement à une élite bourgeoise (Godin, 1981, p.37).

Ces quatre éléments: la mécanisation des étapes de production des journaux, les innovations en moyen de transport et de communication, l'urbanisation et l'alphabétisation, ont fait en sorte que tout était en place pour l'émergence d'un nouveau type de média, les journaux de masse.

Mais la mécanisation de la presse écrite n'a pas que du bon. Bien qu'elle augmente la productivité, elle demande aussi un investissement financier non négligeable qui pousse la fermeture de nombreux journaux incapables de rester compétitifs (De Bonville, 1988, p.331). De plus, même si la vente de tirages augmente à la fin du XIX^e siècle (Bonneville, 1988, p.341), cette source de revenus, jumelée au financement par patronat religieux ou politique (Godin, 1981, p.63), ne suffit pas à combler la hausse des coûts de production. Afin de rentabiliser leur investissement, les journaux doivent modifier leur modèle d'affaires.

La majorité d'entre eux vont opter pour un nouveau plan économique, où la vente de publicité devient la principale source de financement, allant jusqu'à représenter 60 % du revenu de certains journaux (De Bonville, 1988, p.326). Puisque la valeur d'une publicité dans les pages d'un journal¹ est déterminée par la taille de son lectorat, ces journaux vont constamment chercher à en augmenter l'importance. Pour ce faire, ils vont vendre le quotidien à moindres coûts et prioriser les sujets les plus populaires tels que ceux d'intérêt général ou sensationnalistes. Il s'agit du début des médias de masse québécois avec *La Presse* et le *Montreal Star* qui dominant le marché (Godin, 1981, p.46).

¹ Le terme journal est utilisé au sens large et réfère tant aux hebdomadaires qu'aux quotidiens. Le terme hebdomadaire ou quotidien est utilisé lorsqu'une précision est nécessaire.

Une minorité de journaux, dont *Le Devoir* d'Henri Bourassa, vont au contraire opter pour une mise à jour de leur modèle d'affaires traditionnel et augmenter le prix des tirages. Ces journaux, loin de miser sur un public de masse, vont s'adresser à un public minoritaire prêt à payer pour une couverture plus poussée des événements, pour des débats d'opinion et pour la couverture de sujets plus pointus (De Bonville, 1988, p.339).

La prochaine période de changements importants dans le monde journalistique québécois est celle de l'entre-deux-guerres (1918-1939) avec l'introduction de la radio et des premiers soubresauts de la concentration des entreprises de presse. Vue comme un nouveau moyen de communiquer et de vendre l'information à un plus large public, les propriétaires de journaux de masse vont chercher à s'emparer de ce nouveau marché. Le propriétaire du journal *La Presse*, par exemple, a été l'acquéreur du premier poste de radio francophone au Québec, CKAC (Bernier, 2008, p.10). Un mouvement similaire se répètera avec les débuts de la télévision dans les années 1960.

Les années suivantes sont marquées par une période plus grise de la presse écrite québécoise qui prône la neutralité pendant les années du gouvernement conservateur de Maurice Duplessis² (1936-1939 et 1944-1959) (Godin, 1981, p.71-72). La presse québécoise, majoritairement libérale à l'époque (Godin, 1981, p.71-72), doit se contenter de couvrir les informations routinières et éviter les échanges d'opinions. Les quotidiens ne peuvent se permettre, par exemple, de contester la mainmise de l'Église sur le système d'éducation. Seuls le *Devoir* et l'hebdo *Vrai*, ouvertement anti-Duplessis, ainsi que la

² Maurice Le Noblet Duplessis, avocat de profession, a été premier ministre du Québec de 1936 à 1939, et de 1944 à 1959. La pause entre les deux gouvernements de Duplessis correspond à la 2^e Guerre mondiale durant laquelle le Québec avait un gouvernement libéral. Son règne a été qualifié de « Grande noirceur » par des historiens. Il est entre autres reconnu pour son alliance avec le clergé catholique et leurs oppositions aux différentes réformes sociales qui commençaient à prendre place (Denis, 1988).

presse à scandale de Pierre Péladeau se permettent de déroger à cette norme non écrite (Godin, 1981, p.72). Malgré tout, c'est sous le gouvernement de Duplessis, en 1945, que naît l'organisation du premier syndicat de journalistes (Godin, 1981, p.102).

La « Révolution tranquille ³ » est la période historique qui suit celle du gouvernement de Duplessis. Elle correspond à l'âge d'or de la presse québécoise (Godin, 1981; St-Jean, 2002) qui n'hésite plus à débattre des enjeux d'actualité (Godin, 1981, p.112). Le nombre de journalistes augmente et l'intérêt pour un journalisme de qualité prend de l'ampleur (St-Jean, 2002, p.121). La croissance importante des syndicats et la vedettisation de certains journalistes à la télévision, tels que René Lévesque, intensifient aussi la professionnalisation du journalisme (St-Jean, 2002, p.126).

Une grève est déclenchée au journal *La Presse* en juin 1964 et marque la fin symbolique de cet âge d'or. Les journalistes impliqués dans le conflit de travail critiquent l'orientation idéologique de leur journal qui porte atteinte, selon eux, à leur liberté d'expression (St-Jean, 2002, p.134). L'industrie entre à cette époque dans une première phase de concentration. Il s'agit de l'intégration horizontale de plusieurs journaux sous un même propriétaire. En 1965, il existait 14 quotidiens québécois et 14 propriétaires. À partir de 1969, neuf des 14 quotidiens appartiennent à un seul propriétaire et il ne reste plus que deux quotidiens indépendants, *Le Devoir* et *Le Droit* (Godin, 1981, p.141).

Les années 1970 sont tumultueuses au Québec, autant pour la population en général que pour les journalistes en particulier. Au milieu de la crise d'octobre et des débats sur l'indépendance du Québec, les journalistes voient la concentration des

³ La Révolution tranquille est une période historique qui représente l'aboutissement, dans les années 1960, des nombreux changements sociaux (scolaire, religieux, syndical, etc.) qui avaient commencé dans la décennie précédente sous Duplessis (Rouillard, 2010).

entreprises de presse augmenter et leur pouvoir de négociation diminuer. Les journalistes non syndiqués se transforment en militants des causes sociales et, par de nombreuses grèves, vont chercher à se syndicaliser (St-Jean, 2002, p.159-164). Les journalistes réussissent à améliorer leurs conditions de travail au point de créer un certain « embourgeoisement » et une certaine « fonctionnarisation » de la profession. La syndicalisation nouvellement acquise d'une bonne partie des journalistes québécois les amène à délaissé peu à peu, par manque de proximité, les préoccupations de la classe populaire qu'ils défendaient auparavant (St-Jean, 2002, p.175).

Le temps des revendications est terminé, un retour à l'autocensure et à la passivité est à l'ordre du jour et la bonne réputation de la presse écrite diminue (St-Jean, 2002, p.174). Plusieurs acteurs commencent d'ailleurs à parler d'une « crise de l'information » et d'une presse écrite « aseptisée, sans âmes, superficielle » (Godin, 1981, p.255). Ce discours continue dans les années 1980 et 1990, alors que la concentration des entreprises de presse s'amplifie avec l'intégration verticale et l'acquisition de propriétés croisées (St-Jean, 2002, p.171-175). L'intégration verticale est caractérisée par l'acquisition, au sein d'une même compagnie, d'entreprises couvrant les principales étapes de production du média afin d'en limiter les coûts. La propriété croisée, pour sa part, fait référence à l'acquisition, par une compagnie, d'entreprises appartenant à différents médias (télévision, radio, quotidien, etc.) dans le but de partager les ressources et le contenu sur les différentes plateformes.

Cette période relativement tranquille du journalisme québécois sera néanmoins perturbée en 1990 avec la crise d'Oka⁴ (St-Jean, 2002, p.208). Sa couverture dans les médias est l'occasion de nombreux dérapages qui sont associés, entre autres, à l'introduction des nouvelles continues et en direct. Les médias, en concurrence pour l'attention du public, se mènent une guerre médiatique et abusent du sensationnalisme (St-Jean, 2002, p.178). Les journalistes sur le terrain sont aussi victimes de censure par les policiers qui confisquent de façon illégale un nombre important d'enregistrements et d'appareils photo. Il s'agit d'une période houleuse durant laquelle la question de l'avenir du journalisme québécois est soulevée (St-Jean, 2002, p.177-178).

La liberté des journalistes est aussi menacée par le métier de relationniste qui prend en importance et par la dépendance de plus en plus poussée des médias envers leurs revenus publicitaires. La recherche du profit au détriment de l'intérêt public entraînera pendant cette période un relâchement des normes éthiques et une baisse de la crédibilité des journalistes (St-Jean, 2002, p.180-182). Les syndicats et d'autres acteurs du milieu vont continuer à parler d'une « crise de l'information », mais cette fois « c'est son pourvoyeur, la publicité, qui la rend malade » (*La Dépêche*, cité dans St-Jean, 2002, p.179).

⁴ La crise d'Oka trouve sa source dans plusieurs conflits antérieurs aux événements de l'été 1990 et met en cause un territoire forestier revendiqué à la fois par les autochtones de la région et par la ville d'Oka. Lorsque cette dernière donne son accord à un projet de développement immobilier touchant une partie de cette forêt, des Mohawks décident d'ériger une barricade et d'en bloquer l'accès pendant plusieurs mois. Le 11 juillet 1990, des Mohawks de la région de Kahnawake décident de bloquer le pont Mercier (qui le restera pendant 57 jours) afin de montrer leur support à leurs confrères. La même journée, le conflit s'échauffe à Oka. Un échange de coups de feu entre policiers et Mohawks entraîne la mort du Caporal Marcel Lemay et le retrait des troupes de la Sûreté du Québec. À partir du 14 août 1990, les Forces armées canadiennes prennent le conflit en charge. Ce dernier prendra fin le 26 septembre 1990, la crise aura duré soixante-dix-huit jours (Trudel, 2009).

La période suivante, de 1990 à 2001, en est une de mutations pour la presse écrite québécoise (St-Jean, 2002, p.189). Tout prend de l'ampleur; la formation d'oligopole médiatique, l'instantanéité de la nouvelle, l'information-spectacle, l'absence de profondeur, de rigueur, de distanciation ainsi que la pression à produire sont couramment critiquées (St-Jean, 2002, p.222).

Le journalisme québécois vit donc un début de siècle incertain et la presse écrite n'est plus aussi florissante que dans le passé. Son modèle d'affaires, principalement axé sur la publicité, est perturbé par l'apparition de deux nouveaux acteurs, les journaux gratuits (*Métro* et *24h*) et l'Internet (St-Jean, 2002, p.210) que les lecteurs semblent préférer. Les quotidiens québécois vont s'installer sur le Web dans l'espoir d'y combler leur perte d'audience et de revenus publicitaires, mais pour l'instant ce n'est pas très profitable. Leur revenu publicitaire sur Internet, bien qu'il ait doublé de 2006 à 2009, ne représente que 8,6% de leurs revenus totaux⁵. C'est loin de compenser leur perte de revenus publicitaires papier de 23 % causée par une baisse du tirage de 12,9 % (Centre d'étude sur les médias, 2011).

La crise économique de 2008 n'a pas non plus aidé l'état financier des entreprises de presse québécoises (Brin & St-Pierre, 2013, p.7-16). Leur concentration s'amplifie, les salles de rédaction se restructurent, de nombreux postes sont supprimés et les journalistes restants doivent fournir du contenu pour un nombre croissant de plateformes (imprimés, Web, vidéo, etc.).

⁵ Christian Désilets, professeur en publicité sociale à l'Université Laval, a mené une étude auprès de publicitaires québécois responsables du placement média dans d'importantes firmes de publicité. Il explique que les annonceurs ne sont pas attirés par les versions Internet des médias traditionnels. L'offre d'information en ligne est trop grande pour permettre de cibler un public précis et les publicitaires préfèrent utiliser des médias spécialisés dont le public est facilement identifiable. De plus, la compétition pour la publicité sur le Web est beaucoup plus forte que la compétition pour la publicité papier (Désilets, 2010).

L'industrie de la presse québécoise se compose présentement d'un nombre restreint d'acteurs. La compagnie Québecor Media, qui possède le *Journal de Montréal*, le *Journal de Québec* et le quotidien gratuit *24h*, domine le marché avec 40,38 % des tirages. Il est suivi de la compagnie Power Corporation qui possède le journal *La Presse* et d'autres quotidiens régionaux pour totaliser 31,96 % des tirages. Postmédia, avec le principal journal anglophone de la province, *The Gazette*, possède 13,46 % du tirage quotidien. Transcontinental, qui possède le journal gratuit *Métro Montréal*, a 13,32 % du tirage⁶. Finalement, le *Devoir*, dernier journal indépendant du Québec, représente 4 % de la circulation (Centre d'étude sur les médias, 2012).

1.2 Lock-out au *Journal de Montréal*

Les années 1970 ont été marquées par de nombreuses grèves au sein des journaux québécois. Mais les quotidiens appartenant à Québecor sont plus récents et ne se sont pas trouvés dans cette situation avant le début du siècle. En 2007, un lock-out de 14 mois est déclenché au *Journal de Québec* et peu de temps après, le 24 janvier 2009, un autre lock-out est décrété, cette fois au *Journal de Montréal*.

La convention collective du Syndicat des travailleurs de l'information du *Journal de Montréal* (STIJM) arrivait à échéance le 31 décembre 2008. Ce syndicat local est rattaché à la Confédération des syndicats nationaux (CSN), et bien qu'il soit responsable des négociations pour ce conflit, c'est cette dernière qui possède le dernier mot. En décembre 2008, la STIJM négocie et signe une entente avec la partie patronale. Par la suite, la CSN refuse de l'entériner puisque, selon elle, l'entente demande trop de

⁶ La part de marché de Transcontinental a augmenté en décembre 2013 alors que l'entreprise s'est portée acquéreuse de tous les hebdomadaires de Québecor médias (Brousseau-Pouliot, 2013).

concessions aux employés (Projet J, 2011). Ce rejet prouve la mauvaise foi du syndicat selon la partie patronale qui décide de déclencher le lock-out. Un vote de grève par les syndiqués suit peu de temps après et ces derniers annoncent le lancement d'un nouvel outil de pression syndicale, un site internet d'information. *Ruefrontenac.com* voit le jour.

L'employeur explique que, malgré la santé financière du journal, sa situation reste précaire à cause de la compétition accrue de l'Internet et des journaux gratuits. Cela fait en sorte qu'il ne lui est pas possible de conserver une convention collective aussi avantageuse qu'avant et que les syndiqués doivent accepter de nombreuses concessions pour rester compétitifs. La partie patronale propose d'augmenter de 25 % le nombre d'heures de travail par semaine, de diminuer leurs avantages sociaux de 20 % et de mettre à pied 75 employés. Le journal demande aussi à ce que le contenu produit soit réutilisable sur toutes les plateformes appartenant à la compagnie (sites internet, journaux, magazines, hebdomadaires, chaînes de télévision, etc.), sans compensation salariale (Lemoine, 2009). Isabelle Dessureault, vice-présidente aux affaires publiques chez Québecor Media à l'époque, mentionne que malgré les diminutions encourues, les travailleurs du *Journal de Montréal* continueraient de bénéficier des meilleures conditions de l'industrie et que tous les employés congédiés recevraient une généreuse indemnité de départ (La Presse canadienne, 2009).

De son côté, le président syndical Raynald Leblanc souligne que *Le Journal de Montréal* possède une bonne santé financière, avec des profits de 50 millions en 2008. Il affirme que les syndiqués étaient prêts à faire d'importantes concessions, tant sur le plan de la semaine de travail que sur les heures supplémentaires et la convergence du contenu.

Le déclenchement du lock-out, selon lui, n'était donc pas nécessaire (La Presse canadienne, 2009).

En septembre 2010, Québecor dépose une offre patronale qui est rejetée à 89,3 % par les syndiqués. Cette dernière proposait un retour au travail de 52 employés, imposait une clause de non-concurrence de six mois et demandait la fermeture de *ruefrontenac.com*. Le maintien du site d'information aurait permis de fournir une soixantaine d'emplois, ce qui est plus que le nombre de postes proposés par le journal. Cela explique principalement pourquoi les journalistes se sont opposés à cette entente. Une seconde offre patronale est déposée le 25 février 2011. Cette dernière n'impose plus une clause de non-concurrence et ne demande pas la fermeture de *ruefrontenac.com*. Elle est acceptée à 64,1 % par les syndiqués du *Journal de Montréal* (Baillargeon, 2011). Québecor propose aussi de s'occuper de l'impression de l'hebdomadaire papier du site d'information, mais cette offre n'est pas retenue.

Après 25 mois, le conflit syndical le plus long de l'histoire des médias québécois prend fin. Plusieurs acteurs de l'industrie expliquent la longueur de ce conflit par la capacité du *Journal de Montréal* à continuer sa publication. En réduisant l'impact économique du conflit, la parution du journal a minimisé, selon les syndiqués, leur pouvoir de grève et nuï aux négociations (CSN, 2010). Il faut comprendre que, contrairement au lock-out du *Journal de Québec*, où Québecor avait été reconnu coupable d'utiliser des briseurs de grève (CSN, 2010), la situation au *Journal de Montréal* est plus complexe. Dans ce cas-ci, la partie patronale est favorisée par une désuétude dans la *Loi contre les briseurs de grève* qui date de 1977. Cette dernière définit un « lieu de travail » comme un endroit physique et tangible (Code du travail, 2013). La

loi interdit donc l'accès au lieu de travail à des briseurs de grève, mais ne prend pas en compte la capacité de fournir ce même travail à distance en utilisant les nouvelles technologies (CSN, 2010). Le lock-out du *Journal de Montréal* a d'ailleurs entraîné de forts débats sur la mise à jour de cette loi⁷.

1.2.1 Ruefrontenac.com

Plusieurs mois après avoir lancé leur site d'information *ruefrontenac.com*, les syndiqués du *Journal de Montréal* annoncent la publication d'un hebdomadaire imprimé gratuit, *Rue Frontenac*. Il est alors tiré à 75 000 exemplaires et distribué dans des métros, des cafés et des magasins de Montréal et d'autres régions de la province (Estrie, Mauricie, Outaouais et Québec) (Chouinard, 2010). Composé majoritairement de publicités syndicales à ses débuts, *Rue Frontenac* a de la difficulté à attirer d'autres annonceurs.

À partir de la fin du conflit de travail, *ruefrontenac.com* et *Rue Frontenac* ne sont plus associés à un mouvement syndical et les journalistes espèrent pouvoir aller chercher des annonceurs qui, auparavant, n'étaient pas à l'aise de s'y afficher (Nicoud, 2011). Cependant, les publicités se font attendre, celles des groupes de gauche diminuent et une promesse verbale qu'aurait faite la CSN, de se porter garante de la marge de crédit de l'hebdomadaire, n'est pas tenue (Nicoud, 2011). En mai 2011, à court de ressources et endetté de 120 000 \$, *ruefrontenac.com* se place sous la protection de la *Loi sur la faillite*

⁷ Le 8 décembre 2010, la Commission de l'économie et du travail, via l'Assemblée nationale, reçoit un mandat d'initiative sur la modernisation des dispositions anti-briseurs de grève prévues au Code du travail. Le 1^{er} novembre 2011, la Commission dépose un rapport qui propose « Que le ministère du Travail revoie la notion d'établissement ainsi que la notion d'employeur prévue dans le Code du travail afin de tenir compte de l'évolution des réalités économiques et technologiques, et ce, afin d'établir un juste équilibre du rapport de force entre les parties négociantes lors d'un conflit de travail » (Rapport de la Commission de l'économie et du travail, 2011).

et cesse la parution de son hebdomadaire. Le 15 juin 2011, Marcel Boisvert, un entrepreneur québécois, se manifeste pour acheter les actions du site internet et lui permet ainsi de rester actif. Le 1^{er} juillet 2011, incapables de s'entendre avec le nouveau propriétaire, les journalistes partent et retirent leurs textes du site internet (Boisvert, 2011). Ces articles seront plus tard archivés et mis à la disposition du public sur *exruefrontenac.com*.

Le 5 octobre suivant, le nouveau propriétaire de *ruefrontenac.com* s'associe avec le Groupe Maestro Média, qui est en charge du portail d'information montréalais *LaMetropole.com*. L'éditeur de l'époque et son équipe fournissent alors le contenu de *ruefrontenac.com* (Maestro, 2011), mais, après un certain temps, le site d'information finit par rediriger automatiquement ses lecteurs vers la page d'accueil de *LaMetropole.com*.

Ruefrontenac.com n'est plus.

1.3 La marchandisation de l'information

La marchandisation de l'information signifie que les producteurs et les consommateurs lui reconnaissent une valeur marchande à l'intérieur d'un système d'échange (Gingras, 2006, p.123). La marchandisation de l'information a pour principal effet de remplacer l'importance de sa valeur d'intérêt public (valeur culturelle, politique, etc.) par celle de sa valeur économique (valeur marchande) (Gingras, 2006, p.123). Ce mode de fonctionnement, bien que préexistant, s'amplifie avec l'introduction des médias de masse et de leur modèle d'affaires axé sur la publicité. Ce modèle d'affaires atteint un point culminant au XX^e siècle avec l'introduction de quotidiens gratuits tels que le *24h* et

le *Métro* (Carbasse, 2009). Avec la marchandisation de l'information vient aussi la marchandisation des audiences qui définissent le barème des prix publicitaires (Gingras, 2006).

En 2001, le rapport de la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec sur la concentration de la presse déclare que la logique marchande est en train de modifier les priorités en matière d'information : « Ce qui est considéré comme non rentable par les patrons de presse est alors écarté; et à l'inverse, ce qui génère des profits est encouragé. Pour faire des économies d'échelle, on centralise et on abolit des postes, entraînant ainsi de nombreuses pertes d'emploi; pour rentabiliser les coûts de production, on réutilise les textes, d'un média à l'autre, d'où une uniformisation des contenus » (Commission de la culture, 2001, p.8).

Ce que le rapport démontre, c'est que la marchandisation de l'information est favorisée et favorise à son tour la concentration des entreprises de presse et la convergence des contenus et des ressources. Ces trois phénomènes mis ensemble entraînent une uniformisation du contenu et nuit au droit d'accès à l'information (Carbasse, 2009, p.21).

1.4 La concentration des entreprises de presse

La convergence de l'information et la concentration des entreprises de presse sont deux concepts indissociables et pourtant indépendants. On pourrait dire que la concentration est à l'entreprise ce que la convergence est à son contenu.

Le professeur en communication, Marc Raboy, de l'Université de Montréal, définit la concentration par : « le processus économique et financier qui caractérise un

marché marqué à la fois par la réduction du nombre des acteurs et par l'augmentation de leur envergure » (Saint-Jean, 2003, p.8). En lien avec le principe de marchandisation de l'information, la concentration des médias représente un moyen de maximiser les revenus de l'entreprise tout en réduisant la concurrence (Gingras, 2006, p.133).

La concentration des entreprises de presse se divise en trois temps.

La première phase est celle de l'intégration horizontale (aussi appelée propriété multiple), qui survient lorsqu'une entreprise possède un média et décide d'en acheter plusieurs autres dans la même région géographique. Il s'agit souvent de situation où une entreprise achète ses concurrents afin de générer des économies d'échelle et de créer un marché oligopolistique. Un bon exemple serait celui de Québecor et de Gesca qui, à eux deux, possèdent 97 % du marché de la presse québécoise francophone (Saint-Jean, 2003, Tome 2, p.10).

La seconde phase de concentration est celle de l'intégration verticale, qui a lieu lorsqu'une entreprise souhaite contrôler plusieurs étapes de la production de son média, que ce soit les étapes d'impression, de production, de promotion ou de distribution. Cette concentration permettrait d'être plus compétitif en limitant une partie des coûts reliés à ces différentes étapes. Québecor, par exemple, possède à la fois des journaux, des magazines, des imprimeries et des entreprises de distribution (Saint-Jean, 2003, tome 2, p.10).

La propriété croisée (aussi appelée propriété mixte) est la troisième phase de concentration des entreprises de presse. Il s'agit d'une situation où une entreprise contrôle plusieurs types de médias (papier, radio, télévision, Internet) dans un ou

plusieurs marchés géographiques. Cela lui permet, notamment, de faire de la promotion croisée et, dans certains cas, de réduire les coûts de production. La propriété croisée des entreprises de presse au Québec peut être identifiée aussi tôt que dans les années 1920, alors que Gesca, propriétaire du journal *La Presse*, achète la station de radio CKAC de Québec. Mais ce n'est qu'à partir des années 1980 que la propriété croisée s'impose réellement. Québecor, qui touche à pratiquement tous les secteurs d'activités médiatiques, en est un bon exemple. Bien que l'entreprise ait vendu la totalité de ses hebdomadaires régionaux en décembre 2013 (Brousseau-Pouliot, 2013), elle détient toujours plusieurs journaux, un réseau de télévision (regroupant 10 chaînes dont TVA, la plus regardée de la province), plusieurs magazines, ainsi qu'un important réseau internet avec le portail *canoe.ca*. En plus d'être active dans le domaine de l'imprimerie, elle possède aussi des compagnies de distribution dont ADP et Messageries Dynamiques, ainsi qu'une compagnie de disquaire, Archambault, qui vend aussi des livres, des magazines et autres commodités. Québecor est aussi propriétaire de l'une des plus grandes chaînes de location et de vente de films et de jeux vidéo au Canada via ses magasins Microplay, Jumbo Video et Superclub Vidéotron. La majorité des Superclub Vidéotron offre, de plus, les produits et les services de l'entreprise de câblodistribution Vidéotron : télédistribution numérique avec Illico, services d'accès Internet, téléphonie résidentielle par câble et téléphonie sans fil (Québecor, s.d.).

1.5 La convergence des contenus

Appliquée au domaine des médias, la convergence se divise en cinq catégories. La première est celle de la convergence technologique, qui est rendue possible grâce à la numérisation du contenu. La seconde catégorie permet le partage du contenu entre les

différentes plateformes médiatiques d'une même compagnie. Il est possible, par exemple, de retrouver sur le portail d'information *canoe.ca* de Québecor des vidéos provenant de sa chaîne de télévision TVA et des articles provenant de ses journaux. La troisième catégorie, quant à elle, met en commun le contenu des médias d'un même propriétaire. L'échange de textes entre *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* en est un bon exemple. La quatrième sorte de convergence en est une de coopération entre différentes entreprises de presse. C'est, par exemple, le cas d'Ici Radio-Canada et de Gesca dont la collaboration a fait beaucoup jaser avec la signature d'une entente de principe en janvier 2001 portant, entre autres, sur la promotion croisée⁸. Bien que cette entente ne soit plus valide, une bonne collaboration reste présente entre les deux compagnies (Bernier, 2010). Finalement, la dernière catégorie de convergence est celle de la main-d'œuvre, principalement des journalistes et des photographes, dont les tâches se ressemblent de plus en plus depuis l'introduction des contenus multimédias (Quinn, 2005).

1.6 Liberté d'expression et liberté de presse

Au Canada, la Charte canadienne des droits et libertés reconnaît la « liberté de pensée, de croyance, d'opinion et d'expression, y compris la liberté de la presse et des autres moyens de communication »⁹. Au Québec, la liberté d'expression et d'information est reconnue dans la Charte des droits et libertés de la personne¹⁰.

Ce droit fondamental est par contre ambigu. En effet, il est difficile de déterminer à qui, du journal, du journaliste ou du public, il s'adresse. Puisqu'elle découle du droit à

⁸ Voir le document fourni par le Syndicat des travailleurs de Radio-Canada : http://srcr.gc.ca/documents/080408-LaPresse_SRC.pdf

⁹ Gouvernement du Canada. « Charte canadienne des droits et libertés, Partie 1 de la *Loi constitutionnelle de 1982* ».

