



uOttawa

L'Université canadienne  
Canada's university

FACULTÉ DES ÉTUDES SUPÉRIEURES  
ET POSTDOCTORALES



uOttawa

L'Université canadienne  
Canada's university

FACULTY OF GRADUATE AND  
POSTDOCTORAL STUDIES

Véronique Bruneau

AUTEUR DE LA THÈSE / AUTHOR OF THESIS

M.A. (communication)

GRADE / DEGREE

Département de communication

FACULTÉ, ÉCOLE, DÉPARTEMENT / FACULTY, SCHOOL, DEPARTMENT

L'information internationale dans les bulletins de nouvelles de Radio-Canada: l'influence du traitement journalistique sur l'acquisition de connaissances des jeunes adultes québécois

TITRE DE LA THÈSE / TITLE OF THESIS

Marc-François Bernier

DIRECTEUR (DIRECTRICE) DE LA THÈSE / THESIS SUPERVISOR

CO-DIRECTEUR (CO-DIRECTRICE) DE LA THÈSE / THESIS CO-SUPERVISOR

EXAMINATEURS (EXAMINATRICES) DE LA THÈSE / THESIS EXAMINERS

E. George

M. Lagacé

M. Martin

Gary W. Slater

Le Doyen de la Faculté des études supérieures et postdoctorales / Dean of the Faculty of Graduate and Postdoctoral Studies

**Thèse de maîtrise**

**L'information internationale dans les bulletins de nouvelles de  
Radio-Canada : l'influence du traitement journalistique sur  
l'acquisition de connaissances des jeunes adultes québécois.**

Présentée par : Véronique Bruneau (2057623)

Dirigée par : Docteur Marc-François Bernier

Département de communication  
Études supérieures  
Université d'Ottawa

*Ottawa, le 18 avril 2007*  
Dépôt version finale



Library and  
Archives Canada

Bibliothèque et  
Archives Canada

Published Heritage  
Branch

Direction du  
Patrimoine de l'édition

395 Wellington Street  
Ottawa ON K1A 0N4  
Canada

395, rue Wellington  
Ottawa ON K1A 0N4  
Canada

*Your file* *Votre référence*  
*ISBN: 978-0-494-32440-0*  
*Our file* *Notre référence*  
*ISBN: 978-0-494-32440-0*

**NOTICE:**

The author has granted a non-exclusive license allowing Library and Archives Canada to reproduce, publish, archive, preserve, conserve, communicate to the public by telecommunication or on the Internet, loan, distribute and sell theses worldwide, for commercial or non-commercial purposes, in microform, paper, electronic and/or any other formats.

The author retains copyright ownership and moral rights in this thesis. Neither the thesis nor substantial extracts from it may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

**AVIS:**

L'auteur a accordé une licence non exclusive permettant à la Bibliothèque et Archives Canada de reproduire, publier, archiver, sauvegarder, conserver, transmettre au public par télécommunication ou par l'Internet, prêter, distribuer et vendre des thèses partout dans le monde, à des fins commerciales ou autres, sur support microforme, papier, électronique et/ou autres formats.

L'auteur conserve la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent cette thèse. Ni la thèse ni des extraits substantiels de celle-ci ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.

---

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms may have been removed from this thesis.

Conformément à la loi canadienne sur la protection de la vie privée, quelques formulaires secondaires ont été enlevés de cette thèse.

While these forms may be included in the document page count, their removal does not represent any loss of content from the thesis.

Bien que ces formulaires aient inclus dans la pagination, il n'y aura aucun contenu manquant.

  
**Canada**

© Véronique Bruneau, Ottawa, Canada, 2007

## Description de la thèse de maîtrise

### *L'information internationale dans les bulletins de nouvelles de Radio-Canada : l'influence du traitement journalistique sur l'acquisition de connaissances des jeunes adultes québécois.*

Cette étude tente de répondre aux questions suivantes : Les choix de traitements de la nouvelle jouent-ils sur l'acquisition des connaissances des téléspectateurs? Si oui, quel traitement de l'information internationale facilite davantage l'acquisition de connaissances sur les enjeux internationaux pour les jeunes adultes québécois?

La démarche méthodologique a deux étapes principales. D'abord, une analyse de contenu de deux nouvelles du *Téléjournal* et de *RDI Junior* permet d'identifier et les éléments du traitement utilisés pour chacun des bulletins de nouvelles. Ensuite, un devis expérimental « avant-après » permet de vérifier l'acquisition de connaissances des participants suite au visionnement de chaque nouvelle.

Les résultats indiquent que les nouvelles de *RDI Junior* sont plus vulgarisées que celles du *Téléjournal* et que les participants ayant visionné les nouvelles de *RDI Junior* ont acquis plus de connaissances. Bref, cette étude contribue à identifier les types de traitement de l'information favorisant l'acquisition de connaissance, entre autres par la vulgarisation et la glocalisation.

## SOMMAIRE

Cette étude traite de l'information internationale dans les bulletins de nouvelles de Radio-Canada et l'influence du traitement journalistique sur l'acquisition de connaissances des jeunes adultes québécois. Elle tente de répondre aux questions suivantes : Les choix de traitements de la nouvelle jouent-ils sur l'acquisition des connaissances des téléspectateurs? Si oui, quel traitement de l'information internationale facilite davantage l'acquisition de connaissances sur les enjeux internationaux pour les jeunes adultes québécois?

Les concepts théoriques de la glocalisation, de la vulgarisation de l'information, de la réception et de la connaissance encadrent la recherche. La démarche méthodologique s'est faite en deux étapes principales : d'abord par une analyse de contenu de deux nouvelles du *Téléjournal* et de deux nouvelles de *RDI Junior* permettant d'identifier et de comparer les éléments du traitement de l'information utilisés pour chacun des bulletins de nouvelles et, ensuite, par un devis expérimental « avant-après » permettant de vérifier l'acquisition de connaissances des participants suite au visionnement de chaque nouvelle.

Les résultats indiquent que les nouvelles de *RDI Junior* sont plus vulgarisées que celles du *Téléjournal* et que les participants ayant visionné les nouvelles de *RDI Junior* ont acquis plus de connaissances. Bref, cette étude contribue à identifier les types de traitement de l'information favorisant l'acquisition de connaissance, entre autres par la vulgarisation et la glocalisation.

## AVANT-PROPOS

Je tiens à remercier l'Université d'Ottawa et le département de communication de l'Université d'Ottawa pour leur support. Je tiens à remercier plus spécialement mon superviseur, Docteur Marc-François Bernier, qui m'a fourni de judicieux conseils et des commentaires constructifs.

Un merci tout spécial va à mes parents, Guy Bruneau et Lucie Joyal. Grâce au soutien et aux encouragements qu'ils m'ont fournis et aux valeurs qu'ils m'ont transmises, j'ai eu la chance de recevoir une éducation stimulante et, ainsi, la volonté de toujours me dépasser. Merci aussi à ma famille et amis pour leurs encouragements. Merci à mes employeurs et leur compréhension. Je pense entre autres à Céline Marx et à Jean Comtois.

Finally, I want to thank my better half, Damien, for his patience, his comprehension, his cooking and his support. His help and understanding took me to another level. I thank him warmly.

## TABLE DES MATIÈRES

<b>SOMMAIRE</b> .....	i
<b>AVANT- PROPOS</b> .....	ii
<b>TABLE DES MATIÈRES</b> .....	iii
<b>LISTE DES FIGURES, TABLEAUX ET GRAPHIQUES</b> .....	v
<b>INTRODUCTION</b> .....	1
<b>CHAPITRE 1</b>	7
<b>REVUE DE LITTÉRATURE</b> .....	
Partie 1 : L'information internationale.....	7
Partie 2 : La télévision parmi les médias d'information.....	11
Partie 3 : Le traitement de l'information à la télévision.....	23
Partie 4 : Radio-Canada.....	34
Conclusion.....	40
<b>CHAPITRE 2</b>	
<b>CADRE THÉORIQUE SPÉCIFIQUE</b> .....	41
1-La glocalisation.....	42
2-La vulgarisation.....	47
3-La réception.....	54
4-La connaissance.....	59
<b>HYPOTHÈSES</b> .....	66
<b>CHAPITRE 3</b>	
<b>MÉTHODOLOGIE</b> .....	67
1-Analyse de contenu.....	67
2-Sélection des participants.....	81
3-Devis « avant-après ».....	82
4-Entrevues téléphoniques.....	84
<b>CHAPITRE 4</b>	
<b>ANALYSE DES RÉSULTATS</b> .....	86
1-Présentation des résultats de l'analyse de contenu.....	86

2-Devis expérimental « avant-après ».....	94
3-Entrevues téléphoniques.....	99
4-Information sur les participants suite au questionnaire de pré-sélection..	109
5-Discussion des résultats.....	112
6-Conclusion sommaire.....	118
<b>CONCLUSION</b> .....	122
<b>ANNEXES</b> .....	125
ANNEXE 1- Définition des catégories d'analyse.....	126
ANNEXE 2- Grille d'analyse de contenu, nouvelle 1A.....	131
ANNEXE 3- Grille d'analyse de contenu, nouvelle 1B.....	147
ANNEXE 4- Grille d'analyse de contenu, nouvelle 2A.....	165
ANNEXE 5- Grille d'analyse de contenu, nouvelle 2B.....	179
ANNEXE 6- Questionnaire 1/ Questionnaire de présélection des participants.....	184
ANNEXE 7- Questionnaire 2A.....	186
ANNEXE 8- Questionnaire 2B.....	188
ANNEXE 9- Questionnaire 3A.....	190
ANNEXE 10- Questionnaire 3B.....	192
ANNEXE 11- Questionnaire 4/ Entrevue téléphonique.....	194
ANNEXE 12- Profil des téléspectateurs (saison 2005-2006) fourni par la Société Radio-Canada.....	196
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	197

## LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES ET FIGURES

<b>FIGURE 1</b>	
Exemple d'une grille d'analyse de la télévisualisation.....	75
<b>FIGURE 2</b>	
Échelle des niveaux d'acquisition de connaissances .....	95
<b>TABLEAU 1</b>	
Moyenne d'éléments de vulgarisation quantifiables par télésyntaxme.....	87
<b>TABLEAU 2</b>	
Moyenne d'éléments de vulgarisation du texte narratif par télésyntaxme.....	88
<b>TABLEAU 3</b>	
Moyenne d'éléments visuels de vulgarisation par télésyntaxme.....	88
<b>TABLEAU 4</b>	
Présentation du nombre d'élément de vulgarisation quantifiable identifié et la durée (en secondes) des nouvelles.....	89
<b>TABLEAU 5</b>	
Types d'éléments de vulgarisation quantifiables du texte narratif et du visuel utilisés sur le total d'éléments de vulgarisation de la nouvelle.....	90
<b>TABLEAU 6</b>	
Exemple d'analyse du devis expérimental.....	96
<b>TABLEAU 7</b>	
Compilation des résultats du devis « avant-après » des participants du groupe 1 pour les nouvelles A et B ( <i>Le Téléjournal</i> ).....	97
<b>TABLEAU 8</b>	
Compilation des résultats du devis « avant-après » des participants du groupe 2 pour les nouvelles A et B ( <i>RDI Junior</i> ).....	98
<b>TABLEAU 9</b>	
Présentation des cotes de changement totales pour chaque participant et leurs intérêts et habitudes d'information.....	101
<b>TABLEAU 10</b>	
Moyenne de cotes de changement par niveau de scolarité.....	110