¹⁰ Gouvernement du Québec. « Charte des droits et libertés de la personne, chapitre 1, Libertés et droits fondamentaux ».

la libre expression, la liberté de presse peut représenter le droit pour chaque individu d'imprimer et de diffuser ce qui lui plaît. Avant l'émergence d'Internet, les contraintes techniques et monétaires ont fait en sorte que seule une minorité de personnes ou d'entreprises pouvait se targuer de posséder un média et de pouvoir ainsi « imprimer et diffuser ce qui lui plaît ». La liberté de presse représente alors une liberté d'entreprise qui permet à leurs propriétaires de diffuser ce qu'ils veulent, sans risque d'intervention ou de contrôle gouvernemental (Devirieux, 1986, p.50). Les propriétaires de médias défendent fortement cette vision de la liberté de presse qui les protège de toute intervention étatique qui, selon eux, brimerait leur liberté d'expression, le droit du public à l'information et, ultimement, la démocratie.

La liberté de presse est aussi liée au droit du public à l'information, c'est-à-dire la nécessité pour tout individu de savoir ce qui se passe et de connaître la vérité sur les enjeux d'actualité afin de pouvoir mieux participer à la vie démocratique (Devirieux, 1986, p.50). La presse est alors un instrument qui doit à la fois être libre pour bien fonctionner, et surveillée afin d'éviter les dérapages et d'assurer une information de qualité. C'est dans ce but que l'on retrouve, entre autres, le Conseil de presse du Québec (CPQ). Ce dernier est un organisme privé à adhésion volontaire, composé de membres des médias écrits et électroniques québécois. Il agit en tant que tribunal d'honneur et son rôle est de promouvoir les plus hautes normes éthiques de la profession, de veiller au libre accès à l'information et de traiter les plaintes que pose la population sur de potentielles mauvaises conduites de la presse (Devirieux, 1986, p.51).

Le droit du public à l'information est aussi lié au principe de liberté des journalistes qui doivent travailler sans contraintes, qu'elles soient étatiques ou privées.

Pour qu'un journaliste puisse jouer son rôle dans un pays démocratique, il doit premièrement être autonome face au système politique dans lequel il évolue. Il doit être protégé des forces politiques extérieures à son organisation telles que la censure ou l'imposition de lois limitant leur liberté. En deuxième lieu, le journaliste doit être capable de travailler librement dans son organisation, sans pression de la part de la rédaction, de facteurs commerciaux (plaire aux annonceurs, etc.) ou d'autres forces au sein de l'entreprise (Reich & Hanitzsch, 2013). Avec la concentration des entreprises de presse et la convergence du contenu et des ressources, les journalistes sont de plus en plus sensibles aux pressions que peut exercer leur employeur et ils voient leur autonomie de travail diminuer fortement (Reich & Hanitzsch, 2013). C'est dans cette optique que les journalistes du Québec créent, en 1969, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) (Gingras 2006, p.142). Cette association démocratique sans but lucratif rassemble, sur une base volontaire, près de 2 000 journalistes provenant de plus de 250 médias écrits et électroniques québécois. Son but est de défendre la liberté de la presse, sous-entendre ici la liberté des journalistes, et le droit du public à une information de qualité (FPJQ, s.d.).

1.7 Commissions d'enquête

Le discours tournant autour de la liberté de presse et de ses différentes composantes est au cœur du débat sur l'intervention, ou non, de l'État dans l'industrie des médias afin de limiter la concentration des entreprises de presse. Le gouvernement fédéral s'intéresse à la pertinence d'une telle intervention depuis un bon moment et il a commandé deux commissions d'enquête sur le sujet, une en 1969 et l'autre en 1981. Le Gouvernement du Québec a par la suite enchaîné, au début du XX^e siècle, avec la mise sur pied d'une commission d'enquête sur l'état de la concentration des entreprises de

presse au Québec (2001), d'un Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information au Québec (2003) et, finalement, avec la commande d'un rapport sur l'avenir de l'information au Québec dans le contexte des changements technologiques (2009).

La première commission d'enquête sur la concentration des entreprises de presse est mise sur pied en 1969 par le Sénat canadien. Le rapport Davey qui en découle fait état d'une progression irréversible de la concentration des entreprises de presse et considère que cette dernière nuit à la quantité et la diversité de l'information, ainsi qu'au droit du public à l'information. La commission Davey considère qu'il est du devoir du gouvernement de protéger le droit du public à l'information et d'intervenir afin de minimiser les effets négatifs de la concentration. La majorité des recommandations du rapport ne sont pas retenues par le gouvernement, qui se contente d'inciter la création de Conseils de presse indépendants dans les différentes provinces canadiennes (Centre d'étude sur les médias, 2001).

En 1981, la Commission royale d'enquête sur les quotidiens suit les traces de la commission Davey et soutient que l'état de la concentration des médias a atteint un point critique de non-retour. Certains empires médiatiques, loin d'essayer de se concurrencer, se divisent maintenant le marché (Falardeau, 1986, p.91). Le rapport Kent affirme que « La liberté de la presse n'est pas l'apanage des propriétaires des médias. Elle est un droit du peuple » et va beaucoup plus loin que le rapport Davey. Il demande au gouvernement canadien d'intervenir et de démanteler certains quasi-monopoles dans certaines régions et de favoriser la création de nouvelles entreprises de presse par la création de subventions spécifiques à cet effet (Falardeau, 1986, p.91). Les conclusions du rapport Kent, à l'instar

de celles du rapport Davey, sont ignorées en grande majorité par le gouvernement (Centre d'étude sur les médias, 2001).

Il faudra attendre les débuts du XXI^e siècle pour voir le gouvernement québécois s'intéresser à son tour au débat sur la concentration des entreprises de presse (Gingras, 2006, p.147). En 2001, le parlement québécois donne à la Commission parlementaire sur la culture le mandat d'étudier les problèmes liés à la concentration des médias et de soumettre des recommandations. Les journalistes de la province, via la FPJQ, y déposent un mémoire réclamant une loi sur la diversité des voix et l'interdiction de propriétés croisées (assurant ainsi l'indépendance des salles de presse) (St-Jean, 2002, p.219). Les conclusions du rapport soulignent l'importance d'accompagner l'accroissement de la concentration des médias par une augmentation de leur transparence et de leur imputabilité (Commission de la culture, 2001).

En 2003, c'est au tour d'un Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information, mené par Armande St-Jean, de prendre la relève. Le constat est le même qu'en 2001, mais le rapport St-Jean est plus critique dans ses conclusions. Elles proposent, entre autres, que le gouvernement adopte des mesures de vigilance et d'observation et introduise des mesures obligeant l'autoréglementation des entreprises et l'adhésion à un code déontologique assurant l'autonomie de leurs journalistes. Avant tout, le rapport souligne l'importance de créer une campagne d'information et de sensibilisation de la population sur l'état actuel des médias québécois et d'effectuer des séances de consultations publiques sur les mesures à adopter (Saint-Jean, 2003, tome 1). Les recommandations provenant de la Commission parlementaire et du Comité conseil resteront lettre morte (Gingras, 2006, p.147).

Finalement, en novembre 2009, Mme Dominique Payette reçoit de la part du gouvernement québécois le mandat « de mener une analyse sur l'avenir de l'information au Québec dans le contexte des changements technologiques » (Ministère de la Culture et des Communications, 2009). Cette dernière soumettra son rapport en janvier 2011, et bien que la concentration des médias ne soit pas au cœur de son mandat, la question de l'absence de législation à son endroit est abordée. Elle soutient que cette lacune ne provient pas uniquement d'une incapacité réglementaire ou législative, mais qu'elle est aussi causée par un important paradoxe au cœur de la production de l'information. « La production d'un bien collectif, essentiel au fonctionnement de la démocratie, est dévolue à des entreprises privées astreintes à une logique commerciale légitime dans le système économique qui prévaut au Québec » (Payette, 2010, p.12). Afin d'améliorer la situation, le rapport recommande l'adoption d'une loi reconnaissant le statut de journaliste professionnel et une valorisation de ce dernier au travers de subventions salariales offertes à l'employeur lors de leur embauche (Payette, 2010, p.78-85). Pareillement, le rapport propose d'encourager l'adhésion des médias au Conseil de presse du Québec en rendant celle-ci nécessaire à leur éligibilité aux dites subventions salariales, ainsi qu'à l'accès aux contrats publicitaires du gouvernement (Payette, 2010, p.85-89). Parmi les nombreuses autres recommandations du rapport, on retrouve aussi la mise à jour de la loi sur les briseurs de grève, afin qu'elle tienne compte de l'impact des nouvelles technologies (Payette, 2010, p.91).

Malgré l'urgence des recommandations qui ressortent de chacune de ces études, les deux paliers de gouvernement hésitent à s'embarquer dans un débat de société complexe sur la concentration des entreprises de presse et sur une potentielle intervention

étatique qui est déjà dépeinte, par certains acteurs, comme une atteinte à la liberté de presse (St-Jean, 2002, p.220). Cette situation explique en bonne partie l'impasse dans laquelle se trouvent la population et le gouvernement.

Ce projet de recherche s'intéresse donc à la question de la propriété des médias et de la qualité de l'information qu'ils produisent, un sujet complexe qui est au cœur des débats actuels. Puisqu'il n'existe maintenant au Québec que quelques joueurs dans l'industrie de l'information, il serait intéressant de voir si, et comment, leur contexte organisationnel peut affecter la qualité de l'information qui est produite.

Chapitre 2 Revue de littérature

2.1 Qualité de l'information

La qualité de l'information étant un concept aussi complexe qu'important à saisir, nous avons fait un survol des recherches les plus pertinentes sur le sujet. C'est le cas de l'étude américaine de Rosenstiel et collab. (2003) qui a étudié l'impact du type de propriété sur la qualité des nouvelles diffusées par les chaînes de télévision. Cette étude nous intéresse pour sa conceptualisation de l'« information de qualité ». Les chercheurs ont créé un groupe de discussion composé de 13 reporters télévisés qui ont débattu sur ce qu'ils considèrent être une information de qualité. Lors des échanges, les six points qui sont ressortis étaient l'importance de : couvrir toute la communauté (nombre de sujets abordés); d'être informatif (pertinence du sujet et lien entre la nouvelle et un thème plus important); de démontrer de l'esprit d'entreprise et du courage (degré d'effort mis dans la couverture de la nouvelle); d'être neutre, objectif et exact (nombre de sources et de points de vue); en plus d'être crédible (type de sources utilisées) et axé sur le local (explication et lien avec des enjeux locaux). Ces caractéristiques ont par la suite été validées à l'aide de quatre autres groupes de discussion qui sont, eux aussi, arrivés aux mêmes conclusions.

Une autre recherche, menée par Huang, Rademakers, Fayemiwo et Dunlap (2004), s'intéresse à la convergence et son impact sur la qualité du journal *The Tampa Tribune* (Floride). Les chercheurs ont effectué une analyse de contenu et ont conceptualisé la qualité du journal en adaptant les résultats de l'étude de Rosenstiel et collab. (2003) à un document sur les valeurs journalistiques que le *Tampa Tribune* avait publié. Ils en sont venus à la liste d'indicateurs suivants : l'objectivité et l'exactitude du

journal, sa capacité à corriger rapidement les erreurs, à donner une voix aux minorités (en couvrant la communauté dans toute sa diversité), à faire preuve de compassion (en respectant le droit à la vie privée) et, enfin, à jouer son rôle de surveillance (« watchdog role »). Les conclusions de cette recherche indiquent que, même trois ans après la convergence, la qualité de l'information du journal est restée principalement inchangée.

Deux autres études importantes se sont intéressées à la qualité de l'information dans des journaux. Bien qu'elles possèdent une conceptualisation similaire aux deux recherches précédentes, celles-ci ont utilisé une méthodologie différente. La première recherche est menée par Miles Maguire (2005) et s'intéresse à l'impact du changement de propriétés d'un journal sur la qualité de son information. L'auteur utilise le *Oshkosh Northwestern*, un journal américain, pour faire une étude de cas. Il conceptualise la qualité de l'information sur sept critères préétablis par le spécialiste Léo Bogart en 1989. Ces critères sont : l'exactitude, l'impartialité, l'esprit d'enquête (volonté de chercher plus loin, par exemple; ne pas juste recopier un communiqué de presse), la présence de journalistes spécialisés, la personnalité des journalistes, leur esprit civique et leur style d'écriture. Maguire a quant à lui ajouté deux critères supplémentaires, à savoir celui de l'esprit d'initiative du journaliste et de son rôle de surveillance (« watchdog role »). Bien que d'apparence pertinente, ces deux additions n'ont pas été justifiées par l'auteur. Les résultats de cette étude indiquent que la qualité de l'information du journal a changé en fonction des différents propriétaires, mais il n'est pas possible d'isoler clairement les facteurs en cause.

La seconde recherche, cette fois menée par Koang-Hyub Kim et Philip Meyer (2005), avait pour but de revalider et mettre à jour la conceptualisation présentée par

Bogart (1989), qui provenait des réponses d'un sondage sur les indicateurs de qualité d'un journal mené auprès de 746 éditeurs de journaux. Sur une liste de 23 indicateurs importants, seuls les sept critères énumérés plus haut étaient unanimes. Les chercheurs Koang-Hyub et Meyer ont réévalué les indicateurs de Bogart en adaptant sa méthodologie au contexte médiatique américain actuel qui diffère beaucoup de celui étudié en 1989. Les résultats obtenus, malgré 16 ans d'écart, n'ont pas indiqué de changement radical dans le classement des indicateurs de la qualité des journaux parmi les répondants (coefficient de corrélation de 0,77) (Meyer, 2005). Cette recherche est donc très intéressante pour notre projet, car elle démontre que les indicateurs de Bogart sont stables et transférables à différents contextes de travail.

En dehors de l'impact de la convergence sur la qualité de l'information, d'autres facteurs organisationnels ont aussi été étudiés. C'est le cas de la recherche menée par Johanna Dunaway (2011), qui s'est intéressée aux différents facteurs organisationnels qui peuvent affecter la couverture des nouvelles en période électorale. Ces résultats ont indiqué que la division du travail, la spécialisation du média et le type de propriété sont les éléments dans l'organisation qui affectent le plus souvent la qualité de l'information traitée durant une période électorale.

Finalement, un article écrit par Beth E. Concepción (2011), qui examine la perception de journalistes télévisées sur les conflits de pouvoir et leur impact sur la sélection de l'information, nous intéresse pour sa présentation de la hiérarchie des modèles d'influence de Reese. Cette hiérarchie des influences illustre de quelle façon les journalistes fonctionnent à l'intérieur d'un réseau de contraintes organisationnelles et idéologiques. Il existe, dans ce modèle, cinq niveaux d'influence. Le premier niveau se

situe au niveau de l'individu (lui seul décide du contenu), le second niveau est celui des routines (le contenu est sélectionné sur la base de normes et de valeurs préétablies; intérêt public, controverse, etc.), le troisième niveau est celui des forces organisationnelles (où les décisions sont prises en groupe et selon les intérêts du groupe), le quatrième niveau est celui des forces hors du média (le marché économique, l'audience, les publicitaires, entre autres facteurs, sont pris en compte), et le dernier est le niveau des forces idéologiques (idéologies et visions dominantes de la société). Les résultats de cette étude semblent indiquer que l'autonomie perçue par les journalistes sondés diminue avec le temps, alors qu'ils vivent de plus en plus souvent de pressions provenant de leur supérieur, souvent au nom de sources extra organisationnelles telles que des annonceurs. C'est dans cette logique que notre projet de thèse propose d'étudier en quoi le troisième niveau d'influence, celui des contraintes organisationnelles, affecte l'autonomie des journalistes et la qualité du travail qu'ils produisent.

2.2 Contexte organisationnel

2.2.1 Les salles de nouvelles des journaux papiers et en ligne

Puisque notre projet de recherche compare le contexte organisationnel de deux médias différents, un quotidien papier et un site d'information, nous avons cru bon de regarder en quoi leurs routines de travail pouvaient différer l'une de l'autre. Le fonctionnement des salles de rédaction des journaux imprimés et de leur site internet est un sujet d'étude relativement récent, puisque peu de journalistes y travaillaient exclusivement dans les premières années (Carbasse, 2009). Certaines études se sont tout de même penchées sur la question et l'une des plus intéressantes a été menée par

Stéphane Cabrolié (2009), qui compare le fonctionnement du journal *Le Parisien* et son homologue en ligne *parisien.fr*. L'étude montre que la salle de rédaction du journal et celle de son site internet sont séparées l'une de l'autre et que la collaboration entre leurs journalistes, qui possèdent une routine de travail différente, est minime (Cabrolié, 2009, p.137). Le travail des journalistes Web, contrairement à celui des journalistes papier, se divise en deux parties. La première consiste à faire du travail « de bureau », où les journalistes mettent à jour les informations du site internet au fur et à mesure que les histoires évoluent (Cabrolié, 2009, p.139). La seconde partie de leur travail porte sur la recherche d'histoires et la création de reportages qui, afin de se démarquer des reportages imprimés, prennent souvent une forme multimédia sur laquelle le journaliste travaille (prises de son, montage vidéo, etc.). De plus, le nombre réduit d'effectifs sur Internet fait en sorte que les journalistes se promènent souvent d'un sujet à l'autre, sans « beats » attirés et qu'ils n'ont pas le temps d'entretenir un réseau d'informateurs aussi poussé que leurs collègues de la presse écrite (Cabrolié, 2009, p.140-142).

Une autre étude, effectuée cette fois auprès des journalistes du site d'information appartenant au quotidien *The Irish Times* en 2001 (Cawley, 2008), a permis de comparer leur routine de travail à celle des journalistes du quotidien. Les journalistes et les rédacteurs Web rencontrés ont indiqué que leur salle de nouvelles était plus petite et qu'elle possédait une ambiance plus décontractée. Contrairement à la salle de nouvelles du quotidien, les éditeurs et les autres cadres ne possèdent pas de bureaux fermés et travaillent dans le même environnement que les journalistes. Tous les matins, les journalistes du site internet se rassemblent pour une réunion de groupe au cours de laquelle les sujets d'actualités sont présentés et assignés. Leur rédacteur en chef se

prépare ensuite à assister à la réunion des rédacteurs du journal, où les sujets choisis pour l'édition du lendemain sont discutés. Les nouvelles sélectionnées pour le Web diffèrent de celles choisies pour le quotidien. Alors que le site internet priorise les « Breaking News » et les événements en cours de développement, le journal préfère les sujets plus lourds qui demandent à être analysés et développés. Les rédacteurs se réunissent à deux autres reprises dans la journée. Une fois en après-midi pour couvrir l'évolution des nouvelles du matin et une autre fois en début de soirée, vers 18 heures, pour couvrir les nouvelles de dernière minute. Le rédacteur en chef du site internet est présent lors de ces rencontres afin d'assurer, entre autres, que ses journalistes ne devancent pas une exclusivité du quotidien (Cawley 2008, p.54-57).

Plusieurs différences ont aussi été relevées dans la routine de travail des journalistes du quotidien *The Irish Times* et son homologue en ligne. En plus de couvrir des sujets différents, les journalistes Web écrivent des articles plus courts parce que leur audience principale ne dispose généralement pas, contrairement à celle des journaux, de l'intérêt ou du temps nécessaire pour lire de longs articles (Cawley dans Paterson, Domingo et Lang, 2008, p.52). Cette étude, ainsi que plusieurs autres (Allan & Thorsen, 2011; Garcia, 2008; Mitchelstein & Boczkowski, 2009), a mis de l'avant la polyvalence des journalistes Web qui sont à la fois rédacteurs, éditeurs, photographes, preneurs de son et créateurs vidéos. Ils sont en charge de prendre les photos dont ils ont besoin, de s'occuper de la mise en page de leur texte, de trouver le titre approprié et de créer les contenus audio et vidéo dont ils pourraient avoir besoin.

Ces changements dans la structure et le fonctionnement des salles de nouvelles de la presse écrite en ligne ont entraîné une mutation dans le processus de production de la

nouvelle et dans la routine de travail des journalistes (Carbasse 2009, p.12) qui s'adaptent aux nouveaux modes de production de la nouvelle. La transition sur le Web a permis à la presse écrite non seulement de partager son contenu sur une nouvelle plateforme, mais de le faire en utilisant des moyens de production audio et vidéo qui étaient autrefois la chasse gardée de la radio et de la télévision. La routine du journaliste doit aussi s'adapter à un nouveau cycle de production continu de l'information. Sur l'Internet, l'instantanéité domine et impose une couverture en continu de l'information. Lorsqu'un évènement survient, un court texte est généralement écrit afin de le mettre en situation et il est mis à jour plusieurs fois au cours de la journée selon les développements (Carbasse, 2009, p.13). Le journaliste professionnel en ligne n'appartient pas au papier, à la radio ou à la télévision, il appartient à tous ces genres à la fois (Fenton & Witschge, 2011).

La presse écrite québécoise sur le Web

Internet est devenu une plateforme médiatique de masse dans les années 1990. Ses coûts de production et de distribution moindres, ainsi que l'instantanéité de sa diffusion, lui ont permis de devenir, en 10 ans, un des principaux moyens d'information de la population (Carbasse, 2009, p.1-2). L'industrie de la presse écrite, qui y voit l'opportunité de compenser ses pertes d'audience et de revenus publicitaires, suit le pas et devient un acteur majeur de l'information en ligne.

Les premières années de la presse écrite sur le Web sont marquées par une reproduction en ligne de ses textes imprimés. Plus tard, l'Internet est vu par la majorité des médias non plus en tant que plateforme secondaire de diffusion, mais comme une plateforme complémentaire pour laquelle ils créent du contenu original (Dossiers, complément d'information, produit audio/vidéo, etc.) (Carbasse, 2009, p.43).

Cette évolution n'est pas facile pour les journaux qui peinent à trouver un modèle d'affaire profitable sur le Web alors qu'il y a surabondance d'information gratuite. Dans cette situation, les entreprises de presse doivent de nouveau choisir entre offrir un contenu gratuit aux utilisateurs et miser principalement sur les revenus publicitaires et la promotion croisée pour être rentables, ou bien offrir un contenu original et de qualité moyennant un coût d'abonnement.

Au Québec, l'on retrouve trois principales entreprises de presse privées sur Internet, soit le portail d'information *Canoë.ca* pour Québecor, le portail d'information *lapresse.ca* (anciennement *Cyberpresse.ca*) pour Gesca et le site internet du *Devoir*. Dernièrement, les nombreux hebdomadaires de Transcontinental aspirent à emboîter le pas.

Canoë.ca est le plus populaire avec 27 % de l'achalandage des sites d'information au Québec. Ce portail rassemble le contenu d'information et de divertissement des différents médias appartenant à Québecor (*Journal de Montréal*, *Journal de Québec*, TVA, LCN, magazines, etc.) et fait la promotion croisée de l'entreprise (Carbasse, 2009, p.65). Le portail tire la majorité de ses revenus de la vente d'espaces publicitaires, du commerce électronique, des petites annonces et de la vente d'éditions électroniques à moindre coût de ses journaux (Carbasse, 2009, p.65).

Lapresse.ca est un autre portail d'information important au Québec et il regroupe le contenu produit par les journalistes, papier et Web, appartenant à Gesca. Il tire profit, de la même manière que *canoe.ca*, de la vente de publicités, de la promotion croisée et des petites annonces. En plus de son portail d'information, Gesca annonce en avril 2013

le lancement de l'application *La Presse+* pour Ipad (2^e génération et plus). Il s'agit d'une combinaison du journal papier *La Presse*, des opportunités interactives du Web et de la vidéo, et offre une gamme de contenu exclusif à ce format de nouvelles. Il s'agit donc d'une troisième plateforme complémentaire d'information offerte par la compagnie aux utilisateurs. La version électronique de *La Presse+* peut être téléchargée tous les matins (incluant les dimanches et la majorité des jours fériés) vers 5 h 30 avant l'heure habituelle de distribution des journaux papier. Elle est constamment mise à jour afin de suivre les nouvelles en continu (<http://plus.lapresse.ca>). Ce type d'application est encore trop récent dans le milieu journalistique québécois pour déterminer si, à l'exemple de leur mouvement sur le Web, le reste de la presse écrite va suivre le pas. Il s'agit d'un contexte de travail encore peu connu et il sera intéressant dans le futur de voir en quoi la routine de travail de ses journalistes diffère de celle du journal imprimé et du Web.

Le Devoir, dernier quotidien indépendant du Québec, se trouve lui aussi sur Internet, mais avec la différence notable qu'il possède un site d'information, *ledevoir.com*, et non un portail regroupant plusieurs médias. Le contenu du site internet est divisé en trois sections. La première partie, qui représente deux tiers du contenu, est accessible gratuitement. La seconde partie représente le tiers restant du contenu qui est réservé aux abonnés du quotidien. La dernière section du site est une version électronique du journal papier qui est disponible à moindre coût (Carbasse, 2009, p.87). *Le Devoir* est le premier site d'information de la presse écrite québécoise à avoir installé un « paywall » pour une partie de ses articles. Il s'agit du quotidien québécois qui dépend le moins de la publicité, alors que la moitié de ses revenus proviennent des coûts d'abonnements (*Projet J*, 2011).

2.2.2 Conflits de travail dans la presse écrite

À partir des années 1960, les États-Unis et le Canada font face à un nombre important de grèves dans l'industrie des médias. La majorité d'entre elles porte sur de meilleures conditions de travail, généralement liées à la menace grandissante de la concentration des entreprises de presse et de leur stratégie de convergence.

C'est le cas, entre autres, de la grève de 1965 au *New York Times*. Selon le chercheur James F. Tracy (2004), cette grève de 25 jours portait sur la menace de mécanisation de la salle de nouvelles et sur la diminution des emplois liés au risque de convergence des ressources et des effectifs du journal. Le *New York Times* n'a pas été publié pendant la grève, parce que les autres syndicats de travailleurs, solidaires des syndiqués du journal, ont refusé d'y travailler. Après de nombreuses négociations, le journal et ses employés en sont venus à un compromis qui bonifie le régime de retraite et inclut une protection contre les suppressions de postes reliées à l'automatisation de certaines tâches.

Deux ans plus tard, c'est au tour du *Los Angeles Herald Examiner* de s'embarquer dans un conflit de travail qui durera 10 ans, de 1967 à 1977 (Brennen, 2005). Cette grève est différente de celle du *New York Times*, car elle ne tourne pas autour de la convergence, mais plutôt sur des conditions de salaire inférieures aux autres journaux de sa région. Durant les 10 années de grève, le journal continue d'être publié avec le travail de briseurs de grève. En plus des heures de piquetage traditionnelles, les grévistes font du porte-à-porte pour sensibiliser la population au conflit et tenter de les convaincre d'annuler leur abonnement au journal. Après six semaines de grève, le journal avait perdu

28 % de son tirage quotidien et 15 millions de dollars en revenus publicitaires après un an. De son côté, la grève a coûté plus de cinq millions de dollars au Syndicat des travailleurs qui, malgré le soutien financier de nombreux organismes, a dû emprunter de l'argent à sa centrale syndicale. Après ces 10 années de grève et de refus de négociation de la part patronale, le *Los Angeles Herald Examiner* n'a pas été capable de reconstruire son lectorat et de solidifier ses revenus publicitaires. En 1989, en manque d'alternative, le journal ferme ses portes (Brennen, 2005).