**TABLEAU 11**

Pondération et niveaux des connaissances pour le questionnaire « avant » et cotes de changement des participants du groupe 1 pour les nouvelles A et B..... 113

**GRAPHIQUE 1**

Le médium d'information général préféré des participants..... 106

**GRAPHIQUE 2**

Le médium d'information internationale préféré des participants..... 106

**Graphique 2.1**

Le médium d'information internationale préféré du Groupe 1 (*Téléjournal*)..... 107

**Graphique 2.2**

Le médium d'information internationale préféré du Groupe 2 (*RDI Junior*)..... 107

**GRAPHIQUE 3**

L'intérêt manifesté pour l'information internationale chez les Groupes 1 et 2..... 108

**GRAPHIQUE 4**

L'élément télévisuel suscitant le plus d'intérêt dans une nouvelle pour les participants..... 109

**GRAPHIQUE 5**

Moyenne de cote de changement par chaîne de télévision regardée chez les Groupes 1 et 2..... 111

## INTRODUCTION

L'ouverture sur le monde dont nous sommes aujourd'hui témoins présente ses avantages et ses inconvénients. Elle élimine entre autres les frontières et les obstacles physiques. «La mondialisation de l'information, surtout dans les pays du Nord, est l'un des changements les plus spectaculaires des trente dernières années» (Wolton, 2003, p. 9). C'est donc dans ce nouvel environnement que Bourges (2003) qualifie de fondamental le rôle des médias, parce qu'ils expédient les « éléments constitutifs d'un *inconscient collectif mondial* ». Ils sont donc responsables de forger « une forme d'opinion publique universelle » (p. 14). Comme l'affirme Thierry Watine (2003), « les informations étrangères semblent bénéficier depuis quelques années déjà d'un très net regain d'intérêt aussi bien chez les producteurs que chez les consommateurs de nouvelles » (p. 9).

James Curran affirmait déjà en 1970 que les actualités télévisées étaient la source d'information principale pour la majorité des Nord-Américains (Curran, 1970, p. 125)<sup>1</sup>. Aujourd'hui, les innovations technologiques et les pratiques des réseaux télévisés ont ouvert une fenêtre dans le foyer de tous sur les événements qui se déroulent d'un bout à l'autre de la planète. « Rien de ce qui est humain ne nous est plus totalement étranger, nous avons la possibilité d'en avoir une connaissance même partielle, même inattentive, même indifférente » (Bourges, 2003, p. 15). Comme Marc Raboy (2000) l'explique, les médias prennent aujourd'hui les responsabilités d'éducation populaire confinées autrefois à l'Église puis ensuite à l'école (p. 234). Alors, qu'en est-il de l'éducation populaire que véhiculent les médias aux Canadiens? Lorsque les chaînes télévisées canadiennes dirigent notre regard sur

---

<sup>1</sup> Kline, S. (1982). Les informations télévisées : structure de leur interprétation de l'actualité, *Communication Information*. Québec :Université Laval.vol.4 no.3, p. 125.

le monde, nous aident-elles vraiment à le comprendre? Wolton (2003) renchérit que la vitesse à laquelle circule l'information est une des embûches à la compréhension du public. Par conséquent, il appelle « à un effort considérable de pédagogie. [...]. La vitesse de production de l'information et son volume croissant laissent entière l'autre question, celle de la compréhension du monde. [...] Les connaissances sont aujourd'hui le complément indispensable de l'information » (Wolton, 2003, p. 11-12).

D'ailleurs, en 2004, 25% des Canadiens ont admis éprouver des difficultés à comprendre les nouvelles. Ces résultats démontrent qu'il « y aurait donc un manque de clarté ou de vulgarisation pour une proportion non négligeable du public<sup>2</sup> ». Il est troublant de penser qu'un quart des Canadiens ne comprennent pas l'information qui leur est diffusée. Si la meilleure façon de régler un problème est d'abord d'en prendre conscience, comment les Canadiens deviendront-ils des citoyens du monde conscients, coopérants, engagés et proactifs si « leurs pédagogues » ne leur permettent pas de comprendre les enjeux internationaux?

Premièrement, les bulletins d'information télévisée sont la source d'information la plus populaire pour les Canadiens<sup>3</sup>, et, deuxièmement, la mondialisation fait en sorte que l'information internationale y prend une plus grande place qu'auparavant. Toutefois, rien ne démontre que le traitement de l'information dans les bulletins télévisés permet l'acquisition

---

<sup>2</sup> Selon une enquête nationale du Consortium Canadien De Recherche sur les Médias (2004), qui est d'ailleurs la première enquête nationale indépendante sur les attitudes et comportements des Canadiens quant à la crédibilité des médias.

<sup>3</sup> CONSORTIUM CANADIEN DE RECHERCHE SUR LES MÉDIAS, *Enquête nationale indépendante sur les attitudes et comportements des Canadiens quant à la crédibilité des médias*, <http://cmrccrm.ca/francais/reportcard2004/05.html>, consulté en juin 2006.

de connaissances sur les enjeux internationaux présentés aux téléspectateurs. Et, encore faut-il que cette information puisse les intéresser...

À cet effet, comme le dit Bertrand Labasse (2003), on parle beaucoup de la société d'information mais on y pense très peu. Labasse s'intéresse à la problématique à la base de notre thèse. Malgré l'explosion de l'information, « les citoyens tendent à sélectionner de plus en plus ce à quoi ils s'intéressent et désertent progressivement le domaine de l'information commune [...] plus l'on croit avancer vers la société d'information, moins la société s'intéresse à l'information» (Labasse, 2003, p. 28-29). Labasse ajoute même que « la compréhension de l'information commune demeure une véritable zone d'ombre dans la connaissance que notre société a d'elle-même » (p. 29). Concrètement, il aborde le traitement de l'information en se référant aux processus d'acquisition de connaissances. Il explique que plusieurs études concluent que « les processus d'acquisition des connaissances sont cumulatifs », c'est-à-dire que plus un individu a des connaissances sur un sujet, plus il devient intéressé et plus il désire en savoir davantage (Labasse, 2003, p. 29).

### **La société du savoir sans l'information ou la société de l'information sans le savoir?**

Certains considèrent que nous vivons dans une société d'information et d'autres dans une société du savoir. La première vision empêche-t-elle la seconde? Le traitement de l'information internationale peut-il contribuer à la compréhension des enjeux internationaux pour les Canadiens ou, au contraire, favorise-t-il seulement ceux qui possèdent déjà des connaissances préalables à la compréhension de ces enjeux? Répondre par la négative à cette

dernière question suggérerait que les nouvelles télévisées creusent un fossé de plus en plus profond entre la population « connaissante » et la population « ignorante ».

Certes, cette question est très générale mais c'est en ramenant cette problématique à une échelle micro que cette thèse a vu le jour. Cette recherche empirique propose l'étude comparative du traitement de l'information chez certains récepteurs, qui s'exposent à l'information internationale télévisée présentée dans deux types de bulletins de nouvelles de la télévision de Radio-Canada.

En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, la Société Radio-Canada a, entre autres missions, celle de « recueillir des nouvelles sur l'actualité dans toute partie du monde et s'abonner à des agences d'information, ou en créer » (Ministère de la justice Canada, 2004). Les résultats et l'analyse de cette étude permettront d'observer si les techniques de présentation de l'information internationale dans deux types de bulletins de nouvelles de la télévision de Radio-Canada fournissent, aux jeunes adultes québécois, les éléments de vulgarisation nécessaires à l'acquisition de connaissances sur les enjeux internationaux.

Bref, cette recherche a pour objectif d'étudier les liens possibles entre le traitement de l'information internationale des journalistes dans les bulletins télévisés et l'acquisition des connaissances des téléspectateurs sur l'enjeu traité. Elle tentera de répondre aux questions suivantes : Quels liens peut-on établir entre les éléments de traitement d'une nouvelle internationale dans les bulletins télévisés et l'acquisition de connaissances sur cette nouvelle par les téléspectateurs ? Les choix de traitement de la nouvelle jouent-ils sur l'acquisition des connaissances du téléspectateur ? Plus spécifiquement, quel traitement utilisé dans les

bulletins télévisés facilite l'acquisition des connaissances sur les enjeux internationaux des téléspectateurs adultes québécois? Enfin, quel traitement d'information est le plus *pédagogique* pour le public adulte québécois ?

La démarche méthodologique appropriée pour répondre à ces questions se fait en deux temps, c'est-à-dire qu'elle nécessite d'abord une analyse de contenu de nouvelles internationales puis un devis expérimental de type « avant-après ». L'analyse de contenu permettra de dénombrer et d'identifier les éléments de traitement de l'information facilitant l'acquisition de connaissances. Ces nouvelles analysées sont ensuite présentées à quatorze jeunes adultes québécois sélectionnés. Le visionnement des nouvelles et la méthode du devis expérimental « avant-après » permettent d'identifier si le traitement de l'information a permis l'acquisition de connaissances ainsi que celui qui a le plus contribué ou a été le moins utile dans ce processus. Finalement, pour assurer une triangulation des méthodes, une entrevue téléphonique sur les habitudes et les intérêts médiatiques des participants complète les résultats obtenus lors du devis expérimental.

La thèse est divisée en quatre chapitres. Le premier fait une revue de la littérature sur les diverses facettes de la problématique en présentant des concepts et des critiques sur l'information internationale, le journalisme, le médium de la télévision, le traitement de l'information à la télévision et la Société Radio-Canada. Le second chapitre porte sur les concepts encadrant, de façon plus précise, cette étude puis présente ensuite les hypothèses de recherche. La *glocalisation*, la vulgarisation, la réception et la connaissance. sont les thèmes qui forment le cadre théorique spécifique. Le chapitre 3 présente la démarche méthodologique choisie ainsi que les méthodes de recherche suivies, les modifications

apportées, leurs avantages et leurs faiblesses. Le chapitre 4 fait l'analyse des résultats découlés des expérimentations ainsi que les observations de la chercheuse. La conclusion présente finalement la synthèse de l'étude en revenant sur les hypothèses et les résultats obtenus.

# CHAPITRE 1

## Partie 1 : L'information internationale

### 1.1 Les axes de recherches sur l'information internationale

Peu de chercheurs canadiens se sont penchés sur le traitement de l'information internationale à la télévision. En fait, les axes de recherche reliés à l'information internationale touchent plutôt la presse écrite, la distribution équitable de l'information internationale à l'échelle mondiale (pays du Nord vis-à-vis les pays en développement), les sources de contenu et d'images (agences de presse mondiales), les technologies satellitaires et plus récemment les médias d'information globale en continu, tel CNN par exemple.

Des recherches menées à l'Université de Windsor sur le statut de l'information internationale au Canada, plus précisément dans les journaux, concluent que c'est dans le milieu des années 80 que les nouvelles internationales semblaient, aux yeux des journalistes, plus nombreuses et de meilleure qualité. Selon cette même étude, les données de 1995 indiquent un déclin dans l'importance et la qualité de la couverture internationale<sup>4</sup>. Les chercheurs ajoutent qu'entre 1995 et 2000, le terme « mondialisation » est devenu un terme national. C'est-à-dire que, durant cette période, la plupart des Canadiens étaient, de quelque façon que ce soit, conscients de l'importance des marchés internationaux pour la prospérité du pays. Toutefois, le Canada n'est pas seul à subir un déclin dans la couverture d'informations internationales. Les chercheurs précisent que des études semblables menées aux États-unis indiquent que le reportage international est en voie d'extinction (Soderlund, Lee, Gecelovsky, 2002, p. 74).

---

<sup>4</sup> Ce déclin arrive toutefois dans une période révolutionnaire pour la politique internationale incluant la fin du communisme dans l'Europe de l'Est, l'éclatement de conflits ethniques dans plusieurs régions du monde (Somalie, Rwanda et la future Yougoslavie) ainsi que l'implantation de l'ALE et de l'ALÉNA (Soderlund, Lee, Gecelovsky, 2002, p. 74).

McChesney (2000) indique que le scénario est même pire pour la couverture internationale à la télévision américaine qui est passée de 45% de reportages internationaux dans le début des années 70 à 13,5% en 1995 (p. 54-55). Par contre, Soderlund, Lee, et Gecelovsky (2002) précisent que les événements du 11 septembre 2001, qui ont transformé la politique internationale, ont du même coup forcé les médias à une couverture internationale plus importante (p. 75). Le peu de recherche sur le sujet, plus particulièrement au Canada, traduirait-il le manque d'intérêt des médias ou plutôt celui du public envers l'information internationale ? Et si c'était un peu des deux...

## **1.2 L'information internationale à la télévision québécoise**

Parce que la présente étude s'intéresse particulièrement aux téléspectateurs québécois, il importe de s'interroger sur les médias québécois et leur diffusion de l'information internationale. Considérant que la population du Québec est majoritairement francophone, la logique veut que les médias francophones y soient plus populaires que les médias anglophones. Aux petits écrans du Québec, l'information internationale francophone est traitée et diffusée par trois réseaux d'information : Radio-Canada (incluant RDI), TVA (incluant la chaîne LCN) et Télévision Quatre-saisons (TQS)<sup>5</sup>. Collette Beauchamp (1987) explique que la majorité des images diffusées par les chaînes québécoises sont produites aux États-Unis. L'influence et la proximité de nos voisins américains est telle qu'elle détermine souvent les contenus diffusés. Précisons que parmi ces réseaux québécois, la Société Radio-Canada (SRC) est le seul à avoir des bureaux et correspondants à l'étranger. En 1980, la SRC disposait de cinq correspondants internationaux (à Washington, Paris, Londres et Bruxelles).

---

<sup>B</sup> Bien qu'il ne s'agit pas de l'objet de cette étude, il est important de considérer que les Québécois abonnés aux services de distribution par satellites et certains services de cablôdistribution numérique peuvent aussi accéder à des chaînes d'information internationale en français telles EuroNews et TV5.

Radio-Canada définit que la fonction de ses correspondants étrangers est de « témoigner de l'actualité internationale en raison de son intérêt propre ou de son importance particulière pour un public québécois ou canadien» (Comeau, 1980, p. 251). Aujourd'hui le mandat des correspondants de la SRC est toujours le même. Toutefois, vingt-cinq ans plus tard, et ce malgré le phénomène de la mondialisation et la circulation toujours croissante d'information internationale, Radio-Canada ne dispose que de six correspondants internationaux (à Dakar, Pékin, Paris, Washington, Moscou et Londres). Remarquons toutefois que, malgré l'ajout d'un seul correspondant en un quart de siècle, le positionnement des correspondants diffère. Ils ne se situent plus seulement dans les pays du Nord, ce qui permet une couverture plus élargie. C'est en partie pour sa présence sur le terrain international que la Société Radio-Canada est considérée comme le réseau d'information traitant l'information internationale avec plus de profondeur, que ce soit par ses bulletins d'information ou ses émissions d'affaires publiques. Malgré cela, Raboy (1992) insiste sur le fait que 90% de l'information internationale diffusée sur les chaînes francophones québécoises proviennent des agences de presse internationales et n'est donc pas recueillie ni traitée par des journalistes sur les terrains (p. 61). C'est en partie pour ces raisons qu'en général, l'information internationale des réseaux québécois d'information est qualifiée de second ordre.

### **1.3 Définition de l'information internationale**

Comment définir l'information internationale? Selon Laville (2003), l'information internationale « désigne l'information échangée entre deux ou plusieurs nations » (p. 34). L'auteure précise que le concept d'information internationale est de plus en plus ambigu parce que la mondialisation efface les délimitations territoriales traditionnelles et remet en question la perception de ce qui est interne et externe. Pour les fins de cette recherche,

l'information internationale sera considérée comme l'information sur un événement extérieur au Canada.<sup>6</sup>

Les paragraphes précédents mentionnent que l'information internationale présentée à la télévision n'est pas dans la mire des études canadiennes sur les médias. On regarde l'information internationale plutôt du point de vue de sa circulation planétaire et de sa représentation du réel. Le journalisme international est plus souvent qu'autrement critiqué. Pour le public québécois, la SRC est le réseau télévisé qui possède le plus de bureaux à l'étranger. Il n'en reste pas moins que presque la totalité des nouvelles internationales diffusées par les chaînes télévisées du Québec provient des agences de presse.

Mais quel est donc le véhicule privilégié pour la transmission de ce type d'information ? Sous quelle forme et avec quels moyens l'information internationale transcende-t-elle les frontières pour parvenir aux Québécois? La partie suivante précise la place de la télévision dans la sphère de l'information, ses caractéristiques et ses fonctions en tant que médium de masse. Elle s'attarde également à l'étude de ce médium, plus précisément aux téléjournaux et à l'information qui le compose.

---

<sup>6</sup> La définition de l'information internationale dans le cadre de cette recherche est précisée à des fins méthodologiques à l'intérieur du Chapitre 3, Analyse de contenu, 1.1.2- Échantillon.

## **Partie 2 : La télévision parmi les médias d'information**

Arnaud Mercier (1996) identifie la télévision comme « l'outil de communication de masse » occupant une place privilégiée autant par sa diffusion que par l'utilisation et la confiance du public, et ce depuis 1950. Il est impressionnant de remarquer qu'à ses débuts, la télévision était un complément d'information à la presse écrite et à la radio. « Il s'agissait de venir voir, de visualiser des événements dont on avait pris connaissance par ailleurs, de façon plus approfondie, parce que leur nature visuelle imposait de regarder la télévision pour en avoir une représentation précise » (Mercier, 1996, p. 108). Ce phénomène s'est graduellement renversé pour faire de la télévision le médium d'information le plus important et, des autres médias, des sources d'information complémentaires. « L'impact émotionnel de l'information à la télévision sur le public est si fort que ce sont les journaux écrits du lendemain qui tentent désormais de reproduire l'émotion créée par les images, confirmant ainsi la suprématie du média télévisé » (Coulomb-Gully, 1995, p. 8). Malgré la popularité croissante d'Internet, la télévision reste aujourd'hui le médium d'information le plus populaire. Raboy (2000) indique que, additionnées, les cotes d'écoute des bulletins d'information de 22 h du réseau TVA et de Radio-Canada dépassent largement les tirages de tous les journaux quotidiens de langue française au Québec (p. 222). Cette popularité traduit une certaine marque de confiance envers les journalistes de télévision. Comme le précise Mercier (1996), cette preuve de confiance donne un pouvoir aux journalistes de la télévision : celui de « produire une large part du regard collectif que nous portons sur notre société » (p. 108). Déjà en 1975, Batscha accordait à la télévision plusieurs avantages et inconvénients en ce qui a trait à son rôle de maintenir un public informé. Par exemple, il indiquait que « la télévision fournit à son public

national plus de nouvelles et de sujets concernant les affaires internationales que ceux présents dans le journal local moyen » (p. 223). Il expliquait aussi que son message « fragmenté, condensé, superficiel » empêche le téléspectateur de « voir sous la surface de l'histoire présentée » (Batscha, 1975, p. 223). Ainsi, pour s'informer, le téléspectateur, s'il le désire, devra se diriger vers d'autres médias ou d'autres formats audiovisuels. De plus, Batscha (1975) explique qu'un citoyen dit « informé » requiert non seulement des connaissances sur les événements présentés mais aussi un degré de compréhension ou une perspective sur ces derniers. À prime abord, il rappelle que la télévision se concentre davantage sur les *informations-choc* et qu'elle est de plus en plus restreinte par le facteur temps. Par conséquent, l'information d'arrière-plan ne peut être fournie sur une base continue en accompagnement de chaque événement. Même aujourd'hui, avec l'information en continu, l'information d'arrière-plan n'est pas nécessairement répétée au fur et à mesure qu'elle est mise à jour. Elle se concentre davantage sur les éléments nouveaux de l'événement. Le producteur compose donc en assumant qu'une histoire diffusée pendant un certain temps, ne requiert pas d'information d'arrière-plan. Il suppose alors que le téléspectateur connaît les informations préalables nécessaires à la compréhension de cette nouvelle. C'est en fait ce qui inquiétait Batscha en 1975. « La carte du monde du téléspectateur se trouve à être fragmentée, avec les événements de la journée qui ont peut-être été vus de façon isolée de son propre contexte » (Batscha, 1975, p. 223). Conséquemment, il avance que l'incompréhension des enjeux ou phénomènes plus complexes fait en sorte que le téléspectateur n'est pas motivé à répondre de ces questions d'actualité (Batscha, 1975, p. 224).

## 2.1 S'informer par la télévision

Selon les résultats d'une étude québécoise, les étudiants préfèrent la télévision pour s'informer. « Nombre d'entre eux apprécient de « voir » l'événement et beaucoup ne cachent pas qu'il apprécie la « facilité » du média : on peut s'informer à la télé tout en faisant autre chose » (Thibeault, 1999, p. 149). Kline (1982) abonde dans ce sens en affirmant que l'actualité présentée à la télévision est la source d'information privilégiée particulièrement en ce qui a trait aux événements mondiaux. « Aux yeux de la plupart des Nord-Américains, l'information télévisée est une fenêtre sur le monde qui leur permet de relier leur expérience vécue au contexte national et international » (p. 126). Toutefois, en révisant les recherches empiriques sur la consommation des nouvelles, Dautrich et Hartley (1999) ont remarqué que la majorité de ces résultats suggèrent qu'en général, les gens s'intéressent aux nouvelles pour se divertir et non pour s'éduquer sur des sujets sérieux des événements de la journée. Parmi tous les médias d'information, la télévision est le médium le plus souvent associé au « divertissement ».