Au Canada, la situation de l'industrie médiatique n'est pas très différente, mais le peu d'études produites se concentre sur une période plus récente. C'est le cas de la recherche menée par la journaliste Vicki Barnett (2003), qui raconte la grève de son journal, le *Calgary Herald*, en octobre 1999, et expose les différents moyens de pression posés par les syndiqués. Selon elle, les changements dans la gestion du journal et l'ingérence de la direction ont poussé les employés à se syndiquer et, par la suite, à voter en faveur de la grève qui dura jusqu'en juin 2000. Durant cette grève, les syndiqués ont utilisé les ressources technologiques à leur disposition pour garder leur troupe motivée et pour informer la population des enjeux du conflit. En plus des piquets de grève, un site internet est créé pour faire connaître leur point de vue de la situation¹¹. Ils ont aussi distribué des dépliants qui informaient sur l'évolution du conflit et invitaient les gens à visiter leur site internet pour plus de détails. L'auteure de cette étude souligne que le site internet a joué un rôle important, palliant au manque de couverture des autres médias et la couverture négative du journal toujours en publication malgré le conflit. L'auteure conclut que la principale lacune du syndicat dans cette grève était l'absence d'une source

¹¹ À cette époque, 75 % des syndiqués possédaient une connexion internet à la maison.

d'information alternative vers laquelle diriger les annonceurs publicitaires et les lecteurs du journal. La mise en place d'un journal électronique avait été abordée vers la fin du conflit, mais n'a jamais vu le jour.

En 2005, c'est au tour des syndiqués de la Société Radio-Canada (SRC) de tomber en lock-out après s'être opposés à la diminution d'un nombre déjà restreint d'emplois permanents. La journaliste Karen Wirsig (2007) explique que pendant huit semaines, la SRC a suspendu sa programmation radio, télévisuelle et en ligne. Une entente qui limite le nombre d'employés temporaires et augmente leur sécurité d'emploi est signée peu de temps avant le début de la saison de hockey. Lorsque la SRC suspend ses activités, des journalistes en lock-out, au travers du Canada, décident de combler ce manque de service à la population. Une station de radio diffusée sur Internet et de nombreux blogues d'information sont créés et traitent autant du conflit que des nouvelles d'actualités. Plusieurs journalistes se rendent dans les radios de campus et les radios communautaires pour discuter du conflit et fournir un service général d'information. Certains vont même se rendre dans les localités éloignées qui sont généralement dépendantes des services de radiodiffusion de la SRC. Un site internet sur le conflit est aussi mis sur pied dans chacune des langues officielles et, par la suite, un site d'information générale est mis sur pied pour remplacer celui en arrêt de service de la SRC.

Ces études nous montrent que, durant les conflits de travail dans l'industrie des médias, les compétences professionnelles des syndiqués sont souvent utilisées comme moyen de pression et comme outil de service public. Ce fut le cas aussi durant le conflit de travail au *Journal de Québec*, où les employés syndiqués, en réaction au déclenchement du lock-out en avril 2007, ont créé un journal quotidien imprimé suivi

d'une version Internet (Raymond, 2007). *Média Matin Québec* était le premier journal quotidien gratuit à faire son entrée à Québec et il a cessé d'être publié lorsque le conflit de travail a pris fin en août 2008. L'idée de créer *ruefrontenac.com* par les employés en lock-out du *Journal de Montréal* n'était donc pas une réaction hors du commun pour leur situation. Par contre, contrairement à Québec, Montréal possédait déjà plusieurs journaux imprimés gratuits et c'est pourquoi ils ont commencé par un site internet d'information. Le *Journal de Montréal* peut être un exemple, au même titre que tout conglomérat médiatique, de la mentalité de la liberté de presse qui la définit par la liberté de l'entreprise de publier ce qu'elle souhaite sans risque d'intervention étatique. *Ruefrontenac.com*, pour sa part, peut représenter la liberté de presse en tant que liberté des journalistes de travailler hors de toutes contraintes. Compte tenu de l'importance des contraintes organisationnelles mises en évidence par certaines recherches citées plus haut, nous émettons donc l'hypothèse que les journalistes, lorsque soumis aux contraintes du contexte organisationnel du *Journal de Montréal*, produisent des articles de moindre qualité comparativement à ceux qu'ils produisent dans le contexte organisationnel du site d'information *ruefrontenac.com*.

Chapitre 3

Opérationnalisation

3.1 Qualité de l'information

Pour notre opérationnalisation de la qualité de l'information, nous nous sommes basés sur celle de Rosenstiel et collab. (2003) qui ont créé et validé une échelle de mesure reproductible. Nous avons gardé six des sept critères identifiés par ces chercheurs à savoir : couvrir toute la communauté; être d'intérêt public; démontrer de l'esprit d'entreprise et du courage; être neutre, objectif et exact; être crédible, ainsi que d'être axé sur le local. Puisque notre recherche se penche sur la qualité de l'information dans des articles de journaux et non pas du point de vue global d'un journal, nous avons dû adapter ces indicateurs. Nous n'avons pas considéré la variable « couvre toute la communauté » qui n'est pas identifiable à l'unité. De plus, nous avons décidé de ne pas attribuer de valeur normative aux critères d'initiative et de courage, qui seraient difficilement évaluable à la lecture d'un nombre restreint d'articles.

Nous avons donc adapté les concepts de Rosenstiel et collab. (2003) à notre situation. Nous avons par la suite approfondi, à l'aide d'études supplémentaires, la conceptualisation de nos six indicateurs qui sont ainsi regroupés : l'intérêt local de l'histoire; son intérêt public; un traitement rigoureux et exact; un traitement équitable; une information crédible; et finalement, un esprit d'initiative et de courage.

3.1.1 Intérêt local

Le contexte local est une valeur récurrente dans la définition d'une information de qualité. C'est pour cette raison que nous cherchons à savoir si les articles étudiés

possèdent un point de vue local ou non. Pour les besoins de notre recherche, nous avons défini « local » par la région de Montréal et ses environs. Puisque *Le Journal de Montréal* est axé sur cette ville, il est pertinent de prendre en compte son public cible dans notre évaluation du contenu local.

Nous avons catégorisé l'intérêt local des articles selon la conceptualisation validée de Rosenstiel et collab. (2003) :

- Information d'urgence (ex. : crise du verglas);
- Histoire nationale avec un impact local (ex. : élections nationales);
- Histoire touchant une partie géographique de la région locale (ex. : construction);
- Histoire influençant un groupe ou une institution locale (ex. : collecte de fonds);
- Histoire nationale ou internationale sans impact local (ex. : guerre palestinienne);
- Article de fond sans histoire locale (ex.: reportage sur les relations canado-américaines).

Les articles ont été catégorisés puis notés. Les articles possédant une valeur locale ont reçu un point et les autres articles n'en ont obtenu aucun. Il est important de ne pas leur enlever de point, car bien qu'il s'agisse d'un indicateur important, un article peut tout de même être de qualité sans posséder de point de vue local.

3.1.2 Intérêt public

La définition de ce qu'est une information d'intérêt public est importante en ce qu'elle diffère de la curiosité du public. L'information d'intérêt public serait, selon l'Ombudsman de la Société Radio-Canada, « [...] toute information qui pourrait être utile au citoyen pour bien comprendre un évènement ou une situation susceptible d'avoir, pour lui, une signification sociale, politique ou économique » (cité dans Bernier, 2005, p.140).

Nous avons utilisé les huit critères de l'intérêt public tels que présentés dans le livre *Éthique et déontologie du journalisme* de Marc-François Bernier (2005, p.141) qui vont comme suit:

- L'information concerne un grand nombre d'individus (ex.: fermeture d'une usine et perte d'emploi);
- L'information est plus bénéfique que néfaste pour le plus grand nombre (ex.: couverture sur la grippe h1n1 et le risque de créer une panique versus permettre une décision éclairée sur la vaccination);
- L'information est utile pour éclairer les citoyens dans les choix qu'ils ont à faire quant à leurs comportements politiques, sociaux, économiques, religieux et autres (ex.: débat sur l'avortement, le suicide assisté, etc.);
- L'information favorise la participation à la vie démocratique (ex.: couverture de débat de société tel que le sommet sur les frais de scolarité);
- L'information concerne le fonctionnement d'institutions publiques ou l'utilisation de fonds publics (ex.: couverture de la commission Charbonneau);
- L'information est de nature émancipatrice (Elle est instructive et rend la personne plus autonome dans son quotidien. Ex.: information facilitant la

production des déclarations de revenus ou des choix économiques, politiques, etc.);

- L'information ne profite pas seulement à quelques-uns au détriment du plus grand nombre (à l'opposé des publicités commerciales);
- L'information a un lien démontrable avec la sphère publique (ex.: couverture d'une soirée électorale).

Chacun de ces critères est synonyme d'intérêt public, et plus l'article en possède, plus son niveau d'intérêt public est élevé. Nous avons donc attribué aux articles une note en conséquence. Si l'article ne remplit aucun de ces critères, il obtient un zéro, alors qu'un point par critère rempli lui est attribué jusqu'à une concurrence de 5 points (1 critère = 1 point, 2 critères = 2 points (...), 5 critères et plus = 5 points).

3.1.3 Rigueur et exactitude

Toujours selon le livre de Bernier (2005), l'exactitude est liée à l'absence d'erreur factuelle et la rigueur serait liée à l'absence d'erreur subjective, d'interprétation ou de raisonnement (Bernier, 2005, p.189). On peut donc facilement voir le lien entre ces deux normes journalistiques. Pour ces deux variables, nous avons évalué le nombre de témoignages et de points de vue recueillis, l'existence ou non d'une mise en contexte, ainsi que le type d'argumentation utilisée.

Pour commencer, nous avons noté le nombre de sources utilisées et de points de vue traités par article. Les « points de vue » sont classés selon les trois catégories présentées par Rosenstiel et collab. (2003): un seul point de vue, plus d'un point de vue dont l'un est majoritaire et une pluralité de points de vue sans prédominance claire. Le

nombre de sources utilisées est par la suite analysé, toujours selon les catégories de Rosenstiel et collab. (2003): aucune source, une source ou plusieurs sources. Dans les deux cas, la première catégorie ne reçoit aucun point, la seconde catégorie en reçoit un et la troisième catégorie en reçoit deux. Un article est considéré plus exact et rigoureux lorsqu'il possède plus d'un point de vue et plus d'une source d'information.

Par la suite, les articles ont été évalués selon l'existence, ou non, d'une mise en contexte permettant une meilleure prise de position sur les arguments présentés. Les notions de rigueur et de vérité telles que défendues par le *Guide de déontologie des journalistes du Québec* (cité dans Bernier, 2005, p.268) stipulent que les journalistes doivent « *situer dans leur contexte les faits et les opinions dont ils font état de manière à ce qu'ils soient compréhensibles, sans en exagérer ou en diminuer la portée* ». Les articles ont reçu un point lorsqu'ils possédaient une mise en contexte et zéro lorsqu'ils n'en possédaient pas.

La dernière variable permettant l'évaluation de la rigueur et de l'exactitude est celle de l'absence d'arguments fallacieux dont nous proposons une liste complète plus bas. Un argument fallacieux est un argument qui aurait pour but d'inciter le public à adhérer à certaines conclusions pour de mauvaises raisons (Bernier, 2005, p.203). Les arguments fallacieux, aussi catégorisés pour la plupart dans les paralogismes formels et informels de Normand Baillargeon (2005, p.19-89), tombent dans la catégorie du discours stratégique qui se base sur la manipulation et la déformation des faits par le langage. Ils sont donc en opposition au discours communicationnel du journalisme, qui recherche la prise de décision éclairée par la discussion et l'argumentation rationnelle. Pour qu'un article de journal soit de qualité, il doit donc éviter d'utiliser les procédés

suivants tirés du livre de Bernier (2005, p.205-208) et de Baillargeon: *Petit cours d'autodéfense intellectuelle* (2005, p. 19-89) :

- L'attaque *ad hominem* (s'en prendre à une personne, non à ses arguments, en insinuant qu'il existe un lien entre les traits de caractère d'une personne et les opinions qu'elle présente alors qu'il n'y en a pas);
- L'accent (changer le sens d'une affirmation en changeant l'intonation utilisée pour prononcer certains mots. Ex. : « On ne doit pas dire de mal de nos AMIS » peut vouloir dire, en mettant l'accent sur le mot « amis », qu'il peut être acceptable de dire du mal de ceux qui ne le sont pas);
- Faux dilemmes (ne pas présenter de façon juste et exhaustive les choix qui s'offrent à nous en se limitant à un nombre restreint d'options dont une seule peut sembler acceptable, alors qu'il en existe d'autres);
- Équivoque (attribuer deux significations différentes à un même terme);
- L'argument d'ignorance (conclure en la fausseté ou la véracité d'une proposition malgré l'absence de faits pertinents et de bonnes raisons. Ce paralogisme peut prendre deux formes : soit l'énoncé est vrai puisque sa fausseté ne peut être démontré ou bien l'énoncé est faux puisqu'il ne peut être prouvé);
- La pente savonneuse (prétendre qu'une succession d'évènements inacceptables découleront de la proposition traitée);
- L'appel à la pitié plutôt qu'à la raison (présenter illégitimement des circonstances suscitant la sympathie dans le but de déroger aux critères ou de minimiser leur rigueur d'application alors qu'elle ne devrait pas entrer en ligne de compte);

- L'appel à la peur plutôt qu'à la raison (il s'agit de faire naître de la peur en déplaçant la discussion vers les conséquences désastreuses, parfois non explicites, de l'adoption d'une position);
- L'appel au nombre plutôt qu'à la raison (insinuer qu'une proposition est vraie puisqu'appuyée par un grand nombre);
- L'appel à l'autorité plutôt qu'à la raison (donner un statut d'« expert » à une personne afin d'affirmer la véracité de son point de vue. Il existe trois cas principaux où l'appel à l'autorité est fallacieux : lorsque l'expertise présumée est douteuse ou fragile (ex. : « expert en gentillesse », ou lorsqu'il n'existe pas de consensus parmi les experts d'un même sujet); lorsque l'expert a lui-même des intérêts dans le sujet traité; et finalement, lorsque l'expert se prononce sur un sujet autre que celui de son champ de spécialité (ex. : une vedette qui se prononce sur un sujet d'actualité);
- Langage préjudiciable (l'utilisation d'une expression à connotation négative (ex. : nègre, tapette, salope, etc.) dont les valeurs sont alors associées et transmises au sujet traité);
- L'homme de paille (caricaturer une position au point d'en changer le sens).
- La généralisation hâtive (généralisation trop rapide basée sur un trop petit échantillon de cas);
- Le hareng fumé (dérivé de l'expression qui désigne des prisonniers en cavale utilisant des harengs fumés pour détourner l'attention des chiens pisteurs. Il s'agit de détourner le lecteur vers un autre sujet, oubliant le premier sujet traité);
- La pétition de principe (il s'agit de l'utilisation d'un raisonnement circulaire où les prémisses et la conclusion se mêlent. Ex. Dieu existe puisque la bible le dit et il faut croire la bible, car il s'agit de la parole de Dieu.)

- *Post hoc ergo propter hoc* (il s'agit de faussement attribuer la cause d'un évènement à un facteur précis. Ex. : un joueur qui gagne au casino et attribue son gain au fait qu'il porte un chandail chanceux qu'il remettra par la suite à chaque fois qu'il y retournera);
- La fausse analogie (il s'agit de comparer deux choses qui sont en apparence similaires, mais uniquement sur des points insignifiants. Ex. : « On ne peut pas plus forcer un enfant à apprendre qu'un cheval à boire : on ne peut que lui apporter de l'eau »);
- Le paralogisme de composition et de division (il s'agit d'attribuer les mêmes caractéristiques d'un tout à l'une de ses parties et vice versa. Ex. : une rose est rouge, donc ses atomes le sont aussi).

Chaque article a été évalué sur la qualité de son argumentation. Un point a été alloué à chaque article qui ne contenait aucun de ces types d'arguments, alors que les articles qui en possédaient ont eu -1.

3.1.4 Équité

Pour ce qui est de l'équité, il est question d'un traitement juste de l'information, autant dans sa collecte que dans sa présentation et son suivi (Bernier, 2005). Or, pour notre recherche, nous n'avons étudié que la présentation équitable de l'information, car il ne nous était pas possible, par une simple analyse de contenu, de déterminer la nature de la collecte de l'information et du suivi qui lui a été donnés. Nous évaluerons l'équité par l'absence de l'utilisation de terme discriminatoire ou sensationnaliste. Dans le *Guide de déontologie* du Québec, on retrouve des règles sur la défense des droits universels des êtres humains, qui indiquent que les journalistes ont le devoir d'« *accorder un traitement équitable à toutes les personnes de la société* » et qu'ils ne « *peuvent faire mention de*

caractéristiques comme la race, la religion, l'orientation sexuelle, le handicap, etc. que lorsqu'elles sont pertinentes » (FPJQ, 1996, p.19, cité dans Bernier 2005, p.280). À l'instar des arguments fallacieux, le principe de cotation était d'un point par article ne possédant aucune mention discriminatoire et de -1 à ceux qui en possédaient.

Le sensationnalisme quant à lui « *consiste à insister trop fortement sur l'aspect émotif et spectaculaire d'un évènement* » (Olen, 1988, p.107, cité dans Bernier, 2005, p.295) et réfère à la volonté de la presse « *d'attirer l'attention, au détriment de sa responsabilité d'informer sur les sujets d'intérêt public* » (Deschênes, 1996, p.57, cité par Bernier, 2005 p.293). Son utilisation contrevient donc à la fois à la norme de rigueur et d'exactitude, par son incapacité à rapporter les faits correctement et à la norme d'équité en ne rendant pas justice à l'évènement, à l'enjeu et aux personnes mises en cause. Dans le livre de Bernier (2005), les différents critères proposés pour définir le sensationnalisme ne s'appliquent malheureusement qu'à la couverture complète d'un journal et ne peuvent être utilisés pour évaluer des articles individuellement.

Nous nous sommes donc tournés vers un autre ouvrage : *Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? A Content Analysis of British TV News* publié par les chercheurs Rodrigo Uribe & Barrie Gunter, en 2007. Celui-ci a analysé et classifié le contenu des nouvelles de deux façons. La première consistait à une simple classification par sujet (sport, actualité, culture, politique, etc.) et la seconde se basait sur l'utilisation d'appels aux émotions. Leur recherche a permis de déterminer que les sujets d'information généralement considérés sensationnels tels que le sexe, le sport et les scandales (Adams, 1978; Ryu, 1982; Slattery, Doremus & Markus, 2001; Mott, 1962) ne possédaient pas, en proportion, plus

d'appels aux émotions que d'autres nouvelles plus sérieuses (politique, soins de santé, etc.). Selon eux, cela serait dû au fait que les journalistes veulent rendre de plus en plus « attrayants » les articles d'information « sérieuse », ce qui implique parfois l'utilisation de procédés émotifs.

Nous avons donc décidé d'éviter la classification par « sujet sensationnel » et « sujet non sensationnel » (Adams, 1978; Ryu, 1982; Slattery, Doremus & Markus, 2001; Mott, 1962) et de nous concentrer uniquement sur l'utilisation ou non d'appels aux émotions. Une autre raison importante pour justifier cette décision est que les journalistes étudiés seront parfois attirés à des « beats », des sujets précis (sport, politique, santé, etc.), ce qui nous limitait dans nos besoins de comparaison.

Pour conceptualiser l'appel aux émotions, nous nous sommes basés sur de nombreuses recherches qui se sont concentrées sur l'étude de la réponse émotionnelle d'un public. Ces études ont cherché à comprendre quels sont les facteurs qui peuvent aller chercher le public par les sentiments. Comment le discours d'un politicien, un livre ou un film, peut-il réussir à rejoindre son public, le faire rire, pleurer, l'exciter, le révolter, etc.? Les recherches que nous avons consultées (Donohew, Finn & Christ, 1988; Zillmann, 1991; Vettehen, Nuijten & Beentjes, 2005; Grabe, Zhou & Barnett 2001; etc.) ont permis de faire ressortir six sources d'appel aux émotions qui ont été validées à plusieurs reprises :

- Le sexe : référence à des comportements sexuels, à l'industrie du sexe ou à des incidents impliquant de la nudité.

- La violence : référence à des actes violents, que ce soit des crimes, des troubles civils (manifestions) ou la guerre (décrire l'acte de guerre).
- La destruction : référence à des évènements destructeurs tels que les désastres naturels (tsunami, ouragan, famine, etc.) ou la guerre (décrire les effets de la guerre).
- Les célébrités : référence à des célébrités (cette source d'appel à l'émotion est parfois critiquée par certains chercheurs qui doutent de son efficacité réelle (Cho & Newhagen, 2002). Par contre, de nombreuses recherches tendent à démontrer que la présence de célébrités augmente le taux d'attention à une nouvelle (Atkin & Block, 1983; Alperstein, 1991), la rendant plus intéressante et générant donc une réponse émotive plus grande de la part du public).
- Autre contenu de nature émotionnelle : mesuré par des descriptions de personnages, de réactions ou d'évènements exprimant des émotions telles que la tristesse, la colère, l'angoisse, la joie, etc. (Zillmann, 1991; Zillmann & Cantor, 1977). Un exemple pourrait être la description d'un plaignant en pleurs après le rendu d'un verdict.
- L'humour : sera défini à la base selon trois types de situations (Peifer, 2012). La première est en lien avec la création d'un sentiment de supériorité quant à l'élément traité. Il s'agit, par exemple, de dépeindre une personne comme maladroite, stupide ou dans une situation gênante alors que les autres ne le sont pas. Le second type de situation est en lien avec la création d'un sentiment de soulagement. Il s'agit, par exemple, d'un commentaire généralement dysfonctionnel, donnant à controverse, ou tout simplement ridicule, cherchant à alléger l'atmosphère lors d'une situation sérieuse, telle qu'une réception ou des funérailles. Le dernier type de situation humoristique est en lien avec l'incongruité d'un commentaire qui surprend et diffère de ce qui était attendu par le public. Il s'agit, par exemple, d'une caricature d'un politicien dont les traits de personnalité sont amplifiés.

Pour les besoins de notre recherche, nous avons pris la peine d'aller plus loin dans la conceptualisation de l'humour en énonçant une différence entre l'humour non constructif et l'humour critique tel que la satire dont le but est de faire réfléchir au moins autant sinon plus que d'appeler uniquement aux émotions (Collins, 1996). En effet, l'utilisation de l'humour peut parfois avoir une certaine valeur qualitative lorsqu'il permet d'introduire un raisonnement et qu'il cherche à faire réfléchir le lecteur. Nous avons donc décidé de catégoriser l'humour en deux groupes. Le premier groupe, l'humour non constructif, sera évalué de la même façon que les autres appels à l'émotion, alors que le second groupe, l'humour critique, sera catégorisé mais ne sera pas compté.

De même que pour les arguments fallacieux et la discrimination, le principe de cotation est d'un point par article ne possédant aucun appel à l'émotion, zéro à ceux qui en possèdent un et -1 à ceux qui en utilisent plus d'un. Le principe étant qu'un article de qualité évitera ces méthodes d'information afin de favoriser un traitement rigoureux, exact et équitable pour chaque partie impliquée. Cependant, une information peut à la fois être de nature sensationnelle et néanmoins être de qualité. Des événements tels que le 11 septembre 2001, par exemple, sont par nature sensationnels et peuvent difficilement être couverts sans aucun appel à l'émotion.

3.1.5 Crédibilité

Ici, nous n'évaluons pas le nombre de sources utilisées, mais plutôt la valeur de celles-ci. L'article utilise-t-il des sources anonymes, des personnes interrogées dans la rue ou des sources plus crédibles (experts reconnus du sujet, porte-paroles ou représentants officiels, etc.)? Cette distinction est importante, car elle permet d'informer le public sur la

compétence et les motivations de la source d'information utilisée (Lasorsa & Reese, 1990, p.60-61, cités dans Bernier, 2005, p.257).

Nous avons utilisé la définition d'une source anonyme telle que présentée par Bernier (2005) :

Une source anonyme est une personne à qui un journaliste attribue des opinions, des prises de position et des informations diverses sans en révéler le nom au public auquel il s'adresse. Cette personne peut toutefois être partiellement décrite en faisant référence à ses compétences, ses expériences, ses titres, son appartenance à des organismes ou à des organisations variées, mais ces indications ne doivent cependant pas permettre de découvrir le nom de la source (Bernier, 2005, p.249).

Compte tenu du fait qu'il n'est justement pas possible d'évaluer la qualité, la compétence et les motivations d'une source anonyme, nous n'avons pas donné de point pour leur utilisation. Lorsque la source n'est pas nommée, mais qu'il est évident qu'il s'agit du journaliste lui-même dans son champ d'expertise (ex.: test de jeux vidéo, critique gastronomique, etc.), elle est catégorisée en tant que source experte. Par contre, nous avons enlevé un point si le journaliste ne donne aucune information, même minimale, permettant de comprendre sa position ou les raisons de son anonymat. Toute autre source a reçu une note de 1. Puisque le nombre de sources utilisées est déjà étudié plus haut, nous n'avons pas utilisé de formule cumulative. Ainsi, dès qu'un article utilise au moins une source identifiable, il reçoit un point. Si l'article ne possède que des sources anonymes, il a zéro. Nous voulions être certains de ne pas pénaliser les articles utilisant des sources anonymes, puisque leur utilisation permet parfois de révéler des scandales qui autrement ne seraient pas connus du public. Par contre, il est aussi difficile de donner des points pour une source anonyme lorsque cette dernière ne semble pas particulièrement nécessaire à l'histoire. Nous en sommes donc venus à un compromis

avec la note de zéro. De plus, si un article ne justifie pas son utilisation de sources anonymes, il reçoit une note de -1. Si l'article ne possède aucune source, il aura zéro. En plus du pointage, nous avons classé les sources identifiables en trois catégories : la source experte (porte-paroles, scientifiques, etc.), la source en tant que sujet de l'article (portrait d'un politicien) et la source événementielle (témoignage, *vox pop*, etc.).

3.1.6 Esprit d'initiative et de courage

Il est ici question de déterminer de quelle façon les journalistes ont collecté et utilisé leur information. Est-ce qu'elle provenait d'une initiative du journaliste (une enquête), y avait-il une entrevue, est-ce que cela faisait partie d'une série d'articles sur le sujet, était-ce la couverture d'un événement prévu (conférence de presse, soirée-bénéfice, guignolée, etc.) ou imprévu (accident, catastrophe naturelle, etc.).

Les différentes catégories n'ont pas été évaluées de façon normative et n'ont pas reçu de pondération, puisque les journalistes n'ont pas toujours le choix des événements qu'ils couvrent. De plus, il est difficile de quantifier le temps consacré à la collecte et au traitement de l'information par les journalistes en lisant simplement leur article. En effet, il est difficile de déterminer, par exemple, si un article est la reformulation d'un communiqué de presse ou bien un article original écrit par un journaliste qui a assisté à l'évènement. Cette classification reste tout de même intéressante, puisqu'il est possible par la suite de comparer le choix des journalistes selon les deux contextes organisationnels.

3.1.7 Idéal type

Le plus haut résultat que peut avoir un article est donc de 15 points, et il s'agit de notre idéal type pour mesurer la qualité de l'information d'un article. Cet article idéal remplit cinq critères ou plus de l'intérêt public, utilise au moins deux sources d'information et propose plus d'un point de vue. Il possède aussi une mise en contexte du sujet qu'il aborde et n'utilise pas d'arguments fallacieux, discriminatoires ou sensationnels. De plus, l'article identifie clairement ses sources et possède un angle local dans sa couverture de la nouvelle. Il s'agit des critères que nous avons utilisés pour évaluer l'indice de la qualité de l'information de chacun des articles.

3.2 Contexte organisationnel

Nous basons notre conceptualisation du contexte organisationnel sur celle de Dunaway (2011), qui lui attribue trois indicateurs : la division du travail, la spécialisation du média et le type de propriété.

La division du travail est un moyen de développer l'organisation. Plus les tâches sont divisées à l'intérieur d'un grand groupe, plus l'organisation est censée être en mesure d'améliorer sa productivité et la qualité de son contenu. La division du travail, selon le nombre de travailleurs, est aussi liée à la spécialisation du média et des journalistes. La logique présentée est que si un média possède peu de journalistes, ceux-ci doivent couvrir des sujets divers et n'ont pas la possibilité de se spécialiser (Dunaway, 2011).