*La majorité des américains vont se tourner vers les nouvelles télévisées pour s'informer sur les affaires publiques. Les chercheurs ont longtemps reconnu que regarder la télévision est une association entre la communication et le jeu, contrairement aux journaux qui impliquent une association communication-travail (Johnson-Cartee , 2005, p. 6).*

En fait, selon Corner (1999), la dimension ludique et, de façon plus générale, le plaisir, sont des effets recherchés par les téléspectateurs. Selon lui, la télévision permet, entre autres, le plaisir par le gain de connaissances. La télévision offre à un public plus large des champs de connaissances antérieurement exclusifs aux institutions d'enseignement et à l'élite. Corner (1999) illustre cette popularisation de la connaissance par la diffusion d'un large éventail de programmes à la télévision, tel que des émissions d'information sur la nature, les sciences,

l'histoire, la littérature et les arts. Même si elles sont considérées comme informatives, ces émissions procurent toutefois du plaisir à des millions de personnes (Corner, 1999, p. 96-97). Considérant que le plaisir est avant tout le résultat d'une satisfaction de nos besoins, cela nous amène à nous questionner sur les attentes du public envers la télévision. Les téléspectateurs désirent-ils avant tout s'informer ou ont-ils d'autres intentions lorsqu'ils allument leur téléviseur?

### *Les fonctions des médias de masse*

Les médias remplissent de plus en plus de fonctions sociales. John Fiske et John Hartley (1978) décrivent le discours télévisuel comme étant composé de codes littéraires et oraux. Ils présentent aussi la télévision comme la représentation de la culture populaire. Selon les chercheurs, l'oralité de la télévision est vitale et progressive. « Le mode oral de la télévision semblait posséder un potentiel radical comme la vision d'une unité sociale perdue entre les gens ordinaires » (Bignell, 2004, p. 16). Denis McQuail (1994) a identifié les principales fonctions des médias de masse de la société moderne soit, entre autres, l'information, la continuité, le divertissement et la mobilisation. Toutefois, Batscha (1975) reconsidère la fonction informative de la télévision.

*Le fait que la télévision soit concernée par le maintien de son auditoire national, en suivant les directives des producteurs de fournir aux téléspectateurs ce qu'ils veulent et un contenu compris facilement, constitue une contrainte supplémentaire pour l'information du public. Puisque ce n'est pas toute l'information étrangère qui est objet d'intérêt, la couverture des événements plus intéressants visuellement et faciles à comprendre prendra plus d'importance aux yeux des téléspectateurs (Batscha, 1975, p. 226).*

Bref, les points de vue sur le rôle de l'information à la télévision varient selon les chercheurs sans qu'on puisse retrouver de consensus. S'il est difficile de définir le rôle de l'information

à la télévision, on peut alors se demander si les opinions divergent autant à propos des effets de la télévision sur le public.

### *Les effets de la télévision*

La construction de l'information par les journalistes est étudiée de plusieurs façons. L'étude du cadre des médias examine comment le contenu des nouvelles influence ceux qui les consomment. Nelson, Clawson et Oxley (1999) expliquent qu'en cadrant les enjeux politiques et sociaux d'une façon précise, les médias présentent et sélectionnent les causes et les conséquences possibles d'un problème et établissent eux-mêmes ses éléments de solution (p. 567-568). Just, Crigler et Neuman (1996) décrivent le cadre des médias électroniques comme étant la première dimension de la construction du sens chez les récepteurs. En fait, ils identifient cette dimension comme étant de nature cognitive. Elle renferme donc l'information sur la structure et les paramètres de l'objet de la nouvelle. La deuxième dimension est, selon eux, affective et représente alors les émotions associées avec l'objet de la nouvelle. Johnson-Cartee (2005) indique que certains chercheurs comme Kahneman (1982) se sont penchés sur la réponse psychologique au cadre médiatique. D'autres, tel Benett (1996), se sont questionnés sur la composante sociale du cadre en étudiant la culture de la narration, de la mythologie et des rituels utilisés dans sa construction. Tous les chercheurs s'entendent pour dire que le journaliste influence le sens du message car il construit le message. Bref, tel que l'affirment Price, Tewksbury et Powers (1997), les journalistes influencent la façon dont les récepteurs comprennent les événements quotidiens car ils construisent le cadre de la nouvelle en reflétant les thèmes et la narration culturelle de la société.

De façon plus spécifique, les études sur les effets des médias distinguent les micro-effets des macro-effets. Les micro-effets sont les effets sur les individus tandis que les macro-effets sont ceux sur la société en général. Les micro-effets sont très pertinents pour la présente recherche qui étudie l'acquisition de connaissances des individus par la télévision. Selon Johnson-Cartee (2005), les trois micro-effets peuvent être résumés de la façon suivante :

- Les *effets cognitifs* influencent les connaissances et la conscience de l'individu
- Les *effets affectifs* influencent comment l'individu répond émotionnellement à ce qui est connu.
- Les *effets de comportement* influencent comment l'individu agit sur ce qu'il connaît et ressent (p. 8).

En suivant cette logique, la connaissance est la variable indispensable aux effets affectifs et comportementaux des médias sur l'individu. Comme l'explique Johnson-Cartee (2005), « les bulletins de nouvelles peuvent ainsi changer ce que l'on connaît, ce que l'on ressent sur ce que l'on connaît et comment on agit à la fois sur ce que l'on connaît et ressent » (p. 9).

## 2.2 L'étude de la télévision

Corner (1999) explique que les études sur la télévision ont débuté, de façon plus marquée, dans les années 70 et 80. La télévision est généralement étudiée comme un texte littéraire. Cette méthode permet de faciliter l'analyse des structures et d'ainsi distinguer les programmes, leurs règles et leurs conventions respectives. Toutefois, Bignell (2004) explique que même si l'étude des programmes télévisuels est davantage effectuée pour l'analyse des textes, cette méthode ne permet pas d'analyser les bandes-annonces, la publicité et les *ident*<sup>7</sup>. Ces éléments influencent aussi le sens que le programme écouté aura sur le téléspectateur. Il vient ainsi appuyer William (1974) qui explique que l'inconvénient d'étudier un programme en le retirant de son contexte est la perte du sens que le programme peut prendre pour le public (Bignell, 2004, p. 17). Gerbner (1986) étudie aussi l'effet de la télévision mais plus particulièrement sa contribution dans la conceptualisation de la réalité. Gerbner et ses collègues présentent leur théorie de la *cultivation* qui considère la télévision comme l'influence principale de nos perceptions du monde dans lequel nous vivons (Johnson-Cartee, 2005, p. 18).

Les multiples dimensions de la télévision et les inquiétudes entourant sa popularité ont, particulièrement dans les années 80, amené plusieurs chercheurs à observer et analyser ce médium. Une de ces observations est que l'émergence de la télévision, comme fournisseur principal d'information, a altéré l'organisation et le flux de l'information publique. Batsha (1975) explique que les contraintes de la télévision font en sorte que les histoires compliquées ne reçoivent pas de temps d'antenne. Ses obligations de simplicité et de

---

<sup>7</sup> Terme anglais identifiant les symboles sous forme graphique ou d'animation qui représentent la compagnie de production ou la chaîne (tel un logo).

concision et son besoin d'histoires visuellement intéressantes favorisent la présentation de biais et de stéréotypes. Cela crée, selon lui, un public « overnewsed and underinformed » (p. 223-225). Mais l'auteur revient en précisant que, même si elle disposait de plus de temps d'antenne, la télévision ne présenterait pas d'information de qualité supérieure. Selon lui, les éléments utilisés par les producteurs d'information pour attirer le public mettent davantage l'accent sur la manipulation mécanique de l'image et du son que par le contenu. (Batscha, 1975, p. 227). Robinson et Levy (1986) ajoutent que les nouvelles à la télévision donnent *l'illusion d'être informé*. Ils affirment qu'il s'agit « d'un sens faux de la connaissance » et ce, parce qu'elle se base seulement sur « une compréhension vague d'un jeu visuel et de stimuli pour le public qui ne laissent que quelques traces dans la mémoire à long terme » (p. 17-18).

### **2.3 Le téléjournal**

Les téléjournaux du monde ont conservé de nombreuses caractéristiques au cours des années et ce, même si leur forme a été modifiée avec le temps. Ils sont ainsi non seulement ancrés dans le quotidien du public mais aussi dans leur sphère sociale et culturelle. « Tous les téléjournaux du monde se ressemblent : un homme, ou plus rarement une femme, assis à une table, micro devant lui, retrace l'actualité du jour à l'aide d'images fixes ou animées, épisodiquement accompagné d'invités » (Coulomb-Gully, 1995, p. 10). Quelques chercheurs, dont Coulomb-Gully (1995), prêtent aux bulletins d'information des prétextes informationnels. Selon eux, la spécificité des téléjournaux consiste en majorité en un « pacte communicationnel » avec le téléspectateur (p. 11).

Jacques Siracusa (2001) précise que « la définition officielle des actualités télévisées a aussi orienté de nombreux travaux : l'objectif revendiqué par les journalistes est d'informer le public et de remplir une fonction sociale, politique ou morale » (p. 12).

Au niveau plus technique, Neveu (2004) explique que la production des bulletins d'information exige des services professionnels variés qui doivent être très bien coordonnés afin de répondre le mieux possible au « rapport tendu au temps qui interdit les délibérations prolongées » (p. 44). Bien que cela appartienne davantage à la sociologie du journalisme qu'aux objectifs de cette étude, il est important de mentionner que l'environnement du journaliste de télévision diffère de celui des autres milieux médiatiques. Le rôle du journaliste peut varier selon la culture et les besoins du réseau. Quoi qu'il en soit, les recherches et critiques sur les téléjournaux portent davantage sur leur contenu, que ce soit au niveau de sa sélection, de son traitement ou des sources utilisées. Précision que le téléjournal (ou bulletin de nouvelles) est composé majoritairement de nouvelles.

### *La nouvelle*

Sormany (2000) donne deux définitions de la nouvelle. Dans un premier temps, pour les journalistes, la nouvelle est « l'élément nouveau qui crée ou modifie une situation d'intérêt public » (p. 61). On peut ainsi comparer la nouvelle à un événement. Par contre, la nouvelle est aussi définie, tel un genre journalistique, comme « le texte qui, à partir d'un événement donné, met en scène, le plus efficacement possible, l'essentiel des faits nouveaux significatifs ou intéressants, en insérant ces faits dans leur contexte de signification » (p. 61). Elle peut traiter d'enjeux ou d'événements. Selon Shaw (1977), l'enjeu est un élément que le public doit considérer et qui comporte une couverture médiatique répétitive ou plusieurs

événements qui se regroupent sous un même thème. Par exemple, la mise en application du protocole de Kyoto se définit comme un enjeu. Par contre, un événement est limité et est défini géographiquement et temporellement. Dans le présent cas, la signature de l'accord de Kyoto est identifiée comme un événement. Ericson, un chercheur à la tête d'un groupe de recherche de l'Université de Toronto, a résumé quelques critères considérés par les journalistes pour évaluer la valeur d'une nouvelle. En résumé, pour qu'une nouvelle ait de la valeur, elle doit, entre autres, être simple et avoir lieu près du public. De plus, elle doit avoir un potentiel visuel ou dramatique et ce, surtout à la télévision. Elle doit aussi être en lien avec des thèmes déjà présents dans l'actualité et, finalement, elle doit présenter des événements inattendus comportant des aspects négatifs (Desbarats, 1996, p. 129-130).