Dans notre étude, deux contextes organisationnels sont étudiés. Le premier est celui du *Journal de Montréal* avant le lock-out, une salle de presse traditionnelle, et le

second est celui de *ruefrontenac.com*, un site d'information en ligne. La recension de littérature sur les sites internet d'information indique que ces derniers possèdent généralement moins de journalistes et qu'ils ont une routine de travail plus complexe (mise à jour, multimédia, sujets divers à couvrir, etc.) qui leur réserve peu de temps pour se spécialiser. Par contre, *ruefrontenac.com* n'est pas qu'un simple site d'information, il regroupe les journalistes, les photographes et les employés de bureau syndiqués du *Journal de Montréal*. Il est donc difficile, dans ce cas-ci, de déterminer si le fait d'être un journal en ligne plutôt qu'imprimé a changé ou non la routine de travail des journalistes. Pour en savoir plus, nous avons abordé la question de la division du travail et de la spécialisation des journalistes lors des entrevues semi-dirigées avec nos participants.

Les propriétés médiatiques non gouvernementales, pour leur part, sont généralement divisées en quatre catégories : les médias privés, ceux cotés en bourse, ceux provenant d'organismes, les médias à but non lucratif et appartenant à ses employés (Picard & van Weezel, 2008). Il arrive néanmoins que certains médias ne rentrent pas dans ces catégories, c'est le cas au Québec du seul quotidien indépendant de la province, *Le Devoir*. Le journal possède deux fiducies. La première détient 51 % des actions et choisit, en collaboration avec le conseil d'administration, le nouveau directeur du journal qui est alors en charge du bloc d'actions pour la durée de son mandat. De cette façon, le directeur est assuré d'avoir une voix majoritaire au conseil d'administration et préserve l'indépendance du journal. La seconde fiducie est détenue par divers actionnaires (employés du journal, la FTQ, mouvements Desjardins, etc.) qui se doivent d'être consultés pour la prise de certaines décisions, assurant ainsi une seconde forme d'indépendance du journal face au conseil administratif. Il ne s'agit donc pas d'un média

privé ou coté en bourse, il ne provient pas d'un organisme à but non lucratif et n'appartient pas à ses employés (Paré, s.d.).

Les médias sont considérés privés lorsque des individus, familles ou corporations possèdent les droits de propriété de l'entreprise. La majorité des médias privés ont été fondés par des entrepreneurs et plusieurs sont encore gérés par leurs descendants (Picard & van Weezel, 2008). Un exemple québécois serait celui des journaux de Gesca, une filiale exclusive de Power Corporation. Cette société de gestion et de portefeuille s'est implantée dans l'industrie des médias sous la direction de Paul Desmarais, décédé en 2013, et de ses fils qui lui ont succédé à partir de 1996 (Power Corporation, 2013).

Beaucoup de médias autrefois privés ont fait la transition vers les marchés boursiers afin d'obtenir du capital leur permettant de faire de nouvelles acquisitions et de se moderniser (Picard & van Weezel, 2008). C'est le cas au Québec de la compagnie Québecor, qui est fondée en 1965 par Pierre Péladeau et introduite à la bourse de New York et de Montréal en 1972 (Québecor, 2013). Québecor inc. appartient toujours majoritairement à la famille Péladeau. Son fils, Pierre Karl Péladeau, possède plus de 71 % de la compagnie par l'intermédiaire de Gestion MTRP inc. et Les Placements Péladeau inc. Québecor inc., à son tour, possède 75,4 % des actions de Québecor Média inc. Cette dernière est en charge de nombreux journaux, dont le *Journal de Montréal*. Le 24,6 % restants des actions sont détenues par la Caisse de dépôt et placement du Québec par l'intermédiaire de sa filiale Capital d'Amérique Investissements inc. (CRTC, 2013).

La troisième catégorie de propriété de média est celle appartenant à des fondations ou à des organismes à but non lucratif. C'est le cas, entre autres, du journal *Christian*

Science Monitor aux États-Unis qui appartient à une Église. Peu d'études portent sur ces médias qui sont souvent peu connus. Leur but premier n'est pas forcément de faire du profit et peut varier entre promouvoir des valeurs sociales et servir l'intérêt public (Picard & van Weezel, 2008).

Finalement, la dernière catégorie de propriété médiatique non gouvernementale est celle des médias appartenant à ses employés. Ces derniers possèdent alors soit la totalité des actions de la compagnie ou font partie d'un plan d'actionnariat des employés (Picard et van Weezel, 2008). Le site d'information *ruefrontenac.com*, qui est étudié dans ce projet de recherche, fait partie de cette dernière catégorie de média bien qu'il possède un contexte particulier. Il a été créé par les syndiqués d'un journal en lock-out qui souhaitaient, au départ, en faire un moyen de pression (<http://exruefrontenac.com>) et, par la suite, en faire un journal permanent. Bien qu'il fût affilié à un syndicat, ce dernier n'était pas responsable du journal.

Chapitre 4

Méthodologie

Ce projet de recherche utilise une approche mixte composée d'analyses de contenu et d'entrevues.

4.1 Entrevues

L'entrevue de recherche est un dispositif qui permet, par un face à face entre le chercheur et l'enquêté, de favoriser chez ce dernier la création d'un discours sur un thème prédéfini (Freyssinet-Dominjon, 1997, p.145). « Le but de l'entrevue est de savoir ce que la personne pense et d'apprendre des choses qu'on ne peut observer directement » (Deslauriers, 1991, p.34). Considérant le peu d'information disponible sur le fonctionnement de *ruefrontenac.com* et le besoin de détails sur le contexte organisationnel du *Journal de Montréal*, des entrevues semi-dirigées avec des journalistes ayant participé aux deux journaux nous apparaissaient nécessaires.

Notre grille d'entrevue, disponible en annexe, est composée de trois thèmes principaux à l'intérieur desquels les journalistes étaient libres de naviguer, en nous donnant leur opinion, leur perception et en partageant avec nous des expériences qu'ils ont vécues relativement à ces thèmes. Le premier sujet est celui du contexte organisationnel au *Journal de Montréal*, le deuxième est celui du contexte organisationnel de *ruefrontenac.com* et, finalement, le dernier sujet porte sur le concept de qualité de l'information. Ce thème était particulièrement intéressant à aborder avec nos participants parce qu'il permettait, entre autres, de donner suite à une étude menée en 2008 par le Consortium canadien de recherche sur les médias (CCRM), qui portait sur la

perception qu'ont les journalistes québécois d'une information de qualité. Cette recherche, intitulée *La qualité du journalisme vue par ceux qui le pratiquent* (Marcotte, 2008) était composée d'entrevues semi-dirigées avec 66 journalistes appartenant à la presse écrite ou à la télévision québécoise. Les résultats ont démontré que les journalistes avaient de la difficulté à définir la qualité de l'information en dehors des grands principes généraux tels que la rigueur et l'exactitude que nous avons abordées plus haut. Cela devenait encore plus difficile pour eux lorsqu'ils devaient délimiter les frontières entre une information qui est de qualité et celle qui ne l'est pas, entre une information accrocheuse et sensationnaliste par exemple. Les participants faisaient aussi preuve de relativisme et considéraient que la qualité de l'information n'est pas une valeur absolue ni universelle et qu'elle s'adapte à son contexte. C'est pour ces raisons que nous avons cru nécessaire d'ajouter ce thème à nos entrevues. Nous souhaitons étudier la qualité de l'information produite par nos journalistes, et il serait donc pertinent de développer avec eux sur le sujet et de comparer leur opinion à notre conceptualisation (voir opérationnalisation pour plus de détail).

4.1.1 Participants

Notre projet de recherche compare la qualité de l'information produite par des journalistes lorsqu'ils étaient au *Journal de Montréal*, appartenant à une compagnie cotée en bourse, et lorsqu'ils étaient à *ruefrontenac.com*, qui appartenait directement aux employés. Pour ce faire, nous avons créé et comparé une liste des journalistes ayant publié sous *ruefrontenac.com* en 2010 et une liste des journalistes ayant publié en 2008 au *Journal de Montréal*. Les journalistes apparaissant sur les deux listes (une

quarantaine) ont par la suite reçu une invitation, par courriel, de la part du chercheur lorsqu'ils possédaient une adresse publique. Les journalistes dont l'adresse n'a pu être trouvée ont reçu l'invitation par l'intermédiaire d'un de leur collègue, responsable des archives du site d'information (disponibles sur *exruefrontenac.com*), qui a bien voulu nous rendre ce service. Cette approche a été utilisée afin de ne pas empiéter sur la vie privée de ces personnes dont certaines sont maintenant à la retraite ou ont changé de vocation et ne sont donc plus dans le domaine public. Les 10 premiers journalistes à répondre à notre invitation ont été sélectionnés pour une entrevue. Malheureusement, des vérifications ultérieures ont montré que deux des journalistes rencontrés, bien qu'ils aient publié de nombreux articles sous le *Journal de Montréal* et *ruefrontenac.com* dans les années sélectionnées, n'en possédaient pas suffisamment pour nous permettre une analyse de contenu et une comparaison adéquate avec les autres journalistes. Nous les avons donc remplacés par les 11^e et 12^e journalistes à nous avoir répondu.

Suite aux résultats obtenus durant ces entrevues, nous avons constaté un nombre important de blâmes de la part des journalistes envers leur employeur. Ces reproches sont reliés au contexte organisationnel de 2008 au *Journal de Montréal*, que nous souhaitons comparer à celui de *ruefrontenac.com*, et ils sont donc importants pour notre projet de recherche. Considérant qu'il s'agit d'une étude portant sur une période de conflit de travail, il est difficile d'en traiter équitablement en ne présentant qu'un seul point de vue. Nous avons cru nécessaire de procéder à une seconde vague d'entrevues, cette fois avec des cadres du *Journal de Montréal* qui étaient présents en 2008 afin d'avoir leur perception sur l'évolution du contexte de travail et sur les allégations portées à leur endroit. Les trois cadres les plus pertinents à l'époque ont été invités, par courriel, à

participer à notre projet de recherche. Un nouveau questionnaire basé sur les commentaires des journalistes a été créé. Malgré notre tentative, nous n'avons pas réussi à obtenir de participants. Un des cadres contactés a tout de même pris la peine de nous rejoindre pour nous faire savoir qu'il refusait de participer à notre étude. Il nous a expliqué qu'il ne considérait pas l'impartialité du directeur du projet de thèse, et que c'est pour cette raison qu'il ne souhaitait pas nous rencontrer.

4.2 Analyse de contenu

L'analyse de contenu, selon Bernard Berelson (1971, p.18), est une « technique de recherche pour la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications ayant pour but de les interpréter ». Il s'agit d'une technique d'ordre quantitative dans le sens qu'elle sert à dénombrer ou mesurer (comparaisons statistiques, corrélations, fréquences, moyennes, etc.). Elle permet de dégager les significations, associations, intentions... parfois imperceptibles à la simple lecture des textes. L'analyse de contenu est l'une des principales méthodes qui ont été mises au point expressément pour l'étude des phénomènes de communication (Leray, 2008) et semble particulièrement adaptée à notre recherche vu que nous souhaitons analyser des articles de journaux. Notre analyse de contenu se veut purement quantitative puisque nous tenterons de faire ressortir des fréquences et des variations dans l'apparition des éléments que nous avons précédemment définis en tant qu'unité d'information (voir conceptualisation d'une information de qualité).

Notre analyse de contenu avait pour but de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses de recherche. Notre hypothèse de départ est que la qualité de l'information

des articles écrits sous *ruefrontenac.com* est meilleure que ceux publiés sous le *Journal de Montréal* par les mêmes journalistes.

Une fois les entrevues effectuées, nous avons émis deux autres hypothèses de recherches portant sur la qualité de l'information des articles à analyser. Nous avons reçu de nombreux commentaires des journalistes en entrevue nous indiquant que la première année sélectionnée, soit 2008, possédait un contexte organisationnel de pré lock-out qui se dissociait du fonctionnement habituel du *Journal de Montréal*. Afin de représenter à la fois le contexte particulier de 2008 et le contexte « normal » du journal, nous avons décidé d'ajouter des articles publiés en 2006, l'année la plus éloignée dans laquelle nous pouvions retrouver notre même groupe de 10 journalistes. Nous avons émis l'hypothèse voulant que la qualité de l'information des articles, affectée par le contexte de préparation au lock-out, soit moins élevée pendant l'année 2008 que l'année 2006 (Grille d'analyse de contenu disponible en annexe).

Notre dernière hypothèse, qui s'est ajoutée en cours de route, ne concerne pas les journaux, mais plutôt les journalistes. Nos répondants (toute ancienneté confondue) considèrent que l'ancienneté et l'expérience des journalistes est un facteur important dans la rédaction d'un article de qualité, et nous avons décidé de voir si c'était le cas dans notre projet. Nous avons émis l'hypothèse que les journalistes avec le plus d'ancienneté¹² ont publié des articles de meilleure qualité que les journalistes ayant moins d'ancienneté.

¹² Leurs années d'expérience correspondent ici aux années qu'ils ont passées au *Journal de Montréal* uniquement et ne tiennent pas compte d'expériences de travail antérieures.

4.2.1 Sélection des articles à analyser

Tel que nous l'avons expliqué, la première étape de notre collecte de données était composée d'entrevues individuelles semi-dirigées avec 10 journalistes ayant publié sous le *Journal de Montréal* et sous *ruefrontenac.com*. Une fois les entrevues effectuées, nous avons sélectionné 12 articles par journaliste pour chaque année à comparer (2006, 2008 et 2010).

Nous avons sélectionné aléatoirement nos articles de la façon suivante : nous avons pris le premier article du premier mois de l'année, le deuxième article du deuxième mois, et ainsi de suite pour les 12 mois des années sélectionnées. Il est arrivé que le nombre d'articles de certains mois soit moins élevé que nécessaire. Il est possible, par exemple, qu'un journaliste, durant le 10^e mois de l'année, n'ait écrit que huit articles. Dans ces cas-là, nous avons simplement continué de compter en boucle les articles publiés. Le premier article devient alors le neuvième et le deuxième devient le dixième. La même logique a été utilisée lorsque certains journalistes, pour cause de maladie, de vacances ou autres, n'avaient pas publié d'articles durant certains mois. Pour les articles de 2010, les textes publiés sous *ruefrontenac.com* et *Rue Frontenac* ont été sélectionnés de façon aléatoire, afin de permettre une plus grande sélection et une meilleure représentation du travail des journalistes.

Cela nous a donné un total approximatif de 24 articles à analyser par journaliste (un journaliste n'en a eu que 23), pour un total de 239 articles. L'avantage de cette sélection est qu'elle nous permet de comparer les articles selon le journal d'appartenance, selon les journalistes, et de voir une évolution de leurs articles dans le temps. Ainsi, il est

possible que la qualité de l'information des textes varie d'un groupe à l'autre, mais il est aussi possible que cette qualité varie selon les journalistes eux-mêmes qui seront peut-être plus ou moins influencés respectivement par le contexte organisationnel.

Chapitre 5

Résultats

La présentation des résultats se divise en deux sections. La première introduit les résultats statistiques des articles journalistiques analysés et compare principalement le rendement de la qualité de l'information selon les années sélectionnées et les journaux. La section suivante résume quant à elle les résultats obtenus lors des entrevues semi-dirigées avec les journalistes. De la même manière qu'avec les entrevues, les résultats se présentent en trois temps : le contexte organisationnel du *Journal de Montréal*, le contexte organisationnel de *ruefrontenac.com* et la qualité de l'information telle que vue par les journalistes. Les informations et les opinions qui sont présentées dans cette section proviennent directement des témoignages des journalistes et représentent leur perception des événements. Il faut noter que l'étude porte sur un contexte de conflit de travail et qu'il est possible que nos participants, les premiers journalistes à nous avoir répondu, aient été particulièrement intéressés par le sujet et plus critique de leur ancien employeur que les journalistes qui ne nous ont pas répondu.

Par ailleurs, l'utilisation du masculin sera employée pour chacun des journalistes afin de faciliter leur anonymat.

5.1 Analyse de contenu

5.1.1 Hypothèse 1 : La qualité de l'information et son journal d'appartenance

Notre première hypothèse de recherche voulait que la qualité de l'information soit affectée par le contexte organisationnel de son journal. Dans ce sens, nous avons

supposé que la qualité de l'information serait moins élevée dans les articles du *Journal de Montréal* que dans ceux de *ruefrontenac.com*. Cette hypothèse a été confirmée lors de l'analyse des articles sélectionnés aléatoirement dans les deux journaux.

Comparés à notre idéal type de la qualité de l'information, qui possède une valeur de 15, les articles du *Journal de Montréal* et de *ruefrontenac.com* ont obtenu une moyenne respective de 12,37 et de 12,99. Selon ces résultats, il existe une différence importante ($p = 0,002$) entre la qualité de l'information d'un article et le journal dans lequel il est publié.

TABEAU 1 QUALITÉ DE L'INFORMATION / JOURNAL

| | | N= | Moyenne | F | Sig. |
|---------|-----|-----|---------|-------|--------------------------|
| Journal | JdM | 239 | 12,37 | 9,279 | 0,002* ($p < 0,05$) |
| | RF | 121 | 12,99 | | |

Afin de déterminer ce qui distingue le rendement des deux journaux, nous avons comparé leurs résultats en fonction de nos indicateurs de la qualité de l'information.

Le type d'articles d'intérêt local (histoire nationale, provinciale, régionale, etc.) varie beaucoup d'un journal à l'autre ($p = 0,02$). Par contre, la valeur locale (1 pour local, 0 pour non-local) n'est pas significative sur le plan statistique ($p = 0,174$) et ne peut donc expliquer la différence de pointage précédemment mentionnée.

L'intérêt public des articles, pour sa part, varie de façon significative entre les deux journaux ($p = 0,000$). Le tableau suivant montre clairement que l'année 2010 (*ruefrontenac.com*) possède un rendement plus élevé, alors que 45 % de ses articles possèdent une note parfaite de 5/5 contre 26 % des articles de 2006 et 2008 (*Journal de Montréal*).

TABLEAU 2 INTÉRÊT PUBLIC / JOURNAL

| | | Intérêt public | | | | | N= | Sig. (2-sided) |
|---------|-------|----------------|----|-----|----|--------------|-----|----------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| Journal | JdM | 5 | 30 | 86 | 55 | 63 (26 %) | 239 | ,000* (p= < 0,05) |
| | RF | 0 | 4 | 32 | 30 | 55 (45 %) | 121 | |
| | Total | 5 | 34 | 118 | 85 | 118 | 360 | |

L'indicateur de rigueur des articles ne varie pas de façon significative d'un journal à l'autre ($p = 0,139$) et, à l'instar de l'intérêt local, il ne peut être utilisé pour expliquer la variation de qualité de l'information entre eux.

TABLEAU 3 JOURNAL / RIGUEUR

| | | Journal | | | N= | Sig. (2-sided) |
|---------|-------|---------|-----|-----|------|-------------------|
| | | JdM | RF | 5 | | |
| Rigueur | 3 | 1 | 4 | 5 | ,139 | |
| | 4 | 58 | 28 | 86 | | |
| | 5 | 72 | 40 | 112 | | |
| | 6 | 108 | 49 | 157 | | |
| | Total | 239 | 121 | 360 | | |

Une recherche plus poussée nous indique que la seule variable de l'indicateur de *rigueur* qui a été touchée par le changement de journal est celle des arguments fallacieux qui ne sont utilisés qu'en 2010 sous *ruefrontenac.com*¹³. De plus, les données indiquent que les arguments fallacieux ont été utilisés en proportion similaire entre les divers journalistes ($p = 0,743$).

Une analyse des résultats de l'*équité* a démontré que celle-ci varie de façon significative selon le journal ($p = 0,006$). On remarque en effet une augmentation importante de l'*équité* sous *ruefrontenac.com*, qui possède une moyenne de 1,93

¹³ On peut retrouver la liste exhaustive des types d'arguments fallacieux dans la section Opérationnalisation du document.

comparativement au *Journal de Montréal* qui possède une moyenne de 1,76 sur une possibilité de 2.

TABLEAU 4 ÉQUITÉ / JOURNAL

| | | Moyenne Équité (/2) | N= | F | Sig. |
|---------|-------|---------------------|-----|-------|----------------------|
| Journal | JdM | 1,76 | 239 | 7,637 | ,006* (p= < 0,05) |
| | RF | 1,93 | 121 | | |
| | Total | 1,82 | 360 | | |

Cette situation s'explique principalement par la diminution de l'utilisation du sensationnalisme, qui passe de 21 articles en 2006 à sept articles en 2008, pour finalement passer à deux articles en 2010 sur *ruefrontenac.com*.

TABLEAU 5 SENSATIONNALISME / ANNÉE

| | | Sensationnalisme | | N= | Sig. (2-sided) |
|-------|-------|------------------|---------------|-----|----------------------|
| | | Oui | Non | | |
| Année | 2006 | 21 (17 %) | 98 (83 %) | 119 | ,000* (p= < 0,05) |
| | 2008 | 7 (6 %) | 113 (94 %) | 120 | |
| | 2010 | 2 (1 %) | 119 (99 %) | 121 | |
| | Total | 30 | 330 | 360 | |

Pour ce qui est de l'utilisation de termes discriminants, seuls trois textes provenant du même auteur ont été répertoriés, ce qui limite les possibilités de comparaison. Le manque de données fait en sorte que la variation n'est pas considérée significative (p = 0,371) entre les années et entre les journaux (p = 0,224).

L'indicateur de *crédibilité* n'a pas permis de répertorier de différence significative entre le type de source utilisée et le journal d'appartenance (p = 0,232), mais l'esprit d'initiative, que nous aborderons plus en détail dans la section sur l'ancienneté, varie de façon significative selon le journal d'appartenance (p = 0,002).

Ces résultats démontrent que le résultat plus élevé du journal *ruefrontenac.com* sur la qualité de l'information est principalement dû à une augmentation de l'intérêt public des articles et à une absence quasi totale de sensationnalisme.

D'un autre côté, *ruefrontenac.com* s'est aussi démarqué par son utilisation d'arguments fallacieux, ce qui a diminué la qualité de certains de ses articles. L'on retrouve, par exemple, l'utilisation d'une fausse analogie (comparer deux choses qui sont en apparence similaires, mais uniquement sur des points insignifiants), alors qu'on associe le conflit de travail de *ruefrontenac.com* à la révolution cubaine. Un autre exemple est celui de comparaison exagérée entre des politiciens québécois et des figures politiques historiques : « la prétendue dame de fer (madame x) » (en référence à Margaret Thatcher) et « notre Mao québécois » (en référence à Mao Tsé-toung). L'accent (changer le sens d'une affirmation en changeant l'intonation utilisée pour prononcer certains mots) est aussi un exemple d'argument fallacieux utilisé : « une étude (...) commandée par le gouvernement du Québec (...) concluait à la “ rentabilité ” (du projet) ».

Discussion

L'augmentation de la qualité de l'information entre le *Journal de Montréal* et *ruefrontenac.com* est principalement liée à une augmentation de la couverture de sujets d'intérêt public et d'une baisse du sensationnalisme sur *ruefrontenac.com*. Le sensationnalisme, par contre, est affecté de façon plus importante par l'ancienneté de son journaliste que par son journal d'appartenance. En effet, la majorité des journalistes qui ont utilisé du sensationnalisme dans les articles analysés sont arrivés entre 2000 et 2007 au *Journal de Montréal* et ils ont progressivement cessé de l'utiliser avec les années. La

principale différence dans la qualité de l'information entre les deux journaux est donc due à l'intérêt public des sujets traités.

Ces résultats semblent rejoindre les opinions que nous avons recueillies lors des entrevues. Plusieurs journalistes soulignaient que, malgré certains dérapages, le *Journal de Montréal* possédait aussi de très bons articles de qualité. Il s'agissait d'une boîte extrêmement dynamique, créative et flexible, qui possédait beaucoup de moyens pour financer des projets d'enquêtes originaux. Les répondants ont aussi souligné qu'à partir de 2003, leur journal avait pris une orientation de promotion croisée de plus en plus importante et que l'ingérence dans le choix et la couverture des sujets était devenue problématique en 2008. Ce changement organisationnel pourrait expliquer en partie pourquoi ces derniers ont vu l'intérêt public de leurs articles augmenter une fois sous *ruefrontenac.com*.

Il faut tout de même noter que, même si la qualité de l'information est plus importante à *ruefrontenac.com* qu'au *Journal de Montréal*, cette dernière reste élevée pour les deux journaux.

5.1.2 Hypothèse 2 : La qualité de l'information et son année de publication

Contrairement à la seconde hypothèse que nous avons émise, il n'existe pas de variation significative dans le rendement de la qualité de l'information entre les années 2006 et 2008 au *Journal de Montréal* ($p = >0,05$). Sur une note totale où 15 indique l'idéal à atteindre, l'année 2006 possède une moyenne de 12,31 et l'année 2008 une moyenne de 12,43.

TABLEAU 6 QUALITÉ DE L'INFORMATION/ANNÉE

| | Année | N= | Moyenne | Test T | Sig. (2-sided) |
|--------------------------|-------|-----|---------|--------|-------------------|
| Qualité de l'information | 2006 | 119 | 12,31 | -,495 | ,621 |
| | 2008 | 120 | 12,43 | | |

Tout comme pour la première hypothèse, nous avons comparé chacun des indicateurs d'une information de qualité. Dans ce cas-ci, ni l'intérêt local ($p = 0,983$), ni l'intérêt public ($p = 0,323$) ne varient de façon significative entre 2006 et 2008.

Pour sa part, l'indicateur de *rigueur* regroupe quatre variables et parmi celles-ci, le nombre de sources, le nombre de points de vue présentés et la mise en contexte diminuent légèrement de 2006 à 2008 (respectivement $p = 0,58$; $0,115$ et $0,158$). Étudiées individuellement, ces variables ne sont donc pas concluantes, mais lorsqu'elles sont regroupées ensemble sous l'indicateur de *rigueur*, cette diminution devient significative ($p = 0,026$).

TABLEAU 7 RIGUEUR / ANNÉE

| | Année | Moyenne | N= | Sig. (2-tailed) |
|---------|-------|---------|-----|--------------------|
| Rigueur | 2006 | 5,32 | 119 | ,026 |
| | 2008 | 5,08 | 120 | |

L'*équité*, quant à elle, augmente significativement durant l'année 2008 ($p = 0,009$). Cela s'explique par la diminution importante de l'utilisation du sensationnalisme, principale variable de l'équité, qui, nous l'avons vu plus haut, diminue au fur et à mesure que les années avancent. Cette situation sera analysée plus en profondeur dans la section sur l'ancienneté des journalistes.

TABLEAU 8 ÉQUITÉ / ANNÉE

| | Année | Moyenne | N= | Sig. (2-tailed) |
|--------|-------|---------|-----|-----------------|
| Équité | 2006 | 1,65 | 119 | ,000 |
| | 2008 | 1,87 | 120 | |

Finalement, l'indicateur de *crédibilité* ne varie pas de façon représentative entre les deux années ($p = 0,445$).

TABLEAU 9 CRÉDIBILITÉ / ANNÉE

| | Année | Moyenne | N= | Sig. (2-tailed) |
|-------------|-------|---------|-----|-----------------|
| Crédibilité | 2006 | 9 | 110 | ,445 |
| | 2008 | 9 | 111 | |

Discussion

La comparaison des résultats obtenus pour les deux années étudiées nous a permis de réfuter partiellement notre hypothèse sur la différence de qualité de l'information entre les années 2006 et 2008 au *Journal de Montréal*. La qualité de l'information a peu varié et cela s'explique par le fait que seuls deux indicateurs ont bougé entre ces deux années, dans les mêmes proportions et dans des directions opposées. L'*équité*, principalement conceptualisée par l'absence de sensationnalisme, a augmenté au cours de la seconde année, alors que l'indicateur de *rigueur* (nombre de sources utilisées, de points de vue présentés et de mise en contexte) a diminué en 2008. Les résultats de ces deux indicateurs s'annulent et rendent non significative la variation de la qualité de l'information entre ces deux années au *Journal de Montréal*. Cependant, tel que mentionné plus haut, la baisse de sensationnalisme n'est pas tant liée au contexte organisationnel qu'à l'ancienneté des journalistes. Celle-ci a diminué autant entre les deux années au *Journal de Montréal* qu'entre elles et l'année 2010 sous *ruefrontenac.com*. Si l'on considère que l'indicateur d'*équité* varie en fonction de l'ancienneté plus qu'en fonction du contexte

organisationnel, le seul indicateur restant, qui varie significativement, est celui de la *rigueur*. Il est alors possible de conclure que la qualité de l'information est affectée, dans une certaine mesure, par un changement dans le contexte organisationnel au cours des années étudiées au *Journal de Montréal*. Cette variation reste néanmoins minime et n'existe que si l'on compare les indicateurs entre chacune des années étudiées.

Puisque les journalistes ont parlé de changements négatifs dans le contexte organisationnel du *Journal de Montréal*, qui ont commencé à avoir lieu avec les débuts de *Star Académie* en 2003, il est possible que l'année 2006 soit marquée par cette lente progression qui a atteint son apogée en 2008, selon les journalistes. Nous aurions aimé étudier une année précédant *Star Académie* afin de s'assurer d'avoir deux contextes réellement différents, mais 2006 était l'année la plus éloignée nous permettant de couvrir notre même groupe de journalistes. Il est donc possible de croire qu'une recherche future comparant la qualité du contenu produit au *Journal de Montréal* avant 2003 et en 2008 pourrait confirmer ou infirmer une variation dans la qualité de l'information produite dans le journal entre ces deux périodes.

5.1.3 Hypothèse 3 : La qualité de l'information et l'ancienneté de son journaliste

Les résultats de notre analyse de contenu ont permis de déterminer qu'il existait bel et bien une différence significative dans la qualité de l'information selon l'ancienneté du journaliste. Par contre, contrairement à nos attentes, ce sont les journalistes possédant le moins d'ancienneté qui ont publié les articles avec le meilleur rendement informatif. Afin de pouvoir les comparer, nous avons regroupé les journalistes selon leur année d'arrivée au *Journal de Montréal*, soit entre 2000 et 2007 ou entre 1980 et 1999.

Les résultats ont démontré que la qualité de l'information des articles produits par les journalistes dont l'arrivée est plus récente possède un meilleur rendement avec une moyenne de 12,80 contre 12,06 pour les journalistes ayant plus d'ancienneté ($p = 0,012$). Les résultats obtenus ont démontré que la différence dans la qualité de l'information, selon l'ancienneté du journaliste, varie aussi fortement en fonction des années durant lesquelles les articles ont été publiés ($p = 0,009$). En effet, les journalistes possédant le moins d'ancienneté au *Journal de Montréal* possèdent une moyenne plus élevée qui ne cesse d'augmenter. Les journalistes possédant le plus d'ancienneté, au contraire, voient la qualité d'information de leur article diminuer légèrement de 2006 à 2008 pour augmenter de façon importante en 2010.

TABLEAU 10 QUALITÉ DE L'INFORMATION/ ANNÉE/ ANCIENNETÉ

| | | Moyenne | N= | Sig. |
|-------|------------|---------|-----|-------------------------|
| Année | Ancienneté | | | |
| 2006 | 2000-2007 | 12,51 | 84 | 0,009 ($p < 0,05$) |
| | 1980-1999 | 11,83 | 35 | |
| | Total | 12,31 | 119 | |
| 2008 | 2000-2007 | 12,70 | 84 | |
| | 1980-1999 | 11,81 | 36 | |
| | Total | 12,43 | 120 | |
| 2010 | 2000-2007 | 13,19 | 84 | |
| | 1980-1999 | 12,54 | 37 | |
| | Total | 12,99 | 121 | |
| Total | 2000-2007 | 12,80 | 252 | |
| | 1980-1999 | 12,06 | 108 | |
| | Total | 12,58 | 360 | |

À l'instar des deux sections précédentes, nous avons comparé chaque indicateur d'une information de qualité à la variable étudiée.

L'indicateur d'*intérêt local* des articles varie selon l'année d'arrivée des journalistes au *Journal de Montréal* ($p = 0,007$). Les articles des journalistes possédant le moins d'ancienneté sont ceux avec le meilleur rendement de l'intérêt local.

TABLEAU 11 INTÉRÊT LOCAL / ANCIENNETÉ

| | | Intérêt local | | N= | Sig. |
|------------|-----------|---------------|---------------|-----|----------------------|
| | | Non | Oui | | |
| Ancienneté | 2000-2007 | 15 (6 %) | 237 (94 %) | 252 | ,007* (p= < 0,05) |
| | 1980-1999 | 16 (15 %) | 92 (85 %) | 108 | |
| | Total | 31 | 329 | 360 | |

Une recherche plus approfondie permet de voir que la variation en question ne se retrouve que durant l'année 2006 ($p = 0,001$) et qu'elle est absente des deux autres années.

TABLEAU 12 INTÉRÊT LOCAL/ ANNÉE / ANCIENNETÉ

| | | Intérêt Local | | Total | Sig. (2-sided) |
|-------|------------|---------------|-----|-------|-----------------------|
| | | Oui | Non | | |
| Année | Ancienneté | | | | |
| 2006 | 2000-2007 | 3 | 81 | 84 | 0,001* (p= < 0,05) |
| | 1980-1999 | 9 | 26 | 35 | |
| | Total | 12 | 107 | 119 | |
| 2008 | 2000-2007 | 6 | 78 | 84 | 0,106 |
| | 1980-1999 | 6 | 30 | 36 | |
| | Total | 12 | 108 | 120 | |
| 2010 | 2000-2007 | 6 | 78 | 84 | 0,310 |
| | 1980-1999 | 1 | 36 | 37 | |
| | Total | 7 | 114 | 121 | |

Les articles du même groupe de journalistes (ceux arrivés entre 2000 et 2007) possèdent aussi une meilleure note pour l'indicateur d'*intérêt public*. En effet, 40 % de leurs articles (101/252) ont reçu une note de 5/5 contre 15 % (17/108) des articles provenant des journalistes ayant le plus d'ancienneté.

TABLEAU 13 INTÉRÊT PUBLIC/ ANCIENNETÉ

| | | Intérêt public | | | | | N= | Sig. (2-sided) |
|------------|-----------|----------------|----|-----|----|-----|-----|----------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| Ancienneté | 2000-2007 | 5 | 21 | 68 | 57 | 101 | 252 | ,000* (p= < 0,05) |
| | 1980-1999 | 0 | 13 | 50 | 28 | 17 | 108 | |
| | Total | 5 | 34 | 118 | 85 | 118 | 360 | |

Une comparaison de leur rendement de l'*intérêt public* selon les années a permis de déterminer que cette différence est principalement due aux deux années du *Journal de Montréal* (2006 et 2008). Durant celles-ci, les journalistes du premier groupe (2000-2007) ont reçu une note entre 3 et 5, alors que la majorité des journalistes du deuxième groupe (1980-1999) possédaient une note de 3. L'année 2010, sous *ruefrontenac.com*, ne dénote aucune différence particulière.

TABLEAU 14 INTÉRÊT PUBLIC/ ANNÉE/ ANCIENNETÉ

| | | Intérêt public | | | | | N | Sig. (2-sided) |
|------|------------|----------------|----|----|----|----|-----|----------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 2006 | Ancienneté | | | | | | | ,014* (p= < 0,05) |
| | 2000-2007 | 3 | 9 | 25 | 22 | 25 | 84 | |
| | 1980-199 | 0 | 7 | 18 | 8 | 2 | 35 | |
| | Total | 3 | 16 | 43 | 30 | 27 | 119 | |
| 2008 | 2000-2007 | 2 | 9 | 24 | 17 | 32 | 84 | ,023* (p= < 0,05) |
| | 1980-199 | 0 | 5 | 19 | 8 | 4 | 36 | |
| | Total | 2 | 14 | 43 | 25 | 36 | 120 | |
| 2010 | 2000-2007 | | 3 | 19 | 18 | 44 | 84 | ,125 |
| | 1980-199 | | 1 | 13 | 12 | 11 | 37 | |
| | Total | | 4 | 32 | 30 | 55 | 121 | |

L'indicateur *rigueur* donne lui aussi des résultats similaires, alors que la moitié des journalistes plus récents (2000-2007) ont publié des articles avec un score parfait de 6/6. La plupart des articles de journalistes plus anciens (1980-1999) sont répartis entre 4 et 6/6. À l'instar de l'indicateur d'*intérêt public*, une différence significative n'a lieu que durant les deux années du *Journal de Montréal* (2006 et 2008).

TABLEAU 15 RIGUEUR/ ANNÉE/ ANCIENNETÉ

| | | Rigueur | | | | N | Sig. (2-sided) |
|-------|------------|---------|----|----|----|-----|---------------------|
| | | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| Année | Ancienneté | | | | | | |
| 2006 | 2000-2007 | | 15 | 21 | 48 | 84 | ,049 (p= < 0,05) |
| | 1980-1999 | | 7 | 16 | 12 | 35 | |
| | Total | | 22 | 37 | 60 | 119 | |
| 2008 | 2000-2007 | 1 | 20 | 23 | 40 | 84 | ,039 (p= < 0,05) |
| | 1980-1999 | 0 | 16 | 12 | 8 | 36 | |
| | Total | 1 | 36 | 35 | 48 | 120 | |
| 2010 | 2000-2007 | 2 | 18 | 26 | 38 | 84 | 0,399 |
| | 1980-1999 | 2 | 10 | 14 | 11 | 37 | |
| | Total | 4 | 28 | 40 | 49 | 121 | |

Parmi les variables utilisées pour noter le rendement de *rigueur*, le nombre de sources utilisées pourrait expliquer ce rendement plus élevé du premier groupe de journalistes (1980-1999). Ces derniers utilisent davantage de sources par article que les journalistes ayant le plus d'ancienneté (1980-1999) ($p = 0,000$).

TABLEAU 16 NOMBRE DE SOURCES / ANCIENNETÉ

| | | Ancienneté | | N= | Sig. (2-sided) |
|------------------|------------|---------------|--------------|-----|----------------------|
| | | 2000-2007 | 1980-1999 | | |
| Nombre de source | Une seule | 91 | 66 | 157 | ,000* (p= < 0,05) |
| | Plus d'une | 161 (63 %) | 42 (38 %) | 203 | |
| | Total | 252 | 108 | 360 | |

L'indicateur *équité*, pour sa part, est très élevé dans les deux groupes de journalistes, mais pour une fois ce sont les journalistes plus anciens (1980-1999) qui possèdent une meilleure moyenne. En regardant l'évolution de l'*équité* selon les années, on remarque que la différence significative entre les deux groupes de journalistes ($p = 0,017$) s'explique par les résultats obtenus durant l'année 2006, alors que les années 2008 et 2010 ne montrent pas de différence claire entre les deux groupes.

TABLEAU 17 ÉQUITÉ/ ANNÉE/ ANCIENNETÉ

| | | Équité | | N= | Sig. |
|-------|------------|--------|-----|-----|----------------------|
| | | Non | Oui | | |
| Année | Ancienneté | | | | |
| 2006 | 2000-2007 | 19 | 65 | 84 | ,021* (p= < 0,05) |
| | 1980-1999 | 2 | 33 | 35 | |
| | Total | 21 | 98 | 119 | |
| 2008 | 2000-2007 | 7 | 77 | 84 | ,246 |
| | 1980-1999 | 1 | 35 | 36 | |
| | Total | 8 | 112 | 120 | |
| 2010 | 2000-2007 | 3 | 81 | 84 | ,642 |
| | 1980-1999 | 1 | 36 | 37 | |
| | Total | 4 | 117 | 121 | |

L'*équité* est le seul indicateur qui n'était pas à l'avantage du groupe de journalistes arrivés entre 2000 et 2007. Ces derniers sont plus propices que les journalistes plus anciens (1980-1999) à faire preuve de sensationnalisme ($p = 0,006$), une des variables utilisées pour évaluer l'indicateur d'*équité*. En effet, presque tous les articles sensationnalistes proviennent du groupe de journalistes plus récents. De plus, l'utilisation du sensationnalisme, tous journalistes confondus, diminue avec les années au point où la variance n'est significative qu'en 2006 ($p = 0,004$). La différence d'utilisation du sensationnalisme en 2008 est trop mince pour être significative entre les deux groupes et son utilisation est presque inexistante en 2010.

TABLEAU 18 SENSATIONNALISME / ANCIENNETÉ

| | | Ancienneté | | N= | Sig (2-sided) |
|------------------|-------|------------|-----------|-----|----------------------|
| | | 2000-2007 | 1980-1999 | | |
| Sensationnalisme | Oui | 26 | 4 | 30 | ,038* (p= < 0,05) |
| | Non | 226 | 104 | 330 | |
| | Total | 252 | 108 | 360 | |

TABLEAU 19 SENSATIONNALISME / JOURNALISTE / ANNÉE

| | | Sens 2006 | Sens 2008 | Sens 2010 | N= |
|----------------|-------|----------------------|-----------|-----------|----|
| Journaliste | J1 | 3 | 0 | 0 | 3 |
| | J2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | J3 | 3 | 3 | 1 | 7 |
| | J4 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | J5 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | J6 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | J7 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | J8 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | J9 | 7 | 0 | 0 | 7 |
| | J10 | 4 | 2 | 0 | 6 |
| | Total | 21 | 7 | 2 | 30 |
| Sig. (2-sided) | | ,004* (p= < 0,05) | ,082 | ,552 | |

L'indicateur de *crédibilité* des articles, défini par les types de sources utilisées, a permis de déterminer que ces derniers varient selon l'ancienneté du journaliste. Le premier groupe de journalistes (2000-2007) utilise plus fréquemment des sources expertes que le second groupe de journalistes. Il faut par contre mentionner que ces derniers écrivent plus d'articles factuels et descriptifs, où il est difficile de déterminer la nature des sources d'information. C'est le cas, entre autres, de comptes rendus d'évènements tels que : Madame A s'est présentée au palais de justice pour des accusations de X. Elle a plaidé Z et sera de retour en cour dans deux semaines. Il n'est pas possible de savoir si le journaliste s'est présenté lui-même à l'évènement, s'il se base sur un communiqué de presse, sur des sources qui étaient sur les lieux, etc.

De plus, nous avons été à même de remarquer que cette différence n'existe que durant les années au *Journal de Montréal* (2006 et 2010). Cette différence s'explique principalement par l'utilisation plus fréquente de personnes concernées par l'article en tant que source par les journalistes ayant le plus d'ancienneté (1980-1999). Cette

différence majeure en 2006 et 2008 devient moindre en 2010, alors que l'utilisation de personnes mises en cause en tant que source des articles diminue.

TABLEAU 20 SOURCE/ ANNÉE/ ANCIENNETÉ

| | | Type de source | | | | N= | Sig (2-sided) |
|-------|------------|----------------|---------------------------|---|----------------------------|-----|-------------------------|
| | | Expert | Personne mise en cause | Source de convenance (<i>vox pop</i> , etc.) | NSP (non identifiable?) | | |
| Année | Ancienneté | | | | | | |
| 2006 | 2000-2007 | 66 | 7 | 5 | 6 | 84 | ,005* (p= < 0,05) |
| | 1980-1999 | 19 | 12 | 1 | 3 | 35 | |
| | Total | 85 | 19 | 6 | 9 | 119 | |
| 2008 | 2000-2007 | 61 | 10 | 6 | 7 | 84 | ,004* (p= < 0,05) |
| | 1980-1999 | 20 | 14 | 0 | 2 | 36 | |
| | Total | 81 | 24 | 6 | 9 | 120 | |
| 2010 | 2000-2007 | 67 | 8 | 2 | 7 | 84 | ,131 |
| | 1980-1999 | 22 | 6 | 2 | 7 | 37 | |
| | Total | 89 | 14 | 4 | 14 | 121 | |

Une autre forte variation est celle de l'*esprit d'initiative* qui, encore une fois, n'est significative entre les deux groupes de journalistes qu'en 2006 et 2008. Les journalistes ayant le plus d'ancienneté (1980-1999) ont écrit plus d'articles relevant d'entrevues et de reportages que les autres journalistes qui ont principalement traité d'évènements généraux. Il est possible d'expliquer ces résultats par l'assignation des faits divers aux journalistes plus récents et des enquêtes aux journalistes plus expérimentés. C'est pour cette raison que, dans notre étude, nous n'avons pas donné de point à l'indicateur *esprit d'initiative*. Cela prévaut aussi pour les années 2006 et 2008, bien que durant cette dernière année les journalistes du premier groupe (2000-2007) ont vu leurs reportages diminuer de façon importante. L'année 2010 sous *ruefrontenac.com* voit pour sa part une division plus répartie des types d'articles produits par les deux groupes de journalistes.

TABLEAU 21 INITIATIVE/ ANNÉE/ ANCIENNETÉ

| | | Initiative | | | | | N= | Sig (2-sided) |
|-------|------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|----------------------|-------|-----|-------------------------|
| | | Entrevue, reportage | Évènement imprévu important | Évènement prévu important | Évènement général | Autre | | |
| Année | Ancienneté | | | | | | | |
| 2006 | 2000-2007 | 24 | 2 | 2 | 56 | - | 84 | ,001* (p= < 0,05) |
| | 1980-1999 | 24 | 0 | 0 | 11 | - | 35 | |
| | Total | 48 | 2 | 2 | 67 | - | 119 | |
| 2008 | 2000-2007 | 14 | 8 | 4 | 57 | 1 | 84 | ,000* (p= < 0,05) |
| | 1980-1999 | 21 | 0 | 3 | 12 | 0 | 36 | |
| | Total | 35 | 8 | 7 | 69 | 1 | 120 | |
| 2010 | 2000-2007 | 22 | 6 | 17 | 39 | 0 | 84 | ,090 |
| | 1980-1999 | 14 | 1 | 2 | 19 | 1 | 37 | |
| | Total | 36 | 7 | 19 | 58 | 1 | 121 | |

L'ancienneté des journalistes semble donc avoir eu un impact sur la qualité de l'information des articles des journalistes observés à partir du moment où ils faisaient partie d'un contexte organisationnel possédant une certaine hiérarchie, tel qu'au *Journal de Montréal*. Une fois à *ruefrontenac.com*, l'ancienneté des journalistes ne semble plus avoir fait une grande différence dans la qualité de l'information qui a augmenté dans les deux groupes, celle des journalistes plus anciens restant tout de même moins élevée.

Discussion

Les résultats obtenus nous ont surpris en indiquant que l'ancienneté du journaliste possède est négativement liée à la qualité de l'information produite. L'ancienneté du journaliste est associée, dans nos résultats, à une baisse du nombre de sources utilisées ainsi qu'en ce qui concerne l'intérêt local et l'intérêt public des événements couverts dans les articles. Pour ce qui est de la *crédibilité* des articles, les journalistes plus anciens (1980-1999) étaient portés à écrire des articles factuels et descriptifs qui ne nécessitaient pas toujours la mention de leurs sources. Il était alors difficile d'en déterminer la valeur, et cela peut expliquer en partie leur rendement moins positif pour cet indicateur. Ils se

sont par contre démarqués dans l'indicateur d'*équité*, puisqu'ils n'ont presque pas fait preuve de sensationnalisme. Mais cette différence a diminué avec les années au point de n'être importante qu'en 2006. Il faut dire que c'est aussi le cas de l'indicateur d'*intérêt local* qui n'est considéré significativement différent qu'en 2006. L'*intérêt public*, la *rigueur* (nombre de sources, de points de vue et la mise en contexte) et la *crédibilité* (type de source) n'ont varié de façon significative entre les deux groupes de journalistes qu'entre les deux années étudiées du *Journal de Montréal* (2006 et 2008). Même s'il existe une différence sous *ruefrontenac.com* dans la qualité de l'information des journalistes selon leur ancienneté, celle-ci n'est pas considérée statistiquement significative. Il semblerait donc, selon nos résultats, que l'ancienneté du journaliste n'est importante que dans un contexte de travail hiérarchisé tel que celui du *Journal de Montréal* et qu'elle ne semble pas jouer un rôle important pour la qualité de l'information dans un contexte de travail plus autonome comme *ruefrontenac.com*. Il est possible que la répartition des responsabilités au *Journal de Montréal* avantage ou désavantage l'un des groupes de journalistes comparés, mais une recherche plus poussée est nécessaire pour répondre à cette question.

L'orientation négative de la qualité de l'information en fonction de l'ancienneté du journaliste nous semble par contre difficile à expliquer. Il est possible que des limitations dans notre projet de recherche soient à blâmer pour ces résultats. En effet, notre catégorisation de l'ancienneté se basait uniquement sur l'année d'arrivée au *Journal de Montréal* et ne prenait pas en compte la totalité des années d'expérience des journalistes. Il est donc possible que des journalistes très expérimentés soient récemment arrivés au journal. De plus, en divisant les journalistes selon leur ancienneté, nous nous

sommes retrouvés avec bien peu de journalistes dans chaque groupe (2000-2007 et 1980-1999), ce qui nous limite aussi dans la comparaison de nos résultats.

Il est également possible que le nombre d'articles sélectionnés ne soit pas suffisant pour être représentatif du travail de nos participants ou que ces derniers ne soient pas représentatifs des autres journalistes.

Il est possible aussi que nos résultats s'expliquent par d'autres facteurs. L'assignation des sujets, par exemple, pourrait expliquer la variation dans l'intérêt local, l'intérêt public, la rigueur (le besoin d'utiliser plus ou moins de sources et de points de vue) et le type de source utilisée. Nous pensions que l'ancienneté permettrait aux journalistes d'avoir plus d'autonomie sur le sujet de leurs articles, mais il est possible que, selon leurs champs de spécialisation, cela ne soit pas représentatif. Un « beat » en gastronomie ou en sport peut posséder un intérêt public moins élevé que certains faits divers et ces derniers, tel qu'un rapport d'accident de la route, ne nécessitent pas forcément plusieurs points de vue, etc. La seule variable qui peut être directement reliée à l'ancienneté du journaliste est celle du sensationnalisme et, même sur ce point, l'expérience du journaliste semble posséder une plus forte influence. En effet, peu importe le contexte organisationnel, les journalistes voient leur utilisation du sensationnalisme diminuer avec les années.

5.2 Entrevues

5.2.1 Journal de Montréal

Les journalistes

Le Journal de Montréal possédait une grande salle de rédaction qui comprenait une soixantaine de journalistes divisés en trois groupes. Le premier groupe de journalistes était celui des surnuméraires, embauchés à la douzaine chaque été, pour remplacer les journalistes permanents en vacances. Puisque ce besoin est temporaire, seulement quelques surnuméraires se rendent à la fin de l'été.

Cette période d'essai pour les surnuméraires a été comparée aux télérealités telles que *Star Académie*: « On savait qu'ils allaient en garder 2, peut-être 3, à la fin de l'année et on était 12-13 à ce moment-là. Alors [...], on disait qu'on faisait un « Surnum Académie ».

À la fin de l'été, les surnuméraires restants ont généralement accumulé suffisamment d'heures de travail pour tomber dans la seconde catégorie de journalistes, celle des journalistes sur la « liste de rappel ». Cette liste est composée, par ordre d'ancienneté, du nom de tous les surnuméraires qui ont terminé leur période d'essai. Elle est utilisée par les patrons pour assigner les sujets d'articles qui ne sont pas attirés à un journaliste permanent. Ce n'est que lorsqu'ils ont contacté tous les journalistes sur cette liste qu'ils peuvent offrir du travail aux surnuméraires toujours à l'essai.

La présence d'un journaliste sur la liste de rappel lui assure un certain nombre d'heures de travail par semaine et le protège d'un renvoi arbitraire, deux avantages qui ne

sont pas offerts durant la période d'essai. Ils peuvent donc facilement travailler 46 semaines par année avec une moyenne de 32 heures à quatre jours semaine.

La période pendant laquelle un journaliste est surnuméraire varie selon les journalistes et les besoins du journal. La majorité obtient sa permanence (troisième catégorie de journalistes) durant ses deux premières années sur la liste de rappel, alors que d'autres le restent plus longtemps. Ces derniers possèdent alors tellement d'ancienneté sur la liste de rappel qu'ils s'appellent des « surnuméraires de carrière ». Ce n'est généralement qu'avec l'obtention de leur permanence que les journalistes obtiennent leur spécialité, leur « beat » (une affectation dans un domaine spécialisé par opposition au secteur généraliste), mais cela n'est pas un automatisme. Il est possible, par exemple, pour des « surnuméraires de carrière » d'avoir un « beat ». Les journalistes permanents, quant à eux, ont l'assurance de travailler quatre jours de huit heures par semaine et ne sont pas sur la liste de rappel.

Surnuméraires, permanents et syndicats

La transition du poste de surnuméraire à permanent a été vécue différemment selon l'ancienneté des journalistes. Les « surnuméraires de carrière », avec leur ancienneté sur la liste de rappel, effectuaient déjà un travail similaire à celui des permanents. Ils n'ont donc pas remarqué de changement particulier dans leurs tâches lorsqu'ils ont fait la transition. Quant aux surnuméraires devenus permanents dans leurs premières années d'embauche au journal, ils ont vu une plus grande différence dans les assignations qu'ils ont reçues.

« C'est juste que quand tu es surnuméraire [...] tu reçois les plus petites histoires parce que pour les grosses les titulaires sont généralement toujours là alors c'était plus dans l'importance des sujets traités que l'on voyait une différence ».

Une bonne partie des journalistes ont indiqué avoir reçu des commandes, que ce soit durant leur période de surnuméraire ou durant leur permanence. Les journalistes ont mentionné par contre que la majorité d'entre elles « allait de soi », et que seule une minorité des commandes étaient abusives, transgressant des normes journalistiques liées à l'indépendance, l'intégrité et l'intérêt public au profit de l'intérêt particulier.

La principale différence entre les journalistes permanents et les surnuméraires à l'essai est que ces derniers ne possèdent pas de protection syndicale et qu'ils sont plus vulnérables aux abus dans l'attente de leur permanence. L'un des journalistes nous a donné l'exemple d'un surnuméraire à l'essai qui s'était fait demander de trier les réponses d'un *Vox pop*¹⁴ afin d'obtenir plus de « Oui » que de « Non ». Les journalistes ayant leur permanence ont affirmé se sentir plus libres de refuser certaines commandes, car ils se sentaient protégés par leur syndicat.

Sentiment d'appartenance

Les participants rencontrés ressentent tous un fort sentiment d'appartenance envers leurs collègues de travail et leur journal. Ils se considéraient une équipe dynamique prête à tout pour « redonner ses lettres de noblesse » au *Journal de Montréal*. Ils ont cherché, pendant de nombreuses années et avec le soutien moral et financier de leurs patrons, à faire changer la vision négative des 3 "S" (sang, sexe, sport) que la

¹⁴ *Vox pop* est une abréviation de l'expression latine *Vox Populi* qui signifie « la voix du peuple ». Cette expression est utilisée dans les médias lorsqu'ils vont recueillir l'opinion d'un échantillon de la population dans la rue sur un sujet d'intérêt public (mediacollege.com). Il s'agit d'une méthode de collecte de données de type « accidentel ».

population possède du *Journal de Montréal*. Deux journalistes expriment ce qu'ils ressentaient à l'époque : « Moi, je voulais faire de l'information de qualité et [...] c'était même remarqué par nos *boss* qui nous encourageaient à aller là-dedans, à aller faire des enquêtes et à faire des trucs complètement fous ».