Parce qu'un des objectifs de la présente recherche est d'étudier de façon comparative le traitement de l'information à travers la nouvelle télévisée, et les acquisitions de connaissances par cette dernière, la nouvelle sera définie ainsi ;

*Traditionnellement, la nouvelle est un texte qui, à partir d'un événement, met en scène le plus efficacement possible l'essentiel des faits nouveaux, significatifs ou intéressants, en replaçant ces faits dans leur contexte de signification* (Sormany, 2000, p. 114).

Selon cette définition, la nouvelle devrait donc permettre de saisir non seulement les faits mais surtout de les situer dans un contexte à l'aide des explications fournies sur les événements. Sormany (2000) précise aussi que les médias électroniques utilisent l'expression « reportage de nouvelle » lorsque la couverture d'une nouvelle nécessite le déplacement d'une équipe technique. De leur côté, de Bonville et Vermette (1989) ne différencient pas vraiment les « nouvelles télévisées » des « reportages télévisés ».

*Reportage est ici entendu dans un sens générique; il constitue le genre même des nouvelles du journal télévisé. Il signifie rapporter des événements ou des*

*situations. Il s'applique donc, en ce sens, aux nouvelles lues par le lecteur aussi bien qu'à celles présentées par les reporters (de Bonville et Vermette, 1989, p. 67).*

Dans le contexte de la présente étude, une nouvelle télévisée sera considérée comme un reportage et vice-versa, tel que l'expliquent de Bonville et Vermette.

Sormany (2000) prête à la nouvelle des caractéristiques essentielles dont celles de la vérité, la nouveauté, la signification et l'intérêt (p. 64). Bien que le journalisme de la presse écrite et de la presse électronique se rejoignent sur plusieurs aspects techniques et approches, il précise que « la simplicité du vocabulaire, la concision des phrases, l'effort pour éviter les formes passives, les propositions circonstanciées en cascade ou l'accumulation d'adverbes » (p. 64-65) sont d'autant plus importants à la télévision et à la radio que dans les journaux. En plus d'avoir à employer un vocabulaire s'apparentant à la langue parlée, le texte du reportage télévisuel doit considérer sa caractéristique bicéphale, c'est-à-dire sa simultanéité de l'écoute et du visuel. Il s'agit, comme l'explique Sormany (2000), de la « facture même du reportage télé ». Le journaliste et son équipe doivent s'assurer que le texte ne distrait pas le téléspectateur de l'image et vice-versa. Ces deux éléments doivent se supporter et non pas se nuire (p. 99).

Michael Schudson (1995), intéressé en partie par le rôle des nouvelles comme connaissance publique et leur influence sur la démocratie américaine, explique qu'elles jouent un rôle important dans la formation de la connaissance du public. Il va plus loin en affirmant que les nouvelles font parties du *background* à travers lequel et avec lequel les gens pensent (p. 16). D'abord, il perçoit et analyse les nouvelles comme une forme de culture et il les analyse comme telle. Il suggère que les études journalistiques font partie de la culture contemporaine,

car elles réfèrent à la fois à une institution sociale concrète et elles répertorient des pratiques historiques. Schudson (1995) soutient que nous pourrions comprendre les médias d'information bien mieux si nous reconnaissons que leur produit, les nouvelles, est une forme de culture. En 2000, Sormany observait ce phénomène dans un contexte encore plus large, celui de la multiplication des chaînes télévisées. Il expliquait que malgré le fait que l'auditoire de la télévision ait aujourd'hui le choix entre une centaine de chaînes, la majorité sintonise les « canaux de masse ».

*La raison en est simple : le public a besoin de se reconnaître dans des produits culturels communs, de partager un espace d'information, au sens le plus large de ce mot. Lorsqu'on arrive un matin, à son poste de travail, qu'on échange avec ses collègues, il faut avoir vu le téléroman-vedette de la veille [...]; il faut être au courant du vol spectaculaire ou de l'incendie majeur dont tout le monde parle[...] (Sormany, 2000, p. 21)*

Bref, le format de la télévision apporte certaines contraintes à l'information qu'elle diffuse. Il fait aussi appel à l'émotion et au divertissement. C'est pourquoi la télévision, de par sa nature, ne répond pas nécessairement et exclusivement à la fonction informative des médias de masse tel que le fait la presse écrite par exemple. Malgré cela, elle reste le médium d'information le plus populaire, et ce majoritairement à travers ses téléjournaux. Bien que son contenu soit souvent critiqué par les chercheurs, le téléjournal a une notoriété sociale et informative. Il est principalement composé de nouvelles, lesquelles présentent des caractéristiques définies. Quoi qu'il en soit, les nouvelles sont le produit d'un travail journalistique souvent controversé. Les pages suivantes présentent le produit du journalisme international. Elles se concentrent sur deux éléments essentiels pour la nouvelle télévisée et, par conséquent pour cette étude ; la narration et l'image.

## **Partie 3 : Le traitement de l'information à la télévision**

### **3.1 Le journalisme**

Le journalisme est un objet de recherche qui rejoint plusieurs disciplines et est davantage étudié sous celle des sciences de l'information et de la communication. Cette recherche inscrit d'abord le journalisme dans le concept théorique de la communication, précisément dans celui de la communication comme processus de transformation de la situation. Selon Mucchielli (2000), ce concept se réfère à la théorie sémiologique, laquelle considère la communication « en tant que processus de manipulation des contextes situationnels. [...] La communication est donc à la fois un processus de transformation de contexte et la construction d'un sens » (p. 32).

#### *Les particularités du journalisme international*

Pour sa part, le journalisme international diffère quelque peu des autres spécialités journalistiques en ce qui a trait aux démarches entreprises, aux obstacles et au contexte du journaliste. Ces différences prennent ici une pertinence particulière. D'abord, précisons que l'information internationale ainsi que ses images diffusées dans les médias d'information proviennent essentiellement des agences de presse<sup>8</sup>. Pour les images internationales en particulier, une grande partie de celles-ci proviennent des réseaux américains<sup>9</sup> et des agences de presse internationales spécialisées dans les images vidéo<sup>10</sup>. Sauf pour ce qui est des événements concernant directement le Canada, comme la couverture des citoyens canadiens bloqués au Liban lors des attaques d'Israël par exemple, il est très difficile pour un correspondant international canadien de faire concurrence aux agences de presse qui

---

<sup>8</sup> AP, AFP, Reuters, UPI.

<sup>9</sup> CNN, ABC, NBC, CBS.

<sup>10</sup> *Visnews*, en est un exemple.

diffusent l'information en temps réel et assurent le suivi de l'événement 24 heures sur 24. Sormany (2000) explique que la plupart des journalistes, au Québec entre autres, affectés à l'information internationale « sont en majorité des *rédacteurs* qui adaptent les textes en fonction de leur public » (p. 363).

### *Les nouvelles approches du journalisme international*

Donald Shanor (2003), professeur et correspondant international américain, s'intéresse particulièrement à la couverture internationale dans les médias de son pays. Il situe ainsi la couverture et le traitement de l'information étrangère dans les contextes actuels de la technologie, de l'immigration et de la mondialisation. Il affirme que les nouvelles approches pour couvrir l'information internationale se retrouvent déjà, ou sont du moins expérimentées, dans toutes les salles de nouvelles américaines. En ce qui a trait aux motivations de ces changements de traitement de l'information internationale, Shanor (2003) les justifie par les changements technologiques et démographiques ainsi que par la nouvelle vision du monde qu'ont les Américains depuis les événements du 11 septembre 2001 (p. 107). En explorant la nature de ces changements, il précise que plusieurs d'entre eux sont institutionnels et se réfèrent, plus spécifiquement, aux versions électroniques des journaux et à la création de chaînes de nouvelles en continu. Ces dernières cherchent à rejoindre un public international, un auditoire beaucoup plus étendu et nombreux que les journaux imprimés et les chaînes de nouvelles « traditionnelles » qui atteignent tout au plus un public national. Pourtant, il insiste sur le fait que la plupart de ces changements ne sont pas des conséquences organisationnelles mais qu'ils sont liés aux individus (récepteurs, producteurs et journalistes). Malgré l'émergence de formats d'information et des changements institutionnels qu'ils imposent, les changements individuels s'illustrent en partie dans les besoins de la réception de l'information. Par exemple, les familles immigrantes expriment le besoin de recevoir de

l'information sur leurs pays d'origine. Pour répondre à ce besoin, Shanor (2003) explique que le personnel des médias, tels les gestionnaires et les éditeurs, doivent faire une utilisation différente de l'information internationale et de leurs sources. Par conséquent, ils envoient maintenant plus couramment des reporters à l'étranger ou dans les communautés ethniques ou font une meilleure utilisation de l'information qu'il reçoivent de toutes les régions du monde (p. 108). Ainsi, selon Shanor (2003), c'est donc par les nouveaux besoins des récepteurs que se transforme le journalisme international et, par conséquent, le traitement de l'information internationale. Cette vision du changement du bas vers le haut (des récepteurs aux journalistes) n'est toutefois pas partagée par Schudson (1995) qui affirme que lorsque le journaliste traite l'information, il se soucie beaucoup moins de savoir qui est vraiment son auditoire. Il se concentre plutôt de sa propre projection sur son monde social. Schudson (1995) précise que les nouvelles sont d'abord produites par des gens qui transigent à l'intérieur d'un système culturel duquel ils puisent des significations culturelles et des modèles de discours. Le tout est bien sûr organisé par des conventions sur les sources et soutenu par des présuppositions non-dites sur l'auditoire. De son côté, Desbarats (1996) soutient que « les journalistes tentent d'expliquer tous les événements complexes en lien avec leurs effets sur l'individu moyen » et précise que cette tendance est d'autant plus évidente à la télévision que dans les journaux (p. 130).

### 3.2. La narration

Certains chercheurs considèrent la trame sonore d'une nouvelle comme « la donnée initiale et intangible, base de comparaison et d'évaluation de l'image du journal télévisé » (de Bonville et Vermette, 1989, p. 66). Bien qu'il soit fréquent que des journalistes décident de la diffusion de la nouvelle selon la disponibilité des images, la présente recherche considèrera la trame sonore (le texte) comme donnée initiale de la nouvelle télévisée. La narration est donc la base de la nouvelle, laissant à l'image le rôle de support narratif.

#### *La narration des téléjournaux*

Coulomb-Gully (1995) précise que « le discours du JT<sup>11</sup> lui-même ne favorise pas toujours, et pas pour tous, l'acquisition d'un quelconque savoir : sa complexité inhérente, parfois accrue du commentaire et de l'image, ses clichés et ses répétitions font en effet souvent obstacle à la connaissance » (p. 86). Elle illustre cette problématique en expliquant que « l'image est plus souvent pauvre » mais que la densité du commentaire n'a pas toujours un lien évident avec l'image. Par conséquent, le reportage devient incompréhensible (Coulomb-Gully, 1995, p. 86). De plus, elle ajoute que la syntaxe parfois complexe et la vitesse de la narration sont d'autant plus considérées comme des obstacles à la compréhension. Pourtant, comme l'indique Mercier (1996), les journalistes de télévision essaient autant que possible de produire un message facilement « déchiffrable et évocateur » (p. 226). Il précise qu'afin d'y arriver, ils doivent choisir des repères culturels communs<sup>12</sup>. En fait, Mercier (1996) consacre un ouvrage complet à l'étude du journal télévisé dans lequel il présente, entre autres, les caractéristiques et ses observations sur la narration. Le discours narratif télévisuel emprunte aux techniques narratives traditionnelles du genre romanesque, explique Mercier.