Oui, il y a de la merde [...], mais il y avait aussi de la qualité qui se faisait. [...] on faisait des enquêtes fouillées et personnellement, moi je le sentais et parmi les gens en journalisme, on sentait qu'on avait réussi à reprendre nos lettres de noblesse.

Leur autonomie

Le *Journal de Montréal* favorisait l'autonomie de ses journalistes, préférant des journalistes capables de trouver leur propre sujet d'article et sachant faire preuve de créativité et d'initiative.

Il était rare que les patrons suggèrent des sujets précis aux journalistes, surtout pour des sections comme l'Actualité et les Faits divers, qui évoluent au quotidien. Dans d'autres sections, par contre, il était plus fréquent de recevoir des commandes. L'un des journalistes rencontrés, par exemple, a couvert *Star Académie* aux Arts et spectacles, et explique son indépendance modérée dans le processus :

Notre but à ce moment-là c'était de remplir au moins une page par jour. [...] j'avais une liberté totale dans la façon qu'on écrivait les articles. [...] mais par contre, j'avais une obligation de parler de ce sujet-là. [...] les syndicats faisaient des représentations comme quoi ça n'avait pas de bon sens de faire une couverture comme ça, que c'était du publiereportage, qu'on impose des sujets et tout ça. Et moi je n'étais pas tout à fait d'accord avec ça, je crois que c'était parce que je n'avais pas encore toute l'expérience journalistique pour être capable de comprendre. [...] je n'étais pas capable de comprendre qu'au-delà de ça, d'en parler tous les jours, c'était déjà quelque chose qui n'avait pas de bon sens [...]. Alors il y avait un certain nombre de sujets imposés, je dirais, mais sinon j'avais une grande liberté.

5.2.1.1 *Les débuts de Star Académie (2003)*

De nombreux journalistes ont parlé de changements importants au *Journal de Montréal* à partir de 2003. Les débuts de *Star Académie* ont été un facteur majeur dans l'augmentation de l'importance accordée à l'autopromotion et à l'orientation de l'information dans la section des Arts et spectacles. Les journalistes rencontrés ont expliqué qu'avec les années, cette problématique s'était répandue dans les autres sections du journal.

C'est devenu une espèce de véhicule pour défendre les intérêts de Québec et sur le coup les journalistes ne l'ont pas tous ressenti. On continuait à faire notre travail comme avant, mais dans plusieurs sections les journalistes ont commencé à trouver qu'on orientait un peu l'information.

Pour certains journalistes, il s'agit du moment où le journal a pris toute son ampleur de tabloïd:

Un choix éditorial qui tentait de plus en plus, que ce soit par les titres ou par le ton qui était donné, d'être plus percutant, plus spectaculaire, plus "*people*", quitte à ce que des fois ce ne soit pas tout à fait juste.

Le mouvement aurait continué à prendre de l'ampleur avec le remplacement d'un ancien journaliste, en tant qu'éditeur en chef du journal, pour une comptable de carrière. L'un de nos journalistes indiquait que son arrivée aurait changé le mode de gestion du journal dont la rentabilité serait devenue plus importante que sa qualité.

5.2.1.2 Les avantages du *Journal de Montréal*¹⁵

Tous les journalistes rencontrés ont affirmé avoir adoré leur expérience de travail au *Journal de Montréal* : « Les premières années étaient vraiment un milieu hyper stimulant et ça a été une école extraordinaire. Alors, il n’y a pas juste eu que du négatif, même si les dernières années c’était plus ça qui ressortait ».

Lorsqu’ils se sont fait demander quels étaient les principaux points positifs du *Journal de Montréal*, ils ont tous évoqué les mêmes caractéristiques : qu’il s’agissait d’une boîte extrêmement dynamique, créative, flexible, avec une forte capacité d’adaptation et qui possédait beaucoup de moyens pour financer des projets d’enquêtes originaux. Un autre avantage majeur du journal, selon nos répondants, était les bonnes relations de travail avec les autres journalistes et leurs patrons, ce qui leur permet une plus grande interaction et une meilleure collaboration entre eux. Voici les commentaires de deux journalistes sur le sujet : « [...] on était toujours épaulés par nos patrons dans ce qu’on faisait. On avait un problème, leur porte était ouverte et on pouvait aller en discuter. Alors vraiment, on pouvait faire un travail d’équipe [...]. »

Quand tu arrivais avec un bon sujet, tu pouvais le faire, tu le proposais et on te donnait le temps de le faire. [...] pour les bonnes idées, il y avait une mentalité d’entreprise qui permettait aux journalistes d’avoir les moyens.

Les journalistes étaient aussi très reconnaissants de leurs conditions de travail.

J’adorais mon horaire, j’étais bien payé et (dans ma section) on ne subissait pas vraiment de pression, tu sais, sur le plan éthique là. [...] On ne ressentait pas les pressions de Québecor, alors on avait la liberté de pouvoir écrire vraiment ce qu’on voulait [...].

¹⁵ Il est important de noter que les caractéristiques présentées dans cette section font référence à la situation vécue avant 2008 au *Journal de Montréal*, à moins d’indication contraire.

L'importance des ressources matérielles, telle qu'une salle d'écoute pour les fréquences radio des services d'urgences (police, pompier, ambulance, etc.) et des ressources humaines, telles qu'un nombre important de photographes, représentent aussi de forts avantages du *Journal de Montréal*.

Sans surprise, la qualité des journalistes et des photographes représente aussi un avantage du journal :

[...] des gens compétents, qui ont le souci d'être les meilleurs dans leur domaine, dans la couverture de leur "beat", d'être vraiment l'autorité à Montréal. Alors, il y avait beaucoup de professionnalisme dans cette boîte-là et de sentiment d'appartenance très fort.

5.2.1.3 Les désavantages du Journal de Montréal

Avant 2008

Lorsqu'il était question des points négatifs, les journalistes critiquaient beaucoup la pression à produire :

C'était très difficile comme pression aux Arts et spectacles, il y avait une pression pour être vraiment très productif, 3-4 textes par jour. Je pense que le record est de 9 textes par jour et la *boss* du département était vraiment dingue et elle leur mettait beaucoup de pression. Tu retrouvais des jeunes de 26 ans en dépression, il y en avait beaucoup de malades et il (le *Journal*) leur mettait vraiment, vraiment, beaucoup de pression.

Un autre désavantage souligné par certains était « l'éthique élastique » de quelques patrons qui traitaient la nouvelle d'une façon qui pouvait nuire à la crédibilité des journalistes, que ce soit en jouant avec les titres ou les photos. Ils déploraient aussi que le format tabloïd du journal soit contraignant en termes d'espace. Les journalistes

avaient la possibilité d'écrire de nombreux articles, mais leur longueur était très limitée, ce qui devenait problématique lorsqu'ils voulaient couvrir des enquêtes ou développer des entrevues.

Le format tabloïd du *Journal de Montréal* était aussi accompagné d'une attitude agressive, signale un journaliste : « Par rapport aux autres médias, on était un journal qui était plus belliqueux avec un agenda anti-concurrence là, anti-Radio-Canada, anti-gouvernemental, anti-contrôle et c'est là que le parti pris de droite a commencé à prendre le pas ».

L'apparence de conflit d'intérêts, qu'il soit réel ou non, représentait aussi un désavantage du *Journal de Montréal* de par son appartenance à un conglomérat médiatique :

Il y avait beaucoup de sujets sur lesquels il fallait écrire (parce que c'était d'intérêt public) et (dont les) conflit d'intérêts étaient évident [...], ça empêchait de le couvrir comme du monde parce que quand bien même que t'aurais voulu faire une meilleure *job*, ou bien que tu aurais fait la meilleure *job* du monde, l'apparence de conflit d'intérêts était énorme. Alors autant les conflits d'intérêts réels que l'apparence de conflit d'intérêts étaient très évidents.

Il s'agit des principaux désavantages que les journalistes ont soulevés pour le *Journal de Montréal* en général. Ils ont d'ailleurs tenu à relativiser leurs commentaires, précisant qu'il s'agit de problèmes qui se retrouvent dans beaucoup de journaux d'envergure et que cela n'est pas particulier au *Journal de Montréal*. Par contre, lorsqu'est venu le temps de parler des changements dans le fonctionnement du journal, en 2008, le discours est devenu un peu plus dur.

2008 - *Le lock-out se prépare*

Les journalistes ont dit que l'année 2008 était la période la plus problématique qu'ils aient vécue dans la profession : « Je dirais que la qualité de l'information, la qualité de vie au journal, a beaucoup diminué durant cette année-là, tranquillement et chaque jour un peu plus jusqu'au conflit ».

Un peu avant, en décembre 2007, *Le Journal de Montréal* avait connu une série de nominations de cadres, mais ce n'est qu'avec la nomination d'un nombre élevé de directeurs adjoints de l'information à la fin de septembre 2008 que l'ambiance se serait radicalisée. Des participants nous ont expliqué que ces nominations avaient eu lieu juste avant la date limite pour nommer des cadres qui auraient le droit de travailler pendant le conflit, soit trois mois avant la fin de la convention collective. Un des journalistes arrivés au journal après 2000 a expliqué qu'ils « [...] ont nommé plein de boss. [...] des gars de genre 26-27 ans, qui devenaient patrons de gens d'expérience, des gens de 60 ans qui écrivent depuis 30-40 ans ».

La supervision s'est donc accrue de façon importante, mais cela n'était pas forcément mauvais pour la qualité de l'information selon l'un des journalistes :

C'était juste un peu plus inefficace, mais bon, ce n'était pas notre problème, ça n'avait pas vraiment d'impact sur la qualité de l'information. Sur l'ambiance de travail, c'est sûr qu'il y avait des changements majeurs, mais sur la qualité de l'information, je ne sais pas vraiment.

Ingérence

Les journalistes ont indiqué qu'à partir de 2008, ils ont commencé à recevoir des commandes plus critiquables de leurs supérieurs, que ce soit dans le choix des sujets à couvrir ou sur l'angle dans lequel les aborder. Un des journalistes rencontrés a donné l'exemple de la section Arts et Spectacles et de son cahier Week-End, où la Une était majoritairement composée d'artistes reliés à Québecor : « [...] déjà le simple fait d'offrir la Une à un artiste et à l'empire c'était déjà beaucoup. [...] par contre, plus l'année avançait, plus certaines commandes étaient précises ».

Plusieurs autres journalistes ont parlé d'expérience de travail similaire, où leurs patrons ont tenté de changer le contenu de leur article durant cette période.

Il y a aussi d'autres cas où l'on m'a demandé de changer le contenu d'une critique. [...] j'ai refusé de le faire et ils ont dû vivre avec ça. C'est des cas qui n'existaient pas avant et qui sont arrivés à plusieurs d'entre nous dans les derniers mois avant le lock-out.

Il m'est arrivé à quelques reprises que, vraiment, il y ait de l'ingérence et là, sur le contenu de mes articles. Ce n'était pas juste " fais une entrevue avec X et Y", mais comment orienter le sujet de façon très, très précise et ça, ça commençait effectivement à devenir agaçant.

Selon l'un des participants, plusieurs de ses confrères se seraient fait demander la rédaction d'articles « intemporels », tels que de la critique de jeux vidéo, qui auraient été publiés plus tard dans *Le Journal de Montréal* durant le conflit de travail.

[...] des fois, on voyait des textes ou des reportages qu'on avait faits, diffusés pendant qu'on était en lock-out. C'était devenu la propriété du journal. Je ne me rappelle pas si notre nom était identifié aux textes par contre...

Ce même répondant nous a aussi raconté que la direction du journal a demandé l'agenda de son journaliste attiré au palais de justice, mais que ce dernier était peu réceptif à cette demande. Il s'agissait de la première fois qu'il recevait cette requête et il se doutait que c'était dans le but de pouvoir couvrir d'éventuels procès lors du lock-out.

Même les chroniqueurs, qui possèdent généralement une plus grande autonomie dans le choix des sujets qu'ils couvrent, ont dû faire face à certaines pressions.

[...] il y avait une volonté pour qu'on durcisse le ton et qu'on soit intransigeant avec les syndicats, pas que j'étais tendre avec les syndicats, je me trouvais déjà dur avec eux, mais là (le *Journal*) voulait vraiment durcir le ton [...].

Durant les dernières années, la ligne éditoriale a donc changé et a pris de plus en plus d'importance.

[...] des enquêtes, oui, mais des enquêtes plus spécifiquement sur des gens ou des groupes qu'on n'aimait pas. Dès que *La Presse* sortait un *scoop* on avait des directives pour soit sortir de quoi d'encore meilleur le lendemain, ou d'aller plus loin, ce qui était le plan A, puis le plan B c'était que si tu n'étais pas capable d'aller plus loin, ben détruit le reportage où tu vas chercher des experts qui disent que c'est de la merde. Alors ça, on commençait à avoir des problèmes avec ça.

Un des journalistes a donné l'exemple d'un reportage qu'il souhaitait réaliser depuis des mois sur un enjeu qu'il considérait important pour les Québécois, mais que le journal ne trouvait pas rentable. Il a finalement obtenu l'accord et le financement, six mois plus tard, à la condition qu'il rédige quelque chose de compromettant sur Power Corporation, propriétaire de *La Presse*, qui possédait des actions au sein d'une compagnie reliée au sujet de son enquête.

J'avais un problème moral et éthique avec ça, mais je voulais aller faire mon reportage et je me disais que, rendu sur place, je m'arrangerais bien pour contourner. [...] j'avais fini par m'en sortir, parce que [...] le nouveau projet que les spécialistes s'apprêtaient à suivre était (relié à la compagnie dans laquelle investissait Power Corp.). Donc, ça m'a permis de faire un petit article (sur ce projet). C'était comme un "side", ce n'était pas l'article principal on s'entend, mais bon ils avaient quand même de quoi.

Le contexte de travail du *Journal de Montréal* en 2008 était donc caractérisé, selon nos participants, par l'arrivée d'un grand nombre de cadres superflus et par l'augmentation de l'ingérence et de commandes douteuses.

5.2.2 Les débuts de *ruefrontenac.com*

Le concept

Les derniers mois avant le conflit n'ont pas été de tout repos pour les journalistes rencontrés. Vivant des relations de travail de plus en plus lourdes avec leurs supérieurs, la plupart d'entre eux considéraient que le conflit était inévitable. Le lock-out est décrété le 25 janvier 2009, et les journalistes qui travaillaient sur le projet depuis un certain temps déjà, ont annoncé le lancement de *ruefrontenac.com* trois jours plus tard.

Les journalistes qui ont créé *ruefrontenac.com* avaient deux sources d'inspiration principale. Ils ont d'abord considéré le travail de leurs collègues du *Journal de Québec*, qui avaient distribué un quotidien gratuit durant leur conflit de travail en tant que moyen de pression syndicale. Plusieurs répondants nous ont expliqué que le manque de ressources pour l'impression et la distribution d'un journal dans les rues de Montréal, en plus de la présence déjà importante de journaux gratuits, ont fait en sorte qu'ils ne pouvaient se permettre de suivre les traces du *Journal de Québec*.

Leur deuxième source d'inspiration était les journalistes et photographes provenant du journal *rue89.com*, qu'ils ont eu la chance de rencontrer lors d'un congrès de la FPJQ. Il s'agit d'un site d'information fondé en 2007 par d'anciens journalistes du journal français *Libération*, qui souhaitaient faire les choses différemment. Leur choix de nom était de nature sémantique, alors que le mot rue « *est synonyme de circulation, de rencontre, de vie* » et que le chiffre 89 fait référence à plusieurs années marquantes, telles que celles de la Révolution française et de la chute du mur de Berlin (*rue89.com*, 2013).

Les journalistes en lock-out ont donc voulu s'inspirer de la formule gagnante de leurs collègues français. Ils ont choisi de garder le mot « rue » pour sa signification de base et son clin d'œil à *Rue 89*. Ils sont allés plus loin avec « Rue Frontenac », qui était le nom de la rue sur laquelle se situaient à la fois les bureaux du *Journal de Montréal* et de leur journal électronique à venir¹⁶. Frontenac était aussi une référence historique au personnage célèbre et sa citation : « Je vous répondrai par la bouche de mes canons », qu'ils ont adaptée à leur situation avec le slogan « Par la bouche de nos crayons ».

Le concept de *ruefrontenac.com* a été établi bien avant le déclenchement du lock-out et des syndiqués du journal s'étaient fait confier, par leur président de l'époque, la tâche de monter le site internet : « Ils avaient tout préparé (avant le déclenchement du lock-out), le nom, le logo, comment vendre de la pub. La maquette était préparée et même des reportages ont commencé à être préparés en cachette. »

¹⁶ Les locaux du *Journal de Montréal* ont par la suite déménagé vers la Cité du multimédia.

Travail vs. piquetage

Une fois le lock-out déclenché, il n'a pas été difficile pour les initiateurs de convaincre les autres journalistes d'embarquer. Les syndiqués impliqués dans *ruefrontenac.com* avaient moins d'heures de piquetage obligatoires à faire. Ils avaient donc le choix entre faire du piquetage ou bien continuer de travailler, ce qui leur permettait de garder leurs contacts, de continuer à être à jour dans leur "beat" respectif et d'avoir une voix dans le conflit.

Nos participants ont tous indiqué que la majorité des journalistes se sont investis dans le projet, mais que certains ont tout de même préféré ne faire que les 20 heures de piquetage obligatoires par semaine. Plusieurs, aussi, n'avaient pas la capacité, ou l'intérêt, de s'impliquer avec le même temps et la même énergie, que ce soit parce qu'ils étaient près de la retraite, qu'ils étaient monoparentaux, qu'ils craignaient des représailles patronales, ou qu'ils avaient des problèmes de santé, etc.

5.2.2.1 Le site internet ruefrontenac.com

La division des tâches sous *ruefrontenac.com* ne divergeait pas vraiment de celle du *Journal de Montréal*, en dehors peut-être du fait que les heures de travail étaient plus flexibles et que le travail se faisait sur une base volontaire.

Une certaine adaptation a été nécessaire pour utiliser l'Internet en tant que plateforme de diffusion de l'information. Afin de créer un flux continu d'information et d'être compétitifs sur le plan des exclusivités, les journalistes ont dû apprendre à produire leurs textes plus rapidement :

Parce qu'on avait l'habitude d'écrire nos textes pour qu'ils soient prêts en fin de journée et publiés pour le papier du lendemain matin. Tandis que là, quand les nouvelles sortaient le matin, à 11 h - 12 h, il fallait que la nouvelle soit sur le site. Alors ça a été long de s'adapter et de se dire qu'on va écrire un texte court de 15 lignes et que je reviendrai faire une mise à jour dans 1 heure. [...] On n'avait pas encore l'habitude de rentrer nos textes dès que la nouvelle se produisait et d'aller les améliorer dans la journée après en mettant " plus de détails à venir " ou de quoi du genre.

Autrement, les tâches des journalistes et leur " beat " n'ont pas vraiment changé avec le contexte organisationnel. Certains journalistes se sont ajouté des champs d'intérêt plus personnels tels que des critiques de vin, par exemple. Puisqu'ils choisissaient leurs assignations, ils ont aussi couvert moins de conférences de presse et n'ont pas fait de « textes météo », malgré la demande de certains collègues.

Le financement

Ruefrontenac.com avait très peu de moyens et son indépendance financière était l'une des conditions de base pour sa création. L'appréciation de l'implication financière du syndicat varie selon les journalistes, malgré que tous s'entendent pour dire que c'était bien peu. Quelques-uns de nos participants ont indiqué qu'il n'y avait eu aucun financement de la part du syndicat, d'autres ont parlé d'une mise de fonds que *ruefrontenac.com* a dû rembourser et de fournitures de bureau qui auraient été prêtées. Que les journalistes participent ou non au journal électronique, ils recevaient leur prestation de conflit de travail qui équivalait à 60 – 70 % de leur salaire. Après un certain temps, le site internet a aussi généré certains revenus publicitaires qui étaient réinvestis dans celui-ci.

Le syndicat, malgré une certaine implication financière, ne s'occupait pas de la gestion de *ruefrontenac.com* : « [...] on pouvait parler contre qui on voulait, même contre les gens de la CSN, et peut-être qu'il y a des gens qui avaient l'impression qu'on était peut-être un peu un journal syndical, mais il n'y avait pas du tout de consigne à cet effet-là ».

La salle de nouvelles était très petite et peu confortable, ce qui a poussé certains des journalistes à changer leur mode de fonctionnement tel que travailler plus sur la route et à la maison.

Parce qu' [...] on gelait en hiver et c'était infesté de rats et de mulots l'été. C'était le bordel là-dedans et moi je n'y allais pas souvent, c'est là que me suis mis à travailler toujours sur la route, toujours avec mes contacts, toujours sur les lieux des événements, et tout ça.

La gestion

Le plus difficile pour les syndiqués a été non pas de s'adapter à de nouvelles tâches, mais plutôt de s'adapter au manque d'encadrement et de hiérarchie dans lequel ils se retrouvaient. Plusieurs journalistes ont demandé la nomination d'un « patron », alors que d'autres, au contraire, ne voyaient pas comment permettre à un collègue de « donner des ordres » à des bénévoles... Incapables de trouver un consensus, la nomination d'un « patron » n'a pas eu lieu avant la fin de l'aventure, alors que la nécessité d'avoir un rédacteur en chef officiel, selon plusieurs participants, se faisait pressante pour effectuer certaines transactions.

Néanmoins, les journalistes avaient besoin d'un minimum d'encadrement et la nomination de « coordonnateurs/chefs de pupitre » s'est avérée nécessaire dans chacune

des sections. La façon dont ils ont été choisis variait sensiblement selon les sections. Une majorité de journalistes ont indiqué que les choix étaient unanimes et « allaient de soi », ils étaient généralement parmi les plus expérimentés de leur section ou bien les plus investis dans le projet.

Les tâches des « coordonnateurs » étaient semblables à celles d'une salle de nouvelles normale, à la différence près qu'ils ne possédaient aucune autorité sur les journalistes : « Il fallait mettre des textes en ligne et les revoir, prioriser les textes, voir les manchettes et demander aux infographes de faire des tableaux, de faire des photos, et ça, c'est le coordonnateur [...] ».

Certains projets demandaient une planification plus poussée. Ce fut le cas de la couverture du G8 et du G20 à Toronto. Les journalistes ont dû trouver un appartement très loin du centre-ville afin de payer moins cher et ils devaient faire de 30 à 45 minutes de transport en commun pour se rendre sur place. L'un des journalistes mentionnait que la seule source de financement reçue par le syndicat et son fonds de roulement pour *ruefrontenac.com* correspondait au remboursement des frais d'essence pour les déplacements.

Reconnaissance de leur statut de journalistes

Les journalistes de la section des sports étaient dans une situation similaire à celle des journalistes du G20, avec leur couverture d'évènements se passant loin de Montréal, comme Boston et Toronto. Ils avaient réussi à conserver leurs accréditations de presse et autres privilèges reliés à leur statut de journalistes, mais les déplacements demeuraient problématiques.

La même chose se produisait dans la section des Arts et spectacles avec les « junkets », des voyages de presse à Los Angeles ou à New York organisés et financés par les compagnies voulant présenter leur film et leurs acteurs aux journalistes avant sa sortie en salle. Les déplacements pour les journalistes invités étaient alors défrayés par les studios, tel que le précisent les articles journalistiques couvrant l'évènement.

Toutefois, les studios américains étaient peu au courant du conflit de travail, et les journalistes de *ruefrontenac.com* n'étaient pas invités à ces évènements qu'ils avaient l'habitude de couvrir pour le *Journal de Montréal*. La section des Arts et spectacles était limitée aux évènements se déroulant à une distance raisonnable en voiture.

Il y a eu quelques exceptions (un journaliste X), si mon souvenir est exact, a été invité par Unifrance (film) en janvier 2010 qui, tous les ans, sous toute réserve, invite les journalistes québécois. C'est comme pour les films américains, sauf qu'ils le font une fois par année et présentent tout ce qui s'en vient en même temps. Et (il) a quand même été invité, pour *ruefrontenac.com*, et c'est eux qui payaient le billet d'avion.

Les compagnies canadiennes et québécoises, par contre, étaient beaucoup plus conscientes de la situation, et les journalistes de *ruefrontenac.com* recevaient des accréditations pour tous les spectacles du Centre Bell, pour les nombreux festivals de Montréal (Francofolies, Jazz, etc.), et même de Toronto. Elles « étaient donc tout à fait conscientes qu'on continuait à faire le même travail avec la même rigueur ».

5.2.2.2 Avantages

Lors des entrevues, les journalistes ont déclaré que de travailler sur *ruefrontenac.com* avait été, pour eux, une utopie journalistique. Ils possédaient une liberté totale dans leurs actions et n'avaient pas à se soucier de trouver des sujets

« vendeurs » : « Pour moi, *ruefrontenac.com* est la plus belle expérience que j'aie faite de ma vie. C'est une utopie journalistique : on n'a pas de boss, on choisit notre contenu et on était seulement des gens passionnés ». En dehors des fautes d'orthographe, leur contenu n'était pas révisé avant publication et, avec Internet, leurs textes pouvaient être aussi longs qu'ils le désiraient.

Mais avant tout cela, ils avaient la chance de travailler en collaboration avec des journalistes pour lesquels ils avaient une forte admiration et un grand respect.

Plusieurs des journalistes rencontrés ont souligné que cette grande autonomie et liberté d'action leur avait permis d'écrire des textes de meilleure qualité que par le passé. De plus, leur désir de prouver à leur employeur qu'ils faisaient du bon travail les forçait à « continuer à faire notre travail avec la même rigueur qu'avant. Si on avait utilisé *ruefrontenac.com* pour faire du “Quebecor Bashing” au final on n'aurait pas eu le succès qu'on a réussi à avoir ».

Les journalistes considéraient que le site d'information était un atout, puisqu'ils avaient la possibilité de publier leur texte à n'importe quel moment, sans être soumis à un horaire de travail rigide. Ce contexte était aussi plus propice à la diffusion d'exclusivités, avec un protocole de mise en ligne simple et rapide, et ils possédaient très peu de contraintes quant à l'espace pour les textes et les photos.

Reconnaissance publique

Plusieurs journalistes ont parlé de la reconnaissance et de l'appui public qu'ils ont reçus tout au long du conflit. Pour plusieurs, c'était un baume sur leur cœur :

Et la récompense qu'on avait nous, c'est de voir le nombre de visiteurs augmenter chaque jour. C'était de se rappeler qu'on faisait notre métier et que plus on le faisait, plus on était médiatisés et plus on était lus et on se disait justement qu'on était bons. Et c'était ça qui a été notre grosse motivation.

Plusieurs se sont d'ailleurs questionnés sur cette situation. Ils étaient surpris de se faire accrocher par des inconnus dans la rue pour se faire dire « mon dieu que c'est bon votre site, vous écrivez bien ! ». Ils ne trouvaient pas que leur style d'écriture avait changé ni qu'ils étaient mauvais lorsqu'ils écrivaient pour le *Journal de Montréal*. Selon eux, la réputation des 3 "S" (Sang, sexe, sport) du *Journal de Montréal*, qui date de la fin des années 1960, était encore très présente: « Mais visiblement, au niveau du public, il était prêt à lire ce qu'on faisait avec un œil différent ».

D'autres journalistes associaient cette reconnaissance publique à une réelle démarcation de leur part.

[...] au début, les gens sont venus par curiosité, par sympathie, par solidarité pour d'autres, mais ils sont restés parce qu'on avait un point de vue différent, un point de vue surprenant, des histoires originales et c'est ça qui faisait notre "trade mark", notre valeur.