---

<sup>11</sup> Journal télévisé.

<sup>12</sup> Les lieux et sens communs du public seront élaborés dans le Chapitre 2.

C'est-à-dire qu'il utilisent la « mise en scène » et la « mise en récit ». Mercier indique qu'il s'agit du meilleur moyen pour susciter l'attention du téléspectateur. « Les journalistes, devant rendre compte chaque jour de l'activité de l'humanité et intéresser leurs téléspectateurs, n'ont d'autres ressources, à leurs yeux, que de proposer des reportages qui racontent une histoire » (Mercier, 1996, p. 223). Pour raconter une histoire, ils doivent présenter des personnages, décrire des lieux et des actions. Ainsi, la narration de nouvelles télévisées comporte des attributs de la fiction et du drame. Mercier ajoute que les journalistes éprouvent de la difficulté dans la recherche d'équilibre entre la demande de « réalité » et celle de la narration.

*Ils affrontent un paradoxe, dont on verra qu'il est structurant de leur façon d'aborder la politique : plus ils sont « objectifs », plus augmente le risque d'être mal compris de leur public : tandis que plus ils sont de bons conteurs, plus s'accroissent les chances de capter l'intérêt des téléspectateurs (Mercier, 1996, p. 233).*

#### ***La narration et le direct***

Les facettes de la narration télévisuelle ont subi des changements importants lors de l'arrivée des technologies permettant « le direct ». Aujourd'hui, le direct fait partie de la réalité du journalisme de télévision et est même reconnu comme une caractéristique identitaire du médium. « Le recours fréquent au direct à la télévision s'explique par l'adéquation entre cette technique et le souci d'inscrire les événements relatés dans une immédiate accessibilité pour le public » (Mercier, 1996, p. 234). Ce sentiment de simultané a renforcé la relation entre le téléspectateur et le journaliste et, par conséquent, tel que le précise Mercier (1996), cette communication répond totalement de la fonction phatique. « L'information ne se récolte donc pas, ne s'analyse pas, elle se vit » (Mercier, 1996, p. 236). Au niveau narratif, les présentateurs utilisent le direct comme style narratif comparable à la dramatique. Pour illustrer cette comparaison, Mercier (1996) utilise le

roman populaire en expliquant que le direct équivaut à *l'emphase* du texte littéraire, laquelle contribue à la dramatisation du discours (p. 237). Si le direct permet au présentateur d'agir tel un chef d'orchestre sur l'événement présenté, souvent en duplex ou en multiplexes avec les journalistes sur le terrain, il est aussi représentatif d'une certaine détérioration du professionnalisme journalistique.

*Les journalistes perdent tout ou partie du sens critique qui est censé définir le regard de journaliste, la rumeur devient légion et une information comme les autres. Le direct oblige le reporter à prendre la parole, puisqu'il est appelé, plus parce qu'il est possible de le joindre en direct que parce qu'il a des informations nouvelles à transmettre (Mercier, 1996, p. 240).*

### ***Le langage de la narration***

Bignell (2004) explique que « la télévision peut contribuer à la sphère publique et amener des discussions et des pensées sur des enjeux concernant la direction que prend la société en général et ainsi influencer la vie de la plupart de gens » (p. 19-20). Il ajoute que la télévision prend à la fois le rôle de lier le public au monde qui l'entoure et de séparer le public de son expérience de la réalité. Selon lui, la télévision emprunte la parole publique lorsqu'elle aborde le parlement, les universitaires et le système judiciaire. Toutefois, il précise que ce qui inquiète les chercheurs en sciences sociales est le contraste des « paroles publiques » avec « les paroles privées », telles les rumeurs, les échanges de tous les jours et le langage des sous-cultures (par exemple, les jeunes ou les amateurs de hockey). On peut alors se demander de quelle « parole », définie par Bignell, les bulletins d'information télévisés de Radio-Canada se rapprochent davantage. Son traitement de l'information emprunte-t-il un peu des deux?

Selon El Hadj et Bélisle (1985), « traiter une information c'est lui faire subir un certain nombre de transformations. Il ne s'agit pas de créer de l'information nouvelle, mais de faire apparaître explicitement des aspects qui étaient implicitement contenus dans l'information de départ » (p. 31). Pour ce faire, le journaliste doit réorganiser de façon plus simple et efficace l'information selon son utilisation future. Les auteurs ajoutent que l'objectif ultime du traitement d'information est de réduire « la complexité de l'information initiale » (p. 31). Le type de traitement à laquelle sera soumise l'information est choisi selon les capacités présumées de compréhension des destinataires (Hadj et Bélisle, 1985, p. 31). Dans la même ligne de pensée que Hadj et Bélisle, Mercier (1996) explique qu'une des plus grandes difficultés des journalistes est de trouver l'équilibre entre, d'une part, la recherche de la vérité et « l'apport cognitif du propos et, d'autre part, la simplification outrancière » (p. 240). Il indique que la tendance est pourtant à la simplification parce qu'à la télévision, l'écriture se fait en fonction de l'écoute. Comme le précise Pierre Ganz (1988), un reportage efficace doit éviter l'ambiguïté dans les images, présenter une simplicité et une concision dans les textes et éliminer la redondance par le montage. Un présentateur de téléjournal français explique même qu'il tente de parler au plus grand nombre en évitant « d'utiliser un langage trop hermétique, trop savant » quitte à utiliser la langue de la rue et faire des fautes syntaxiques (Mercier, 1996, p. 241).

### *Les types d'information et les niveaux de langage de la narration*

Butheau écrivait en 1972 que « la presse de grande information, écrite ou audiovisuelle, est amenée à cibler de plus en plus les clientèles qu'elle veut atteindre, ce qui entraîne une spécialisation de plus en plus grande de journalistes » (Hadj et Bélisle, 1985, p. 26). Une vingtaine d'années plus tard, on remarque que dans les chaînes dites « généralistes », telle Radio-Canada, les journalistes doivent au contraire être le plus versatiles que possible. En fait, ce que Butheau exprime, plus précisément en ce qui a trait à l'information scientifique et technique, c'est que sans cette double compétence (être spécialisé dans un domaine et être qualifié dans la formulation de messages pour atteindre le plus large public), les nouvelles scientifiques ne peuvent pas être bien traduites en langage populaire. Butheau (1972) explique que le niveau de langage est la base de la traduction du scientifique au public général. « C'est peut-être là une des causes profondes de la sous-information de nos sociétés industrielles. Beaucoup d'informations sont diffusées. Peu sont perçues ou reçues faute d'un langage commun, et on se trouve en présence de zones de sous information qui ne cessent de s'étendre » (Hadj et Bélisle, 1985, p. 29).

En ce qui concerne l'information internationale, les correspondants internationaux sont considérés comme étant les journalistes les plus spécialisés sur l'actualité des pays qu'ils couvrent. L'information internationale qui ne provient pas de ces derniers provient des agences de presse qui traitent l'information pour leurs clients (tels Radio-Canada, TVA, etc.) sans toutefois la traiter d'un point de vue canadien ou encore moins québécois. Ainsi, le langage de ces agences (qui devient souvent l'information présentée), tel que Butheau l'explique, se trouve à être le langage commun de l'information internationale.

### 3.3 L'image

Selon de Bonville et Vermette (1989), « l'image du journal télévisé doit représenter un élément sémantique constitutif de la nouvelle et non pas provoquer une impression de beau » (p. 66). Contrairement au milieu cinématographique, l'esthétisme de l'image n'est pas l'aspect sur lequel les chercheurs, les producteurs et les téléspectateurs se penchent en ce qui a trait aux bulletins de nouvelles télévisés. L'attention est portée vers la recherche de l'émotion, de sensation et de signification par l'image. Celles présentées à l'intérieur du journal télévisé peuvent être signifiantes à trois niveaux. D'abord, l'image elle-même est porteuse de sens. Ensuite l'image à l'intérieur du montage peut prendre d'autres significations. Finalement, l'image associée à la narration a une autre portée cognitive. Sans toutefois vouloir creuser dans la sémiologie, précisons que l'image est polysémique et, tel que l'indique Mercier (1996), « elle n'acquiert son sens que dans l'interprétation, chacun important sa personne, son histoire, ses affects dans la lecture qu'il propose » (p. 144). Par contre, ce qui nous intéresse particulièrement dans le cadre de cette étude est l'utilisation de l'image dans « l'explication de la nouvelle ». D'abord, les logos, les graphiques et les animations graphiques sont inclus dans la définition de l'image. Certaines d'entre elles servent à orienter la « lecture » et la compréhension de la nouvelle du téléspectateur. Mercier (1996) indique que c'est le cas pour les « logos »<sup>13</sup> présentés avant chaque reportage. « Ils servent de balises, de clés de lecture, de mode d'intégration de la connaissance à venir, et traduisent la volonté de copier le mode de rubricage de la presse écrite » (p. 158). Il ajoute que non seulement ils servent de guides mais aussi de transitions remplaçant ainsi celles normalement opérées par la parole. Ces transitions peuvent se retrouver parmi différentes

---

<sup>13</sup> Par « logos », Mercier entend les images présentées en arrière-plan du présentateur au début d'une nouvelle

techniques dont les apparitions de logos, de photos, de carte géographique ou simplement par un changement de plan du présentateur. Mercier (1996) explique que, malheureusement, les producteurs de téléjournaux craignent davantage le « vide visuel » que l'insignifiance des images. Par conséquent, souvent, la présentation de ces images ne sert qu'à combler le vide de l'écran.

Si dans plusieurs cas, on peut affirmer que l'image parle toute seule, le format même du téléjournal vient mettre un bémol à sa valeur informative.

*L'étude des relations entre l'image et le son relativise l'idée de la primauté de l'image et contrecarre celle d'une fonction référentielle. Tout comme le titre d'un tableau ou la légende d'une photo de presse, la bande son a souvent prépondérance sur le visuel (Mercier, 1996, p. 153).*

Ce qui nous amène à nous questionner sur le choix des images comme facteur contribuant à la compréhension de l'information.

### ***Les images de l'information internationale***

Comme le soulignait Thierry Saussez (1990), « la place accordée aux différents conflits internationaux est décidée par les journalistes non pas en fonction de l'importance de ces événements, mais de l'existence d'images » (p. 25). Malgré cela, souvent pour des raisons financières, les téléjournaux présentent des images telles des illustrations ayant seulement un rôle d'appui au texte préparé a priori sans image. Non seulement cette pratique est courante, précise Mercier (1996), mais elle est surtout utilisée pour les nouvelles de politique internationale. Ainsi, ces images, surtout sur les sujets internationaux, n'ont pas de pouvoir narratif à elles seules. Tel qu'indiqué précédemment, la majorité des bandes visuelles soutenant l'information internationale sont achetées d'agences internationales ou

empruntées à travers des systèmes d'échanges internationaux. Les images captées par ces sources font toutefois parties « d'une logique propre à celui qui les a filmées et montées » (Mercier, 1996, p. 156). De plus, la difficulté d'obtenir rapidement des images ou des montages visuels sur des nouvelles internationales amène souvent les journalistes à utiliser des images d'archives pour appuyer leurs commentaires. C'est alors la narration qui donne le sens à l'image, cette dernière ne représentant pas l'événement diffusé.

Bref, dans sa recherche d'adaptation au contexte technologique, social et organisationnel du 21<sup>e</sup> siècle, le journaliste, et souvent le gestionnaire du médium, revisite sa façon de faire dans sa sélection de l'information et de ses sources. Les médias américains y ont même vu la nécessité de refonder le traitement de l'information internationale, c'est-à-dire de l'adapter en fonction des besoins d'une population immigrante plus importante. Les bulletins d'information télévisés doivent par conséquent présenter une narration et des images en fonction de ces transformations.

Les lignes qui suivent brossent le portrait de la télévision publique francophone du pays qui, malgré les critiques, détient toujours une notoriété en ce qui a trait à la qualité de son traitement d'information. La problématique de cette étude se penche particulièrement sur deux émissions d'information produites par la Société Radio-Canada : *Le Téléjournal* et *RDI Junior*.

## **Partie 4 : Radio-Canada**

### **4.1 La télévision de Radio-Canada**

L'objectif de la présente étude n'est pas d'expliquer les raisons qui font de l'information télévisée à Radio-Canada ce qu'elle est aujourd'hui mais tente plutôt d'expliquer si une forme de livraison de l'information internationale accroît plus les connaissances qu'une autre. Bien que son contexte actuel est tributaire de son histoire, les lignes qui suivent s'attarderont plutôt sur son mandat, son contexte actuel et les deux émissions d'information pertinentes à cette étude.

Martin (1980) explique que le modèle à la base de la structure des services d'information à la Société Radio-Canada est le modèle britannique de la BBC. La SRC fait alors une distinction entre les nouvelles et les affaires publiques. Les nouvelles y sont définies comme un « compte rendu des événements : fait divers, nouvelle [...] » (p. 168). Martin ajoute que l'analyse des événements appartient aux affaires publiques parce que celles-ci ne recherchent pas seulement le sens mais les jugements, les commentaires et les débats sur l'événement.

*Dans la pratique, il n'est pas toujours aisé de déterminer ce qui relève des nouvelles ou des affaires publiques, et la distinction apparaît peu fonctionnelle pour qui a été formé dans la presse écrite, ou la distinction entre les genres ne se traduit pas nécessairement dans la structure (Martin, 1980, p. 168).*

Par ailleurs, la nouvelle résulte d'un travail sur le terrain et favorise un traitement très schématique des facteurs et acteurs de l'événement. Martin (1980) précise qu'il faut considérer les exigences particulières aux médias électroniques qui ne permettent pas de longues élaborations.

La Société Radio-Canada a vécu un repositionnement dans les dernières années. En 2004, la forte concurrence des réseaux privés francophones au Québec, particulièrement du groupe TVA, a forcé la SRC à entreprendre le repositionnement de sa télévision française « en recentrant sa mission sur le service public et en diffusant des émissions ouvertes sur le monde et sur sa diversité »<sup>14</sup> et ce, par la crédibilité et l'audace de ses émissions. Ce « repositionnement » a toutefois attiré la critique de fidèles du réseau. Paul Cauchon (2005) écrit que « les critiques spontanées des téléspectateurs rendent compte d'un fossé grandissant entre l'image qu'on se fait de la télévision publique, et la réalité de ce qu'on voit à l'écran »<sup>15</sup>. Il précise que, malgré le fait que cette « image de la télévision publique » ne soit pas clairement définie, elle repose sur l'idée que Radio-Canada soit « la norme en matière de qualité télévisuelle (...) que ses émissions servent de référence, qu'elles soient rassembleuses, et que la culture, l'information et les dramatiques fortes doivent primer la vérité pure », le tout en divertissant également.

#### **4.2 L'information à la télévision de Radio-Canada**

En 2004-2005, la télévision de Radio-Canada présentait 12 émissions d'affaires publiques. À lui seul, le secteur d'information de la chaîne publique diffusait plus de 40 heures d'information par semaine, ce qui constitue un record depuis la création de la télévision de Radio-Canada. L'écoute du *Téléjournal/Le Point* de 22 heures est passée de 14,6 pour cent à 18,7 pour cent en un an<sup>16</sup>. Ce total d'heures considérable consacré à informer les Canadiens

---

<sup>14</sup> SOCIÉTÉ RADIO-CANADA, *Rapport annuel de Radio-Canada*. 2004-2005, p.18.

<sup>15</sup> Cauchon, P. (2005). Médias : Du bon usage de la provocation, *Le Devoir*, consulté le 18 avril 2005, <http://www.ledevoir.com/cgi-bin/imprimer?path=/2005/04/18/7606.html>.

<sup>16</sup> Selon le Rapport annuel de CBC/Radio-Canada 2004-2005, p.18.

laisse présumer que la quantité et la variété d'information fut une priorité pour Radio-Canada pour la période 2004-2005.

Toutefois, seuls le *Téléjournal* et *RDI Junior* seront analysés dans cette étude et c'est pourquoi il y a lieu de s'y attarder brièvement.

### *Le Téléjournal*

En ce qui concerne l'actualité quotidienne, *Le Téléjournal* reste l'émission d'information de référence de Radio-Canada pour un public majoritairement adulte. En fait, le profil de l'auditoire francophone du Québec 2005-2006 montre que 35 à 37 % des téléspectateurs âgés de 60 ans et plus<sup>17</sup> regarde le *Téléjournal-Le Point*. Plus de la moitié de ces téléspectateurs sont des femmes. D'ailleurs, pendant cette période, les téléspectatrices sont aussi celles qui regardent en majorité *Le Point*, l'émission d'information suivant le *Téléjournal*. En ce qui concerne le public visé pour cette étude, c'est-à-dire les jeunes adultes, le profil de Radio-Canada indique qu'entre 14 et 15% des adultes âgés entre 18 et 34 ans écoutent le *Téléjournal-Le Point* et de ce nombre, les hommes sont majoritaires (8 à 9%). Selon ces mêmes statistiques, ce sont en majorité les femmes plus âgées qui regardent le *Téléjournal-Le Point*.

La SRC précise que cette émission permet de connaître et de « mettre en perspective les derniers développements de l'actualité nationale et internationale dans le bulletin quotidien de fin de soirée le plus complet des ondes ».

---

<sup>17</sup> Selon Radio-Canada-*Le profil de l'auditoire du Téléjournal-Le Point BBM par 30 minutes*, de novembre 2005 à avril 2006 – Voir annexe 12.

*Plus que jamais, Le Téléjournal / Le Point se présente comme une synthèse complète et pertinente des informations de la journée, en proposant un traitement distinctif de la nouvelle en situant son contexte et en analysant ses conséquences et développements possibles.*(Radio-Canada, 2006).

### ***RDI Junior***

Un des traits distinctifs des émissions d'information de la télévision généraliste publique est, entre autres, la production d'un bulletin d'information s'adressant seulement aux jeunes : *RDI Junior*. Emprunté ou inspiré du concept antérieurement diffusé à Télévision Quatre-Saisons (*Le Petit Journal*), *RDI Junior* se décrit comme une émission d'information quotidienne produite pour un public de 9 à 12 ans. En choisissant trois à quatre nouvelles principales, elle « explique »<sup>18</sup> l'actualité avec sérieux et créativité dans un langage et une présentation visuelle adéquate à son public cible. D'une durée limitée de quinze minutes, *RDI Junior* trouve toutefois le temps de faire son « tour du monde ». En fait, « le tour du monde » se compose en majorité de faits divers ayant lieu à l'extérieur du Canada et qui sont racontés en quelques secondes, images à l'appui. « L'émission comprend aussi une éphéméride attirant l'attention sur un événement marquant ou une personnalité historique, et un clin d'œil à la météo » (Radio-Canada, 2006).

Pourtant, tel que l'indique Truong (2002)<sup>19</sup>, « bien des adultes l'avouent : ils écoutent et regardent assidûment les émissions d'information destinées aux jeunes [...] L'équipe de *RDI junior* reçoit régulièrement du courrier d'adultes qui affirment être des mordus de l'émission» (p. 12). Même si elle est produite pour une clientèle jeunesse, l'émission *RDI Junior* ne s'empêche surtout pas de présenter des situations plus délicates. Truong (2002)

---

<sup>18</sup> Source : Radio-Canada [www.radio-Canada.ca](http://www.radio-Canada.ca).

<sup>19</sup> Diep Truong est chercheuse à Radio-Canada.

explique que, par le passé, « RDI Junior ne s'est pas gênée pour parler de l'affaire Latimer, de la lapidation au Nigéria ou encore du procès du boxer Dave Hilton » (p. 12). Truong précise que ce n'est pas au niveau des sujets que la censure s'opère mais au niveau de la présentation visuelle de la nouvelle. Les images trop violentes ou *hyperspectaculaires* sont alors retirées au montage. Le montage visuel de *RDI Junior* n'est toutefois pas le seul élément de traitement de l'information qui diffère des émissions d'information visant un public adulte. « À RDI junior, les accessoires, la musique et le jeu de l'animateur [...] viennent parfois appuyer le propos » (Truong, 2002, p. 13). Le choix des sujets traités est dicté par les principales manchettes du *Téléjournal*, et cela peu importe sa teneur. *RDI Junior* sert aussi à dédramatiser les événements en indiquant à son public qu'il n'est pas impuissant devant ces enjeux. Les journalistes de *RDI Junior* le font alors en orientant les téléspectateurs sur les actions possibles à entreprendre, vers des signatures de pétitions ou vers des organismes pertinents, par exemple. « Or, l'objectif premier de RDI junior consiste à faire des jeunes des citoyens informés et engagés » (Truong, 2002, p. 12).