C'était aussi une situation qu'ils vivaient avec les autres médias en général : « [...] les médias semblaient nous suivre aussi. Parce que c'était un conflit quand même médiatisé et les histoires, les primeurs qu'on avait étaient reprises dans les autres médias et ça contribuait à son rayonnement ».

Au final, les journalistes semblaient indiquer que le contexte organisationnel à *ruefrontenac.com* n'était pas tellement différent de celui du *Journal de Montréal*. Ils expliquent que le nombre de journalistes travaillant dans les deux contextes était

similaire, bien que *ruefrontenac.com* fût moins important. La division des tâches et les spécialités, les « beats » ont été conservés, alors que certains s'en sont même ajoutées pour leur plaisir personnel. Le fait que *ruefrontenac.com* soit un site internet ne semble pas non plus avoir affecté leur routine de travail autant qu'on aurait pu le croire. Cela était dû, selon eux, en bonne partie au travail des photographes qui ont alimenté le site internet en contenus multimédias tout au long du conflit, afin de compléter les articles des journalistes. Les seules adaptations étaient donc liées à la mise en page de leur texte et au choix des titres et, parfois, le coordonnateur s'en occupait lui-même. La hiérarchie et la structure de travail semblent aussi avoir été respectées avec la nomination de syndiqués pour tenir le rôle de coordonnateurs.

Les journalistes ont aussi expliqué que le contexte de travail était différent parce qu'ils étaient dans une position de conflit de travail dont l'avenir était incertain.

Parce que ça prenait déjà beaucoup de notre énergie à gérer [...].Ce que les gens ignorent, c'est à quel point ça demande de l'énergie, ça joue sur ton moral, tu vis dans une espèce de [...] combat tout le temps, c'est extrêmement épuisant. Il y a de la haine qui se développe aussi et ça c'est quelque chose avec laquelle je n'étais pas à l'aise.

En dehors de la tension causée par le conflit, les journalistes ont identifié deux principaux facteurs décrivant la différence entre les deux contextes de travail, celui de l'autonomie et des moyens financiers. Leur autonomie de travail était, pour eux, un atout majeur sous *ruefrontenac.com*, mais cette liberté totale d'action venait aussi avec un manque de support financier pour leurs projets et un environnement de travail qui laissait à désirer (mal isolé, petit local, vieux ordinateurs, etc.), ce qui pouvait les limiter dans certaines étapes de leur routine de travail.

[...] on avait un numéro (de téléphone) général avec trois appareils, alors c'était vraiment de base comme service téléphonique. Et pas juste ça, mais une boîte vocale, écouter ses messages, une salle d'archives, tous des trucs que tu as de base dans une salle de rédaction et qui aident beaucoup dans le travail et que là on n'avait pas.

Les journalistes, lorsqu'ils nous parlaient de leur autonomie de travail sous *ruefrontenac.com*, considéraient qu'elle était l'élément principal leur ayant permis de se démarquer. Mais ils ont aussi tenu à souligner que, même si cette autonomie pouvait être idéale pour un journaliste, elle ne l'était pas toujours pour les coordonnateurs qui devaient s'assurer de la bonne marche du journal.

Comme on travaillait bénévolement, des fois il y en avait qui ne travaillaient pas, parfois il y en avait qui travaillaient très, très fort, qui publiaient 10 textes par semaine et d'autres qui en faisaient deux. D'autres devaient se présenter pour couvrir un évènement et finalement ils ne le faisaient pas et on ne pouvait pas vraiment rien faire, on ne pouvait pas vraiment se chicaner entre collègues, personne n'avait d'autorité sur personne et ça créait parfois des injustices. Alors on a réalisé qu'il nous fallait des patrons dans la vie.

Cette difficulté vécue par les coordonnateurs s'est d'ailleurs agrandie lorsqu'ils ont commencé à publier *Rue Frontenac*, leur hebdomadaire imprimé, en septembre 2010.

Il y avait un travail de gestion qui était peut-être plus pénible, justement parce qu'il n'y avait pas de hiérarchie très claire. Alors de dire à ton collègue que ça fait 4 fois que tu lui demandes de te le donner (l'article) et qu'il te le faut pour demain, ça prenait beaucoup de doigté et de tact. D'ailleurs, il y a des chefs de section qui n'ont pas *toughé* parce qu'ils n'ont pas su s'adapter à cela. Il y en avait qui pensaient pouvoir arriver là et jouer le patron et diriger et cela ne fonctionnait pas vraiment bien.

Les autres journalistes, pour leur part, ont indiqué que la mise en place de l'hebdomadaire papier avait peu affecté leur travail.

5.2.2.3 *Le journal Rue Frontenac*

Plusieurs syndiqués croyaient que la création d'un journal imprimé leur permettrait d'aller chercher plus de publicité et d'assurer la viabilité du journal après le conflit. Ils ont opté pour une édition hebdomadaire, car ils n'avaient pas les ressources financières et humaines nécessaires pour permettre la bonne marche à la fois d'un site d'information et d'un quotidien.

Les deux versions du journal se différençaient dans leur contenu, jusqu'à un certain point. C'est-à-dire que les articles du site internet représentaient « la nouvelle qu'on faisait quotidiennement et le papier était réservé aux dossiers, aux *features* et aux scoops qu'on pouvait avoir ». Par contre, la majorité des articles publiés le jeudi en version imprimée se retrouvaient en ligne le samedi et le dimanche. Cela permettait à ceux qui n'avaient pas lu les articles imprimés d'y avoir accès, en plus de pallier au nombre moins important de journalistes, de nouvelles et d'achalandage la fin de semaine.

Le papier, une erreur?

Plusieurs journalistes rencontrés pour cette recherche considéraient que la sortie papier de *Rue Frontenac* était une erreur, car cela les a forcés à diviser leurs forces alors qu'ils avaient déjà de la difficulté à créer suffisamment de contenu pour le site d'information.

[...] Selon moi, ça a été une erreur d'aller sur papier. Ça a fait un petit " splash ", ça a attiré l'attention un petit peu, mais ça a été le même problème qu'à Québec, ça a coûté beaucoup d'argent à imprimer, fallait le distribuer et on publiait le papier de façon hebdomadaire. Dans mon sens, les papiers hebdomadaires, on est dans une ère d'instantanéité et c'est comme si on retournait en arrière.

Rue Frontenac, qui s'est avéré déficitaire, a cessé de paraître après plusieurs éditions. Au départ, celui-ci était censé s'autofinancer par la publicité au même titre sa version électronique. L'un de nos participants avec le plus d'ancienneté était très impliqué dans le fonctionnement de *ruefrontenac.com* et il nous a expliqué que des annonceurs du *Journal de Montréal* souhaitaient aussi publier dans le journal *Rue Frontenac*, mais qu'ils se sont rétractés de peur de ne plus pouvoir annoncer dans le *Journal de Montréal*. Les autres annonceurs de *Rue Frontenac* étaient composés principalement de syndicats et de mouvements communautaires de gauche. Une fois le soutien publicitaire de ces groupes épuisé, les journalistes n'ont pas été en mesure de trouver de nouveaux annonceurs pour les remplacer. Selon les participants qui étaient impliqués dans le processus, les compagnies craignaient de se voir associées à un mouvement syndical.

5.2.2.4 La fin

Les journalistes de *ruefrontenac.com*, une fois le conflit terminé, se sont dispersés un peu partout dans la province, mais ils ont conservé, tel que le montre le témoignage de ces deux journalistes, leur sentiment d'appartenance et leur fierté envers ce site d'information qu'ils ont créé et rendu célèbre.

[...] On l'avait créé alors on l'avait de tatoué sur le cœur. Même encore aujourd'hui, quelques années plus tard, ça reste un moment important dans nos vies, surtout pour les plus jeunes, mais je dirais même pour certains des plus vieux aussi, ces deux ans seraient le fait le plus marquant de notre carrière. Un de ceux dont on va se souvenir le plus à la fin de notre carrière.

Lorsqu'on a mis fin à notre projet, nous avons plus d'un demi-million de visiteurs sur une base mensuelle. Plus de 2 millions de clics, c'était spectaculaire. À la fin, nous avons l'équivalent de 25 % de l'achalandage de *Cyberpresse.ca*,

c'était phénoménal! On était quoi? Maximum 50-40 à travailler sur ce site, un nombre ridicule par rapport aux résultats en ligne.

Discussion

Le contexte organisationnel du *Journal de Montréal* et de *ruefrontenac.com* a évolué au cours de la période étudiée. Tous s'entendaient pour dire que le *Journal de Montréal* était une boîte dynamique pour laquelle ils aimaient travailler. Les journalistes avaient de bonnes conditions de travail, une forte autonomie et de bonnes relations de travail avec leurs supérieurs qui les soutenaient financièrement dans leurs projets. Le journal possédait quand même quelques désavantages tels que la pression à produire, un format tabloïd qui restreint la longueur des articles et les apparences de conflit d'intérêts. Mais les répondants ont précisé que ces désavantages ne sont pas particuliers au *Journal de Montréal* et qu'ils se retrouvent souvent dans les journaux d'envergure. À partir de 2003, plusieurs journalistes rencontrés ont parlé d'une augmentation de l'ingérence des supérieurs dans le travail des journalistes, touchant principalement le choix des sujets à couvrir. Mais ce ne serait qu'en 2008 que le changement de contexte organisationnel se serait finalement concrétisé. La nomination d'un nombre élevé de cadres a augmenté le taux de supervision du travail des journalistes qui recevaient parfois des demandes contradictoires. L'ingérence des supérieurs a augmenté, passant du choix de sujets à couvrir à la teneur des articles. Le financement des projets proposés par les journalistes était calculé par les cadres en fonction de leur capacité à nuire aux opposants du journal. Les journalistes ont ainsi vu leur autonomie diminuée et leurs relations avec leurs employeurs se désagréger. De 2003 à 2008, selon nos répondants, le *Journal de Montréal* serait passé d'un contexte de travail flexible avec

des journalistes autonomes vers un contexte de travail plus contraignant où ces derniers ne sont plus aussi libres dans leur travail.

Le contexte organisationnel de *ruefrontenac.com*, pour sa part, a évolué dans un sens différent. Au départ, les journalistes ont dû s'adapter à l'ambiance un peu chaotique qui vient avec une autonomie totale. Ils possédaient, par exemple, une flexibilité d'horaire totale, en dehors des heures de piquetage obligatoire, et ils ne possédaient pas de superviseurs, que ce soit pour attirer les sujets ou veiller à leur couverture. Avec le temps, les journalistes se sont habitués et ont trouvé des moyens de se structurer eux-mêmes avec la nomination de coordonnateurs de section. *Ruefrontenac.com* possédait peu de financement et les conditions de travail étaient mauvaises avec un local de travail à la limite de l'insalubrité et une absence de ressources de base telles qu'une salle d'archive ou des boîtes vocales. Malgré tout, les relations entre les journalistes étaient bonnes et chacun s'en rappelle comme étant une expérience enrichissante de par la liberté totale d'action qu'ils y possédaient.

De 2008 à 2009, les journalistes que nous avons rencontrés sont donc passés d'un contexte organisationnel contraignant où ils possédaient une autonomie modérée, mais des ressources financières et humaines importantes, vers un contexte de travail où ils ne possédaient rien d'autre que leur liberté totale d'action et leur bonne volonté. Durant les entrevues, nos répondants ont nommé deux facteurs principaux qui ont un impact, positif ou négatif, sur la qualité de l'information des articles qu'ils écrivent. Il s'agit d'abord du journaliste lui-même (ancienneté, expérience, spécialisation, etc.) et des ressources humaines et financières à sa disposition. Si l'on se base sur une comparaison de ces deux contextes de travail avec les résultats de notre analyse de contenu qui indique une

augmentation de la qualité de l'information sous *ruefrontenac.com*, il est possible de croire que l'autonomie du journaliste possède plus d'importance que ses ressources financières ou humaines. Le principal facteur de la qualité de l'information à avoir augmenté était celui de l'intérêt public et il s'agit en effet d'un facteur qui dépend principalement du choix du sujet à couvrir par le journaliste. D'autres facteurs, tels que la rigueur et l'exactitude, qui peuvent être affectées par les ressources que possède le journaliste (posséder une salle d'archive, avoir une personne qui vérifie des faits, etc.), n'ont pourtant pas varié de façon significative entre les deux contextes organisationnels.

L'évolution du contexte organisationnel au *Journal de Montréal* est un exemple des changements que peuvent apporter la concentration des entreprises de presse et la convergence du contenu et des ressources dans un média. L'exemple donné précédemment de la couverture de Star Académie, de TVA, dans les pages du *Journal de Montréal* en est un bon exemple. Ce type de situation est aussi présent dans les autres médias du Québec et bien que problématique au niveau du principe de la diversité des voix, reste non réglementé et légal. C'est cet état de fait que critique Madame Payette dans son rapport lorsqu'elle parle du paradoxe de production de l'information au Québec qui veut que « La production d'un bien collectif, essentiel au fonctionnement de la démocratie, est dévolue à des entreprises privées astreintes à une logique commerciale légitime dans le système économique qui prévaut au Québec » (Payette, 2010, p. 12). Il n'est pas possible de demander à des entreprises privées de rendre un service public et de ne pas chercher à en tirer profit ou de ne pas être soumis aux lois du marché. D'un autre côté, une intervention étatique pour réglementer la presse écrite n'est pas non plus une option puisqu'elle serait perçue comme de l'ingérence politique. Il reste tout de même

que la situation de l'information au Québec se détériore et que l'industrie de la presse écrite, qui ne fait techniquement rien d'illégal, ne peut être la seule à blâmer. Plusieurs recommandations présentées plus haut dans les diverses commissions d'enquête, dont le rapport de madame Payette, semblent répondre en partie à ce dilemme en proposant, entre autres, de renforcer le Conseil de presse du Québec, qui est indépendant du gouvernement. Il reste qu'au final, rien de cela ne peut être fait sans un gouvernement et une population déterminés à agir.

Internet

La majorité de nos répondants s'entendaient pour dire que la couverture de l'information pour *ruefrontenac.com* n'était pas vraiment différente de celle d'un journal papier. Le principal changement dans la couverture des événements était l'instantanéité de la nouvelle, le fait de devoir publier rapidement la première ébauche d'un article lorsque l'évènement survient et de le compléter au fur et à mesure que la situation évolue. Ils ont aussi parlé de la possibilité de commenter en direct des événements tels que des remises de prix en utilisant Twitter, quelque chose qui n'était pas possible pour un journal papier. Les journalistes avaient aussi la possibilité d'écrire des articles plus en profondeur puisqu'ils possédaient plus d'espace d'écriture pour leur article comparativement au format tabloïd. Mais plusieurs ont tout de même précisé qu'ils ne pouvaient se permettre d'écrire de trop long texte, car cela décourageait parfois les lecteurs. Il faut aussi comprendre que *ruefrontenac.com*, ne peut être comparé à d'autres sites d'information. Contrairement à ces derniers, *ruefrontenac.com* possédait une équipe de journalistes et de photographes beaucoup plus nombreuse puisqu'elle était composée de la majorité des membres du quotidien papier. Ces derniers possédaient déjà un

domaine de spécialisation et un réseau de contacts et de sources d'information, et ils n'avaient pas besoin de créer de contenu multimédia puisque les photographes s'en occupaient. Les changements dans leur routine de travail étaient donc mineurs et consistaient principalement à suivre le protocole de mise en ligne, s'occuper de la mise en page et choisir le titre de l'article qui était parfois délégué au coordonnateur de leur section.

La fin de *ruefrontenac.com* peut aussi apporter plusieurs questionnements sur l'avenir de la presse en ligne. Une étude mentionnée plus haut expliquait que les annonceurs, en général, ne sont pas intéressés à afficher sur les sites d'information auxquels ils préfèrent les magazines spécialisés possédant un public cible plus précis. Cette difficulté pourrait favoriser une diminution du mode de financement axé sur la publicité pour les sites d'information. Avant l'industrialisation et l'émergence des médias de masse, les journaux étaient principalement financés par le patronat (politique ou religieux) et par le coût à l'unité. Ils se sont tournés vers la publicité pour pallier l'augmentation des coûts de production durant la période d'industrialisation et n'ont cessé de s'en remettre à elle depuis. Considérant que le coût de production d'un site d'information est beaucoup moins élevé que celui d'un journal papier, les besoins de ce dernier en financement provenant de la publicité en sont tout autant diminués. À la différence des journaux papier qui se sont installés par la suite sur le Web, *ruefrontenac.com* y a fait ses premiers pas. Plusieurs des journalistes que nous avons rencontrés ont indiqué que son passage au papier a causé, selon eux, la perte du site d'information. En agissant ainsi, ils ont augmenté leur coût de production, ce qui a augmenté leur besoin de financement par la publicité dont l'absence a entraîné la faillite

du journal. À cet égard, il est possible de se demander si *ruefrontenac.com* ne serait pas encore fonctionnel aujourd'hui, n'eût été la création de son hebdomadaire papier.

5.2.3 Qualité de l'information

5.2.3.1 Indicateurs d'une information de qualité

Lorsque les journalistes se sont fait demander ce qu'était une information de qualité, il n'a pas été étonnant d'entendre parler des indicateurs que nous avons utilisés pour notre projet de recherche et qui regroupent les principales caractéristiques définies par Rosenstiel et collab. (2003)¹⁷. Le seul de nos indicateurs qui n'a pas été abordé est celui de l'intérêt local des articles.

Plusieurs des journalistes ont tenu à souligner que, pour eux, la qualité de l'information était un idéal inatteignable, mais vers lequel il faut tendre le plus possible. Il en va de même pour la notion d'objectivité.

L'intérêt public et l'esprit d'initiative ont été identifiés en premier par les journalistes sondés : « C'est un peu cliché, mais je dirais que c'est l'intérêt public en opposition à l'intérêt du public. Pour moi, c'est d'éveiller l'intérêt, d'éveiller la conscience. »

Les journalistes ont par la suite parlé de l'importance des reportages journalistiques. L'un d'eux a d'ailleurs souligné que la création de commissions, telle que la Commission d'enquête sur l'octroi et la gestion des contrats publics dans l'industrie de la construction, menée par la juge France Charbonneau, est souvent due à la recherche

¹⁷ Intérêt local, intérêt public, rigueur et exactitude, équité, crédibilité et esprit d'initiative.

d'un journaliste. Ils ont aussi souligné que le manque de temps et de ressources, autant humaines que financières, peut limiter leur esprit d'initiative et la rigueur de leur recherche.

La qualité de l'information c'est, entre autres, d'avoir le temps de faire une bonne recherche qui te permet ensuite de préparer les bonnes questions et d'interroger les bonnes personnes. Parce que souvent, quand on veut aller vite et qu'on manque de temps, on va aller parler aux personnes disponibles. Comme les profs d'université, il y en a toujours 3-4 par université qui sont toujours à leur bureau et qui sont toujours disponibles pour parler aux journalistes et qui sont toujours contents de leur parler sur n'importe quel sujet. Alors ces personnes-là sont super bonnes en entrevue, mais leur point de vue, il vaut ce qu'il vaut. Tandis que l'expert de ton sujet, la sommité du Québec sur tel sujet, ben peut-être que ça prend une semaine et demie pour le rejoindre parce qu'il est en voyage, parce qu'il enseigne, parce que ci et ça, etc.

Par contre, ce besoin d'avoir de nombreuses sources qui sont crédibles et compétentes, ainsi que plusieurs points de vue, a été relativisé par certains journalistes qui soulignent que, pour « faire un article bref sur un accident avec un piéton à côté d'une rue, tu n'as pas besoin de plusieurs points de vue pour rapporter ça... »

La crédibilité, l'objectivité et la neutralité représentent aussi d'importants facteurs d'une information de qualité selon nos répondants. Il est nécessaire, peu importe le sujet traité, « d'aller au fond des choses et de ne pas s'appuyer uniquement sur des rumeurs, d'aller au-delà des préjugés et des idées préconçues » et « de ne pas juste égratigner les choses en surface ». L'apparence et les conflits d'intérêts ont aussi été mentionnés par plusieurs journalistes, tout au long des entrevues, en tant que facteurs touchant l'objectivité et la neutralité d'un journal.

Nos répondants ont identifié qu'une information de mauvaise qualité était sensationnaliste, qu'elle présentait des faits ou des arguments douteux (arguments

fallacieux) et/ou qu'elle ne possédait aucune mise en contexte. La question de la définition du sensationnalisme, tel que nous l'avons abordée dans la conceptualisation, a d'ailleurs été défendue par l'un des journalistes. Il soulignait l'importance de certains articles de « faits divers » tels que ceux portant sur les accidents de voiture causés par l'alcool. Il explique que, malgré le caractère sensationnaliste que peut avoir la nouvelle, la façon dont le sujet est couvert peut apporter des changements de mentalité et de politique qui sont profitables à la société. Il précise donc qu'il existe une différence entre un sujet sensationnaliste et le traitement sensationnaliste d'un sujet.

Discussion

Il n'a pas été étonnant de voir que l'indicateur principal d'une information de qualité, selon nos répondants, était *l'intérêt public*. Cela s'est traduit par une augmentation de ce dernier dans les articles qu'ils ont produit sous *ruefrontenanc.com*. Lorsqu'il était question de la *rigueur* et du nombre de point de vue ou de source utilisés, plusieurs ont souligné que les besoins changeaient selon l'évènement couvert et nous avons découvert, durant notre analyse de contenu, que c'était en effet le cas (ex. : rapport d'accident de la route). Au final, les indicateurs mentionnés par les journalistes sont restés dans les limites des indicateurs préétablis dans les recherches sur lesquelles nous sommes basées pour créer notre conceptualisation d'une information de qualité. Il n'est donc pas étonnant que les résultats de notre analyse de contenu appuient les propos des journalistes que nous avons rencontrés.

5.2.3.2 *Facteurs de la qualité de l'information*

Bien que la discussion sur les indicateurs d'une information de qualité soit restée générale, les journalistes ont été à même d'identifier de nombreux facteurs qui auraient, selon eux, une influence importante sur la qualité de l'information. Il s'agit de la culture d'entreprise, des ressources (financières et humaines), de la qualité des journalistes et de leur autonomie.

Culture d'entreprise

Les journalistes rencontrés ont indiqué que la vision et la mentalité de l'entreprise de presse pour laquelle ils travaillent ont un impact important sur la qualité de leur travail et de l'information qu'ils produisent.

Certains journaux vont se spécialiser en politique, en culture, en faits divers, etc., et la façon dont les journaux vont choisir de couvrir ces sujets affecte la qualité de l'information :

Il ne faut pas que l'information soit orientée, et tu peux avoir des préférences dans la couverture, par exemple, comme je le disais *Le Journal de Montréal* était très fort sur la couverture des faits divers et de l'actualité et judiciaire [...]. C'est des secteurs où il y a quand même des choses importantes qui se passent et il y a des gens qui ont de l'intérêt pour ces informations-là, alors il faut le couvrir sérieusement et alors il n'y a pas de problèmes.

Les journalistes sondés considèrent que la pression faite par les employeurs pour une production rapide des articles possède aussi un effet négatif sur la qualité de l'information en augmentant les risques de commettre des erreurs évitables. Cette

situation semble d'ailleurs se répandre encore plus rapidement avec l'utilisation des réseaux sociaux, des chaînes de nouvelles en continu, et de l'Internet.

Aussi, puisque maintenant les réseaux sociaux sont ultras rapides, presque instantanés, si ces vérifications-là ne sont pas faites et que vous faites une erreur, ça vous explose au visage dans les 10 minutes qui suivent. Eh oui, par la suite tu peux corriger, mais dans le passé c'est des choses qui n'existaient pas, ou très, très peu. Souvent parce que la charge de travail, qui était déjà quand même considérable, permettait quand même de faire toutes les vérifications d'usage [...].

L'existence de patrons et d'une hiérarchie de travail stable et fonctionnelle est, selon nos répondants, nécessaire au bon fonctionnement d'un journal. De même, les relations des journalistes entre eux et avec leurs patrons sont des facteurs pouvant influencer la qualité de l'information produite. Un patron ouvert d'esprit, possédant une bonne éthique et intéressé par la qualité de l'information est une condition nécessaire à sa création : « *Parce que si toi tu es intéressé par la qualité, mais pas tes patrons, c'est sûr qu'il n'y en aura pas dans le journal, ils vont te bloquer* ». Il est donc nécessaire pour les journalistes de posséder le soutien moral de leurs supérieurs.

Ressources financières

De nombreux exemples ont été donnés sur la façon dont les ressources financières affectent le travail et le rendement des journalistes. Cela allait de la capacité à fournir des besoins de base, tels que de logement et de chauffage, en passant par la présence d'une salle d'écoute des fréquences radio des services d'urgences (police, pompier, ambulance, etc.), la disponibilité de boîtes vocales, etc. Les journalistes ont aussi mentionné l'importance de pouvoir payer les frais liés aux demandes d'accès à l'information, mais

ils ont aussi mentionné que, parfois, ce n'est pas les moyens financiers qui font la différence.

[...] la difficulté d'avoir accès à certaines informations. On n'est pas à une époque où on a des gouvernements qui sont extrêmement, au fédéral et même à d'autres niveaux, avec des gens qui n'ont pas toujours une très grande ouverture à notre égard. Alors c'est un facteur aussi. Et ça, c'est peu importe le média pour lequel on travaille.

Mais les ressources financières affectent aussi la capacité ou non d'engager suffisamment d'employés afin de répondre aux besoins et aux attentes de la compagnie.

Si on a seulement deux journalistes dans la salle de rédaction, c'est extrêmement difficile de faire du "*fact checking*", de vérifier les sources et leur information. S'il faut appeler du monde pour faire un texte, mettons 5 (sources), ça devient plus difficile parce qu'il faut aussi fermer le journal. Mais quand on est une masse de journalistes, il y en a qui peuvent être libérés pour faire des enquêtes.

Compétences journalistiques

Parmi les caractéristiques que les journalistes sondés considèrent importantes, l'on retrouve le style d'écriture, l'expertise du journaliste, et l'ancienneté. Il faut idéalement que le journaliste possède une certaine qualité d'écriture et qu'il sache bien présenter ses sujets, de façon cohérente, précise et compréhensible pour le lecteur. La longueur des textes est un facteur important de la qualité de l'information, selon les journalistes. Par contre, les journaux imprimés disposent souvent d'un espace limité qui requiert une bonne capacité de concision de la part du journaliste.

La passion du journaliste pour son travail et son sujet de spécialisation, son "beat", est préférable puisqu'il a plus de chance d'être au courant des dernières nouvelles et de pouvoir plus facilement analyser et expliquer les événements qui s'y rapportent.

L'expertise dans différents domaines peut aussi être reliée au nombre d'années passées à le couvrir. Sans compter que les affectations se font par ancienneté, ce qui ne laisse pas toujours la chance aux journalistes plus jeunes de se bâtir rapidement une spécialisation.

Une partie des répondants (toute ancienneté confondue) considère que l'ancienneté et l'expérience du journaliste est un avantage qui permet de produire des articles de meilleure qualité. Leur raisonnement serait qu'avec l'expérience, le journaliste est moins à risque de commettre des erreurs « de débutant » et qu'il a appris à repérer et à réagir aux potentiels abus de leur média. L'exemple cité plus haut du journaliste qui devait faire une couverture constante de *Star Académie* et qui ne comprenait pas, à l'époque, en quoi cela affectait la qualité de l'information, en est un exemple. L'ancienneté du journaliste lui assurerait aussi, la plupart du temps, une position plus stable qu'un nouvel arrivant au journal. Sa protection syndicale, par exemple, lui conférerait une plus grande autonomie que celle d'un surnuméraire à l'essai. Un journaliste avec un poste permanent est soutenu par un syndicat et peut s'opposer plus facilement à des actions qu'il considère nuisibles pour la qualité de l'information. On parle, par exemple, du surnuméraire qui s'est fait imposer une proportion de « Oui » et de « Non » durant un *Vox Pop*.

Au final, ces critères se veulent des indications de facteurs pouvant favoriser la qualité de l'information produite par les journalistes, mais le but n'est pas de généraliser ou de catégoriser ces derniers :

Le journalisme est fait par des humains, alors il y a autant de façons de travailler qu'il y a de journalistes. Dans toutes les professions, il y a des gens qui coupent les coins plus ronds et d'autres qui sont plus méticuleux, et c'est vrai en journalisme aussi.

Discussion

Il est intéressant de noter que les principaux facteurs énumérés par les journalistes durant les entrevues, comme affectant la qualité de l'information se retrouvent dans le premier et troisième palier des influences de Reese, à savoir l'influence de l'individu et l'influence organisationnelle. Le dernier palier d'influence, idéologique, a aussi été brièvement mentionné par certains journalistes déplorant le manque de transparence et les difficultés d'accès à l'information compte tenu des gouvernements en place. En ce qui concerne l'influence organisationnelle, les journalistes ont souligné l'importance de la culture d'entreprise, de la mentalité de l'employeur et aussi l'importance des ressources, tant humaines que financières, dans la création d'une information de qualité. Par contre, ils considèrent aussi que le professionnalisme des journalistes possède un impact sur la qualité de l'information et qu'il faut donc que les journalistes soient libres et autonomes. Ces résultats peuvent expliquer en partie pourquoi la majorité des répondants, malgré le manque de ressources financières et humaines, considéraient écrire des articles de meilleure qualité sous *ruefrontenac.com*. Cette impression a d'ailleurs été confirmée dans notre recherche par une augmentation de l'intérêt public des articles qu'ils ont publiés durant cette période.

Conclusion

Plusieurs recherches ont porté sur la question de l'avenir de la presse écrite qui est en crise dans de nombreux pays, incluant le Canada et la province du Québec. Ces études associent cette situation, entre autres, à la concentration croissante de la propriété des entreprises de presse, à la convergence de leurs contenus et de leurs ressources, à la diminution de leur compétition et à l'augmentation de leur liberté d'entreprise. Cette liberté d'entreprise est souvent vue en opposition à la liberté professionnelle des journalistes qui y travaillent. Les journalistes se retrouvent dans un contexte où ils sont de moins en moins nombreux et où ils doivent fournir de plus en plus de contenu sur un nombre de plus en plus varié de plateformes, et ce, de plus en plus rapidement. Les recherches sur le sujet indiquent que ces contraintes organisationnelles ont un impact négatif sur le droit du public à une information diversifiée et de qualité et, par le fait même, nuisent à la démocratie. C'est dans cette optique, tant au Canada qu'au Québec, que de nombreux rapports et études commandés par l'État demandent l'intervention des gouvernements afin d'encadrer la concentration des entreprises de presse et d'en limiter, autant que possible, les impacts négatifs sur l'information.

Il était donc pertinent d'étudier dans quelle mesure la qualité de l'information peut varier d'une organisation et d'un contexte de travail à l'autre. Pour ce faire, nous nous sommes intéressés au contexte du *Journal de Montréal*, appartenant à une entreprise cotée en bourse, et au contexte du site d'information *ruefrontenac.com*, fondé par ses journalistes durant leur conflit de travail et duquel ils étaient propriétaires. Bien que cette étude se base sur une période conflictuelle du *Journal de Montréal*, elle a été sélectionnée pour son apport unique à la recherche. Ce contexte nous permet en effet de comparer

l'évolution de la qualité de l'information d'un même groupe de journalistes dans deux organes de presse différents dans un court laps de temps. Considérant que *Le Journal de Montréal* est fortement impliqué dans la concentration des entreprises de presse et la convergence des contenus et des ressources, nous avons supposé que son contexte de travail était plus contraignant que celui de *ruefrontenac.com* et, qu'en conséquence, la qualité de son information serait moins élevée.

Afin de collecter les informations nécessaires à la confirmation ou à l'infirmité de notre hypothèse, nous avons procédé à des entrevues indépendantes avec 10 journalistes ayant écrit sous ces deux organes de presse et nous avons par la suite effectué une analyse de contenu d'articles qu'ils ont publiés. Cela nous a permis de voir comment les journalistes ont vécu ces deux contextes et comment la qualité de leur travail a été affectée.

Nos résultats ont confirmé notre hypothèse de départ et ils ont permis de déterminer que le principal indicateur d'une information de qualité à être affecté par le changement de contexte de travail était celui de l'intérêt public. Nous avons par la suite cherché à savoir si le contexte de conflit de travail au *Journal de Montréal* avait eu un impact négatif sur la qualité de l'information produite par ses journalistes. Nos répondants nous avaient indiqué que les années antérieures à 2008 étaient beaucoup moins problématiques que cette dernière. Nous avons émis l'hypothèse que le contexte plus contraignant de 2008 aurait affecté négativement la qualité de l'information qui serait plus élevée en 2006. Notre hypothèse dans ce cas-ci a été partiellement confirmée par nos résultats qui ont indiqué que l'indicateur de rigueur, avec son nombre de sources utilisées, de points de vue présentés et de mise en contexte, variait de façon négative

entre 2006 et 2008. Par contre, l'utilisation du sensationnalisme a diminué et a donc augmenté l'indicateur d'équité entre ces deux années, rendant nulle la variation de la qualité de l'information. Néanmoins, nous avons été à même de confirmer que, si le sensationnalisme diminuait, ce n'était pas dû au contexte organisationnel, mais plutôt à l'année de publication et à l'ancienneté des journalistes. En dernier lieu, nous avons émis l'hypothèse que l'ancienneté des journalistes, de par l'autonomie qu'elle fournit et l'expérience de travail qu'elle implique, possédait une influence positive sur la qualité de l'information produite. Nous avons découvert qu'il existait bel et bien un lien entre ces deux facteurs, mais qu'il était négatif. Contrairement à nos attentes, les journalistes les plus récents au journal ont produit des articles de meilleure qualité que leurs collègues possédant plus d'ancienneté. Il a aussi été intéressant de remarquer que cette différence dans la qualité de l'information entre les deux groupes de journalistes (arrivés entre 2000 et 2007 ou entre 1980 et 1999) n'est significative que durant les années du *Journal de Montréal* et qu'elle ne semble pas avoir eu un impact sous *ruefrontenac.com*. Nous ne sommes pas en mesure d'expliquer ces résultats qui demandent une étude plus approfondie du sujet.

Tel que mentionné dans la section des résultats, il est possible que nos participants, les premiers journalistes à nous avoir répondu, aient été particulièrement plus critiques de leur ancien employeur que les journalistes qui ne nous ont pas répondu. Mais, nous avons tout de même pu remarquer que la totalité de nos répondants possédait une opinion positive de leur expérience de travail au *Journal de Montréal*, en dehors de l'année précédant le conflit de travail. De plus, de nombreuses anecdotes nous ont été répétées par différents journalistes, nous poussant à croire en leur authenticité. Il reste

néanmoins que les entrevues nous ont fourni beaucoup d'informations critiques du *Journal de Montréal* et il ne nous semblait pas équitable de ne présenter qu'une version des faits. C'est pour cette raison que nous avons tenté de rencontrer des cadres du *Journal de Montréal* de l'époque afin d'avoir leur opinion sur l'évolution du contexte organisationnel et sur les différentes allégations portées contre eux. Malheureusement, seul un cadre sur les trois contactés nous a répondu et il nous a fait savoir qu'il refusait de participer, car il ne croyait pas en l'impartialité du directeur de notre projet de thèse. Bien que cette réaction soit compréhensible, considérant la sensibilité du sujet et les publications antérieures de ce dernier¹⁸, il reste que les résultats de notre projet de recherche en sont indépendants.

Finalement, les résultats de notre projet de recherche ouvrent la porte à bien d'autres sujets de recherche qui, nous l'espérons, inspireront de nouvelles études. Il serait en effet intéressant de voir une analyse de contenu des articles du *Journal de Montréal* avant 2003 et après 2006, afin de mettre en lumière la possible divergence dans la qualité de l'information de son contenu et de valider ou d'infirmer les résultats que nous avons déjà obtenus. Un autre projet intéressant serait de pousser plus loin l'analyse de contenu des articles écrits par des journalistes selon leur ancienneté, sujet que nous avons tout juste eu le temps d'effleurer et qui nous a présenté plus de questions que de réponses.

¹⁸ Marc-François Bernier a, entre autres, publié le livre *Journalistes au pays de la convergence. Sérénité, malaise et détresse dans la profession*, qui présente les résultats d'un sondage mené auprès de journalistes à l'emploi de Gesca, Radio-Canada et Québecor. La recherche a révélé que les journalistes de Québecor vivaient une «détresse professionnelle» en raison de l'écart important entre leurs valeurs professionnelles et celles de leur employeur (Bernier, 2008).

Annexe 1. Grille d'entrevue

Contexte organisationnel

Comment perceviez-vous le contexte organisationnel :

- Au *Journal de Montréal*

o Nombre de journalistes/division des tâches/Spécialisation

§ Impact sur son travail

§ Impact sur celui de ses collègues

§ Point positif? /Négatif?

§ Impact sur l'information?

§ Etc.

- Sur *ruefrontenac.com*

o Nombre de journalistes/division des tâches/Spécialisation

§ Impact sur son travail

§ Impact sur celui de ses collègues

§ Point positif? /Négatif?

§ Impact sur l'information?

§ Etc.

Qualité de l'information

- Selon vous, quels sont les facteurs qui affectent le plus la qualité de l'information?

- Selon vous, comment définir la qualité de l'information?

o Caractéristiques principales

▪ L'esprit d'initiative, comment l'évaluer?

o Qu'est-ce que de la mauvaise information?

Sensationnalisme?

| | |
|--|---|
| <p>Équité</p> <p><u>Absence de discrimination :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucune mention discriminante (1) - Une mention discriminante (0) - Plus d'une mention discriminante (-1) <p><u>Absence de sensationnalisme :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucun sensationnalisme (1) - Une mention sensationnaliste (0) - Plus d'une mention sensationnaliste (-1) | <p>/1</p> <p>Détails (au besoin) :</p> <p>/1</p> <p>Détails (au besoin) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Satire vs humour |
| <p>Crédibilité</p> <ul style="list-style-type: none"> - Source experte (1) - La source est l'objet de l'article (1) - Personne/source dans la rue (témoignage, vox pop, etc.) (1) - Source anonyme avec information (0) - Source anonyme sans information (-1) - Aucune source (0) | <p>/ 1</p> <p>Détails (au besoin) :</p> |
| <p>Intérêt local</p> <ul style="list-style-type: none"> - Information urgente (inondation, évacuation, catastrophe, etc.) (1) - Histoire nationale avec un impact local expliqué (1) - Histoire affectant un ou différents groupes locaux (fermeture d'usine, élection partielle, etc.) (1) Histoire touchant une partie géographique de la région locale (1) - Histoire nationale ou internationale sans impact local (0) - Histoire générale sans impacte local (0) | <p>/1</p> <p>Détails (au besoin) :</p> |
| <p>Esprit d'initiative et de courage</p> | |

| | |
|--|------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Enquête, entrevue ou série de reportages (a) - Couverture d'évènement imprévu (accident, annonce de démission, etc.) (b) - Couverture d'évènement prévu (soirée-bénéfice, conférence de presse, etc.) (c) - Autre (d) | <p>Détails (au besoin) :</p> |
| <p>Total :</p> | <p>/15</p> |

Références

- Adams, W.C. (1978). Local Public Affairs Content of TV News'. *Journalism Quarterly*, 55(4), 690–695. Cité dans Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. (pp.209). *European Journal of Communication*, 22, 207-228.
- Allan, S et Thorsen, E. (2011). Journalism, public service and BBC News Online. Dans Meikle et Redden *News Online, transformations and continuities*, (pp.20-37-), Londre : Palgrave macmillan.
- Alperstein, N.M. (1991). Imaginary Social Relationships with Celebrities Appearing in Television Commercials. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 35(1), 43–59. Cité dans Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. (pp.214). *European Journal of Communication*, 22, 207-228.
- Atkin, C. and Block, M. (1983). Effectiveness of Celebrity Endorsers, *Journal of Advertising Research*, 23(1), 57–61. Cité dans Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. (pp.214). *European Journal of Communication*, 22, 207-228.
- Baillargeon, N. (2005). *Petit cours d'autodéfense intellectuelle*. Montréal: Lux.
- Baillargeon, S. (1^{er} mars 2011). L'offre patronale est acceptée à 64% au *Journal de Montréal*. Le Devoir Tiré de <http://www.ledevoir.com/societe/medias/317714/l-offre-patronale-est-acceptee-a-64-au-journal-de-montreal>
- Barnett, V. (2003). The Use of Information Technology in a Strike. *Journal of Labor Research*, 24 (1), 55-72.
- Berelson, B. (1971). Content Analysis in Communication Research. New-york. Cité par Bonville, J. (2000). *L'analyse de contenu des médias*. (pp.18). Bruxelles : De Boeck.
- Bernier, M-F. (2005). Éthique et déontologie du journalisme – édition revue et augmentée. Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Bernier, M-F. (2008). *Journalistes au pays de la convergence. Sérénité, malaise et détresse dans la profession*. Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Bernier, M-F. (2010). « Radio-Gesca » est-il un phénomène réel ? Chaire de recherche en éthique du journalisme. Page visionnée le 10 janvier 2014. Tiré de : <http://www.crej.ca/radiogesca.pdf>

- Bogart, L. (1989). *Press and Public: Who Reads What, When, Where, and Why in American Newspapers* (2nd ed.). Hillsdale, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Boisvert, M. (3 juillet 2011). Rue Frontenac : lettre ouverte de Marcel Boisvert. *estriplus.com*. Tiré de <http://www.estriplus.com/contenu-0404040431333535-15391.html>
- Brennen, B. (2005). Lockouts, Protests, and Scabs: A Critical Assessment of the Los Angeles Herald Examiner Strike. *Critical Studies in Media Communication*, 22(1), 64–81.
- Brin, C. et St-Pierre, M. (2013). *Crise des médias et effectifs rédactionnels au Québec*. Sainte-Foy, Québec : Centre d'étude sur les médias (CEM).
- Brousseau- Pouliot, v. (5 décembre 2013). Québecor vend ses 74 hebdomadaires régionaux à TC Media. *Lapresse.ca*. Tiré de <http://affaires.lapresse.ca/economie/medias-et-telecoms/201312/05/01-4717978-quebecor-vend-ses-74-hebdomadaires-regionaux-a-tc-media.php>
- Cabriolé, S. (2009). La recomposition d'une organisation de presse : Le cas du Parisien.fr (Enquête). *Terrains & travaux*, 1(15), 127-145.
- Carbasse, R. (2009). Les stratégies des entreprises de presse quotidienne francophone québécoise dans le déploiement d'activités en ligne : 1996 -2009. Université du Québec à Montréal, mémoire de maîtrise en communication.
- Cawley, A. (2008). News Production in an Irish Online Newsroom : Practice, Process, and Culture. Dans Paterson, Domingo et Lang. (2008). *Making Online News, The Ethnography of New Media Production*, (pp.45-60). New-York : Peter Lang.
- Centre d'études sur les médias. (2001). La concentration de la presse à l'ère de la "convergence". *Dossier remis à la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec dans le cadre du mandat portant sur Les Impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*.
- Centre d'étude sur les médias (CEM). (2011). La presse quotidienne. Tiré de <http://www.cem.ulaval.ca/pdf/pressequotidienne.pdf>
- Centre d'étude sur les médias (CEM). (2012). Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada. Tiré de <http://www.cem.ulaval.ca/pdf/Concentrationquotidiens.pdf>

- Code du travail. (2013). La grève, le lock-out, le piquetage et le maintien des services essentiels. Tiré de http://www.travail.gouv.qc.ca/publications/le_code_du_travail_en_questions_et_reponses/7_la_greve_le_lock_out_le_piquetage_et_le_maintien_des_services_essentiels.html#c1
- Commission de la culture. (2001). Mandat d'initiative portant sur La concentration de la presse. Québec : *le Secrétariat des commissions*.
- Concepción, B., E. (2011). How Journalists Perceive Internal and External Influence : a Qualitative Assessment of Local Television Reporter's Ethical Decision-Making. *ProQuest Dissertations and Theses*, University of South Carolina.
- Cho, J. and Newhagen, J. (2002) On the Mediated Publicness: Emotional Assessment of the Public and Private Images on the Internet. *International Communication Association Information System Division*, 15(19). Cité dans Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. (pp.214). *European Journal of Communication*, 22, 207-228.
- Chouinard, M. (11 décembre 2010). Rue Frontenac en papier: bilan. *Le magazine Trente*. Tiré de <http://trente.ca/2010/12/rue-frontenac-en-papier-bilan/>
- Collins, F. Ross. (1996). A Battle for Humor: Satire and Censorship in Le Bayard. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(3), 645-656.
- Commission de l'économie et du travail. (2011). La modernisation des dispositions anti-briseurs de grève prévues au Code du travail. Québec : Direction des travaux parlementaires de l'Assemblée nationale du Québec.
- Confédération des syndicats nationaux (CSN). (2010). Boycottage du *Journal de Montréal*. Communiqué de presse tiré de <http://www.csn.qc.ca/web/csn/communiqué/-/ap/Comm10-11-10>
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications Canadiennes (CRTC). (2013). Profil Québecor. Tiré de <http://www.crtc.gc.ca/ownership/fra/cht156.pdf>
- De Bonville, J. (1988). *La presse québécoise de 1884 à 1914*. Québec : Les presses de l'université Laval.
- Denis, R. (1988). *Une révolution pas si tranquille... avant 1960*. Montréal: Les Presses de l'Université du Québec.
- Devirieux, C.J. (1986). Pour assurer le droit à l'information : la vigilance de la profession. Dans Prujiner et Sauvageau, *Qu'est-ce que la liberté de presse?* (pp.50). Montréal, Canada : Boréal express.

- Désilets, C. (2010). L'asymétrie des revenus publicitaires des médias traditionnels et des médias modernes. Le point de vue de trois publicitaires québécois. Cité dans Payette. (2010). *L'information au Québec un intérêt public* (p.132).
- Deslauriers, J-P. (1991). *Recherche qualitative : guide pratique*. Montréal : McGraw-Hill.
- Donohew, L., Finn, S. et Christ, W.G. (1988) The Nature of News Revisited: The Role of Affect, Schemas, and Cognition. Dans Donohew, L., Sypher, H.E. et Higgins, E.T. *Communication, Social Cognition and Affect* (pp. 195–218). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum. Cité dans Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. (pp.213). *European Journal of Communication*, 22, 207-228.
- Dunaway, J. (2011). Institutional effects on the information quality of campaign news. *Journalism Studies*, 12 (1), 27-44.
- Exruefrontenac.com. (s.d.). Accueil des archives. Page visionnée le 10 novembre 2013 à exruefrontenac.com
- Falardeau, L. (1986). La liberté de presse, une liberté d'entreprise? Dans Prujiner et Sauvageau, *Qu'est-ce que la liberté de presse?* (pp.81). Montréal, Canada : Boréal express.
- Fenton, N. et Witschge, T. (2011). « Comment is free, facts are sacred » : journalistic ethics in a changing mediascape. Dans Meikle et Redden *News Online, transformations and continuities* (pp. 148-164). Londres : Palgrave macmillan.
- FPJQ. (s.d.). Profil. Fédération professionnelle des journalistes du Québec. Page visionnée le 10 janvier 2014 : <http://www.fpq.org/index.php?id=6>
- Freyssinet-Dominjon, J. (1997). *Méthodes de recherche en sciences sociales*. Paris : Montchrestien.
- Garcia, E. P. (2008). Print and Online Newsrooms in Argentinean Media : Autonomy and Professional Identity. Dans Paterson, Domingo et Lang *Making Online News, The Ethnography of New Media Production* (pp.61-76). New-York : Peter Lang.
- Grabe, M.E., Zhou, S. et Barnett, B. (2001). Explicating Sensationalism in Television News: Content and the Bells and Whistles of Form. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 45(4), 635–55. Cité dans Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. (pp.213). *European Journal of Communication*, 22, 207-228.

- Godin, p. (1981). *La lutte pour l'information, histoire de la presse écrite au Québec*. Montréal : Le jour, éditeur.
- Gouvernement du Canada. (s.d.). Charte canadienne des droits et libertés, Partie 1 de la Loi constitutionnelle de 1982. Page visionnée le 20 novembre 2013 : <http://laws.justice.gc.ca/fra/Const/page-15.html>
- Gouvernement du Québec. (s.d.). Charte des droits et libertés de la personne, chapitre 1 Libertés et droits fondamentaux. Page visionnée le 20 novembre 2013 : http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/C_12/C12.HTM
- Huang, E., Rademakers, L., Fayemiwo, M. A., et Dunlap, L. (2004). Converged journalism and quality: A case study of the tampa tribune news stories. *Convergence*, 10 (4), 73-91.
- La Dépêche. (1990). La publicité dans l'information (p.12-30). Cité dans Saint-Jean, A. (2002). *Éthique de l'information, Fondements et pratiques au Québec depuis 1960*. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.
- La Presse Canadienne. (24 janvier 2009). Lock-out décrété au *Journal de Montréal*. *La Presse* Tiré de <http://affaires.lapresse.ca/economie/200901/25/01-693954-lock-out-decrete-au-journal-de-montreal.php>
- Lemoine, D. (24 janvier 2009). Lock-out décrété au *Journal de Montréal*. *Les Affaires*. Tiré de <http://www.lesaffaires.com/secteurs-d-activite/medias-et-communications/lock-out-deteacutecreteacuteteteacute-au-journal-de-montreacuteal-/488329#.UmfCAflWyO8>
- Leray, C. (2008). *L'analyse de contenu : De la théorie à la pratique, la méthode Morin-Chartier*, Québec : Les Presses de l'Université du Québec.
- Maestro, S. (5 octobre 2011). Une page d'histoire est franchie. Lamétropole.com. Tiré de <http://www.lametropole.com/blog/Stephane-Maestro/une-page-d-histoire-est-franchie>
- Maguire, M. (2005). Changes in ownership affect quality of Oshkosh paper. *Newspaper Research Journal*, 26(4), 74-86.
- Marcotte, P. (2008). *La qualité du journalisme vue par ceux qui le pratiquent*. Québec : Centre d'études sur les médias.
- McNair, B. (2011). Managing the online news revolution : the UK experience. Dans Meikle et Redden. *News Online, transformations and continuities* (pp. 38-52). Londres : Palgrave macmillan.

- Meyer, P. et Kim, K. (2005). Survey Yields Five Factors Of Newspaper Quality. *Newspaper Research Journal*, 26(1), 6-15.
- Mediacollege.com. (s.d.). Vox Pops. Tiré de <http://www.mediacollege.com/video/interviews/voxpops.html>
- Ministère de la culture et des communications. (2011). « La ministre St-Pierre confie un mandat de consultation sur l'avenir de l'information à Dominique Payette », Communiqué de presse du Ministère de la culture et des communications.
- Mitchelstein, Eet Boczkowski, J. P. (2009). Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562-586.
- Mott, F.L. (1962). *American Journalism*. New York: Macmillan. Cité dans Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. (pp.209). *European Journal of Communication*, 22, 207-228.
- Nicoud, A. (21 mai 2011). Rue Frontenac: de l'utopie au cauchemar. *La Presse*. Tiré de <http://www.lapresse.ca/actualites/national/201105/21/01-4401750-rue-frontenac-de-lutopie-au-cauchemar.php>
- Paré, G. (s.d.). Le Devoir, une historique. Le Devoir. Page visionnée le 11 janvier 2014 : <http://www.ledevoir.com/le-devoir/histoire>
- Payette, D. (2010). L'information au Québec un intérêt publique. Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec.
- Peifer, T. J. (2012). Can We Be Funny? The Social Responsibility of Political Humor. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 27(4), 263-276.
- Picard, R.G. et Van Weezel, A. (2008). Capital and Control: Consequences of Different Forms of Newspaper Ownership. *The International Journal on Media Management*, 10, 22-31.
- Power Corporation. (8 octobre 2013). Avis de décès. Tiré de http://www.powercorporation.com/fr/avis_de_deces.html
- Projet J. (28 février 2011). *Journal de Montréal*: à la recherche d'un coupable. *Projet J*. Tiré de <http://projetj.ca/article/journal-de-montreal-la-recherche-dun-coupable>
- Québecor. (s.d.). Distribution – De l'entrepôt jusqu'au marchand! Page visionnée le 10 janvier 2014 : <http://www.quebecor.com/fr/content/distribution>

- Québecor. (s.d.). Historique – La décennie 70. Page visionnée le 10 novembre 2013 : <http://www.quebecor.com/fr/content/1970>
- Québecor. (s.d.). Vidéo - L'une des plus grandes chaînes canadiennes du secteur du divertissement. Page visionnée le 10 janvier 2014 : <http://www.quebecor.com/fr/content/video>
- Quinn, S. (2005). *Convergent journalism – The fundamentals of multimedia reporting*. New-york : Peter Lang publishing.
- Raymond, R. (9 mai 2007). Publier plutôt que piqueter. *Radio-Canada*. Tiré de : <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2007/05/08/005-media-matin-quebec.shtml>
- Reich, Z et Hanitzsch, T. (2013). Determinants of Journalists' Professional Autonomy: Individual and National Level Factors Matter More Than Organizational Ones. *Mass Communication and Society*, 16, 33–156.
- Rosenstiel, T. et collab. (2003). Does Ownership Matter in Local Television News: A Five-Year Study of Ownership and Quality. *Project for Excellence in Journalism*.
- Rouillard, J. (28 septembre 2010). La mythique Révolution tranquille. *Le Devoir*, page A9.
- Rue 89. (s.d.). Pourquoi ce nom de « Rue89 » ? Page visionnée le 5 novembre 2013 : <http://www.rue89.com/faq#1.1>
- Ryu, J.S. (1982). Public Affairs and Sensationalism in Local TV News Programs. *Journalism Quarterly*, 59(1), 74–8, 137. Cité dans Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. (pp.209). *European Journal of Communication*, 22, 207-228.
- Saint-Jean, A. (2003). Rapport du Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information, Tome 2 : Problématique, recherche et consultations.
- Saint-Jean, A. (2003). Rapport du Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information, Tome 1 Les effets de la concentration des médias au Québec : Analyse et recommandations.
- Saint-Jean, A. (2002). Éthique de l'information, Fondements et pratiques au Québec depuis 1960. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.
- Tracy F.J. (2004). The News About the Newswriters: press coverage of the 1965 American Newspaper Guild strike against The New York Times. *Journalism Studies*, 5(4), 451–467.

- Tremblay, M. (23 novembre 2011). Enquête: Quebecor réplique à Radio-Canada. *Droit-Inc.com*. Tiré de : <http://droit-inc.com/article6652-Enquete-Quebecor-replique-a-Radio-Canada>
- Trudel, P. (2009). La crise d'Oka de 1990 Retour sur les événements du 11 juillet. *Recherches amérindiennes au Québec*, 39(1-2), 129-135.
- Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. *European Journal of Communication*, 22, 207-228.
- Vettehen, P.H., Nuijten K., C.M. et Beentjes J. (2005). News in an Age of Competition: Sensationalism in Dutch Television News 1995–2001. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 49(3), 282–95. Cité dans Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. (pp.210). *European Journal of Communication*, 22, 207-228.
- Wirsig, K. (2007). CBC Unleashed How Workers Won Job Security at Canada's Public Broadcaster. *New Politics*, 7-12.
- Zillmann, D. and Cantor, J. (1977). Affective Responses to the Emotions of a Protagonist. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13(2), 155–65. Cité dans Uribe, R et Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? : A Content Analysis of British TV News. (pp.213). *European Journal of Communication*, 22, 207-228