Au cours des dix dernières années, l'existence et la pertinence de Radio-Canada furent remises en question. Quelques nouvelles émissions furent un succès et, depuis 2003, les cotes d'écoute continuent d'augmenter. Le président-directeur général de la société Radio-Canada, M. Robert Rabinovitch explique « qu'aujourd'hui au lieu de nous reprocher de ne pas être pertinents, nos détracteurs nous reprochent d'être trop populaires <sup>20</sup> » (CBC, 2006). Ces dernières années, la direction de Radio-Canada a présenté, de par ses émissions d'information et de divertissement, une télévision plus « provocante et novatrice » qui attire

---

<sup>20</sup> Extrait du discours prononcé par Robert Rabinovitch, président-directeur général CBC/Radio-Canada le 9 mars 2006 à Toronto (<http://cbc.radio-canada.ca/discours/20060309.shtml>).

un public différent et qui choque un public plus fidèle à son format conventionnel et normatif. Cauchon (2005) désapprouve les nouvelles « valeurs » de la télévision de Radio-Canada. Il souhaiterait que ce format « novateur » soit plutôt synonyme de « nouveaux formats télévisuels » interpellant l'intelligence et « l'originalité du traitement. »

## **Conclusion**

En résumé, le présent chapitre rappelle que, malgré le fait que la télévision soit le médium privilégié pour diffuser l'information internationale, le format des téléjournaux et les contextes de production ne favorisent pas le traitement actuel donné à ce type d'information. En plus d'avoir à s'adapter aux réalités du 21<sup>e</sup> siècle, le journalisme doit se refonder à travers la technologie, les contextes économiques, ses fonctions et les sphères de la communication. La mondialisation, l'immigration et les événements du 11 septembre 2001 ont redéfini l'importance de l'information internationale et sa logique de diffusion. Toutefois, le traitement de l'information internationale au Canada n'est pas dans la mire des chercheurs canadiens et encore moins dans celle des Québécois. La télévision publique nationale, Radio-Canada, devrait-elle donc être la première à repenser l'information en fonction des citoyens afin de la rendre efficiente pour les Canadiens vivant les conséquences de l'effritement des frontières?

## CHAPITRE 2

### Cadre théorique spécifique

L'étude du journalisme peut porter sur tellement de notions et d'aspects qu'on pourrait facilement s'y perdre. Bien que cette recherche en soulève plusieurs, c'est dans les lignes qui suivent que notre problématique s'inscrit davantage. Ainsi, les résultats de cette étude pourraient prendre leurs significations sur un ou plusieurs des quatre concepts soit *la glocalisation, la vulgarisation, la réception et la connaissance*.

Si auparavant la philosophie du journalisme « voulait que les bons journalistes soient de préférence des généralistes, capables de traiter de manière compétente tous les champs de l'activité humaine », Sormany (2000) explique que la tendance est maintenant à la spécialisation. D'ailleurs, il ajoute que près de la moitié des jeunes journalistes sont considérés comme spécialistes. Non seulement les formations universitaires des nouveaux journalistes dans des domaines autres que ceux des lettres et du journalisme accentuent la spécialisation, mais l'organisation en secteurs des salles de nouvelles renforce aussi cette tendance. L'avantage de la spécialisation est que le journaliste affecté à un domaine particulier peut approfondir plus rapidement et plus facilement une nouvelle appartenant à son champ de connaissances. Toutefois, l'inconvénient réside dans le « cloisonnement de l'information ». L'actualité se trouve donc filtrée par le journaliste selon son domaine d'expertise et traduite dans son jargon propre. Ainsi, il est difficile pour le journaliste de s'éloigner de ses sources, ce qui contribue à l'élargissement du fossé entre le journaliste et le public. La conséquence de tels filtres est l'impossibilité « d'aborder les enjeux dans une perspective globale » (Sormany, 2000, p. 335). Alors, comment le journalisme peut-il approfondir un sujet en diminuant le fossé entre l'informant et l'informé?

# **1. La glocalisation**

## **1.1 Définir la glocalisation**

La proxémique est une notion importante dans l'étude du traitement et de la réception de l'information internationale. La théorie de la « loi » kilométrique s'applique parfaitement à la fois à la production de l'information internationale et à la perception du public de cette information. Comme l'explique Sophie Malavoy (1999), « en journalisme, on dit que plus la distance entre un accident et un média est grande, plus le nombre de morts doit être élevé pour que l'information passe. [...] Les gens s'intéressent à ce qui les touche de près » (p. 9). C'est en fait l'enjeu principal en ce qui a trait au traitement de l'information internationale : ramener à un niveau local ce qui est global. Il s'agit du concept de la glocalisation. Camille Laville (2003) explique que, ces dernières années, les environnements physique, technologique, économique et organisationnel des médias ressentent les effets de la mondialisation. Le phénomène de la mondialisation modifie non seulement les frontières du globe mais redéfinit « le traitement et la place accordés à l'information internationale [...] ». En pratique, les médias conjuguent aujourd'hui des logiques territoriales différentes : régionalisation, glocalisation et transnationalisation où global, international, national, régional et local cohabitent » (Laville, 2003, p. 32). Bref, selon Laville (2003), la glocalisation signifie « l'interpénétration du local dans le global ».

Laville (2003) explique que, en ce qui concerne l'information internationale, les sources d'information se sont multipliées et elles vivent dans un contexte continu de concurrence. Cette « mise en globalisation de l'information » est difficile. Toutefois, ce contexte particulier favorise « l'ancrage de l'information internationale et de son traitement dans la culture locale du public visé » (Laville, 2003, p. 38). Très souvent, les événements sont

*décontextualisés*. C'est pourquoi il est important de «donner une explication systématique de ce qui est local dans l'international, de ce qui est international dans le local » (Laville, 2003, p. 38).

## **1.2 La notion du sens commun**

Dans le même ordre d'idées, Ganz (1988) explique que « le téléspectateur n'attend pas du reporter une représentation encyclopédique du sujet, mais une information sur un aspect qui le concerne, le touche ou fait appel à ses émotions » (p. 45). C'est en fait ce que présente Mercier (1996) dans la notion du *sens commun*, qui peut être considérée comme un synonyme du concept de la glocalisation. On pourrait aussi le présenter comme le fondement même de la glocalisation, expliquée plus haut par Laville (2003). Mercier (1996) définit le sens commun comme un « véritable savoir social » que les membres d'une société se partagent. « Le sens commun est donc un système organisé d'appréhensions du monde » (Mercier, 1996, p. 227). Geertz (1986) identifie les qualités du sens commun par le naturel, l'esprit pratique, la simplicité et l'accessibilité (p. 93-118). Bref, l'explication donnée doit être construite sur la réalité et non sur la critique, elle doit avoir une efficacité immédiate et utiliser la description de faits « de tous les jours » pour finalement démontrer que tous et chacun peuvent comprendre l'événement relaté. Mercier (1996) précise que l'image joue un grand rôle en renforçant cette impression de transparence et d'accessibilité. Finalement, le sens commun présente un monde familier que tous peuvent et doivent reconnaître et dans lequel chacun s'y trouve au centre (Mercier, 1996, p. 228).

On attribue aux journalistes de la télévision cet exercice d'articulation du sens commun entre autres par le traitement visuel. Cet exercice devient particulièrement ardu lorsque les

journalistes traitent l'information internationale. Ils doivent donc rechercher un sens commun impliquant souvent des contextes culturels, des définitions et des applications différentes « de ce qui est commun ». La liberté d'expression, par exemple, n'a pas le même sens et les mêmes applications au Canada qu'en Chine. Bien que cet exemple puisse sembler évident, il est beaucoup moins évident lorsque vient le temps de l'expliquer à l'intérieur d'une nouvelle. Pour ce faire, le journaliste devra d'abord consacrer un portion de la nouvelle à de l'information d'arrière-plan adaptée au sens commun. On peut se demander si l'information internationale se trouve négligée par les médias parce qu'elle nécessite une recherche plus exigeante de sens commun. Comme Marlène Coulomb-Gully (1981) l'explique, il y a deux courses à l'information : «... celle du producteur à la recherche perpétuelle d'événements nouveaux, et celle de l'auditeur à la recherche perpétuelle d'un sens derrière chaque nouvelle » (p. 81).

### **1.3 L'information internationale et la glocalisation**

Dans leurs recherches menées avant 2001, Soderlund, Lee et Gecelovsky (2002) ont demandé aux éditeurs de journaux canadiens de donner leurs opinions sur le peu de considération (en importance et en qualité) accordée à l'information internationale dans les journaux nationaux. Quelques réponses indiquent que les raisons financières motivent les choix des nouvelles. Par contre, la majorité des répondants ont indiqué qu'il s'agissait de la préférence des lecteurs, c'est-à-dire que ceux-ci s'intéressent davantage aux événements qui ont lieu près de chez eux. Bref, selon les répondants, le public préfère les nouvelles locales. Les chercheurs indiquent que les événements du 11 septembre 2001 ont embrouillé la ligne

qui distinguait les nouvelles locales des nouvelles internationales. En fait, selon eux, il s'agit d'un bon exemple de l'impact direct des politiques internationales sur les communautés nord-américaines. Toutefois, très peu de chercheurs ont redéfini le traitement de l'information internationale. Les travaux les plus pertinents et actuels à ce sujet sont ceux de Shanor<sup>21</sup>. En relatant le cas des États-Unis, Shanor (2003) illustre les changements qui se produisent au sein même des sources traditionnelles de nouvelles internationales entre autres par le partenariat des corporations médiatiques<sup>22</sup>. Il explique un de ces changements en prenant l'exemple du Journal américain *Spokesman-Review*. En collaboration avec quelques chaînes, telle *New England Cable News*, *Spokesman Review* utilise une nouvelle approche dans la façon de présenter et de rapporter les nouvelles internationales. Dans un premier temps, cette nouvelle tendance consiste à établir des liens locaux aux événements et aux enjeux à l'étranger, c'est-à-dire de penser à la fois local et global. Dans un deuxième temps, cette approche insiste sur une meilleure utilisation de la richesse du matériel d'information internationale déjà disponible pour les journaux et les radiodiffuseurs.

Shanor (2003) précise toutefois que des réflexions sur le traitement de l'information internationale ont commencé à se faire dans le milieu des années 1980 aux États-Unis. Déjà, à cette époque, Hamilton écrivait que le journalisme international ne devrait pas être perçu comme un secteur réservé exclusivement aux correspondants étrangers mais ouvert à tous les journalistes (Shanor, 2003, p. 126). Shanor ajoute qu'une des tâches du correspondant et de l'éditeur d'un média est d'identifier la situation et le potentiel de liens locaux de

---

<sup>21</sup> Doanld R. Shanor était correspondant étranger et éditeur pour le *Chicago Daily News* et *United Press International*. Il a enseigné et dirigé la division internationale de l'école de journalisme de l'Université Columbia. Il est aussi auteur d'ouvrages sur des enjeux internationaux tels *China Today*, *Behind the Lines* et *Soviet Europe*.

<sup>22</sup> Tel le partenariat du *New York Times* avec ABC, PBS (Shanor, 2003, p. 108).

l'information internationale reçue, et ce même si l'événement ne semble pas avoir un impact actuel. Lorsque le « lien local » n'est pas possible à établir, le « lien humain » est toujours disponible et ce particulièrement pour ce qui est des tragédies humaines. En utilisant l'exemple du génocide au Rwanda, Shanor insiste pour dire qu'il s'agit d'un enjeu important à couvrir localement car il rejoint les citoyens du monde (Shanor, 2003, p. 126). Ainsi, Shanor considère le récepteur par son identité locale mais le situe dans un système encore plus large, comme citoyen du monde. Comme Camille Laville (2003), Shanor croit que la seule façon d'intéresser le public à l'information internationale est de localiser cette information en la situant dans un contexte connu et près du récepteur.

Cette façon de repenser le journalisme et le traitement de l'information internationale ne pourrait-elle pas bénéficier aux Canadiens? Si la majeure partie de la glocalisation de l'information consiste à rattacher le contexte immédiat de l'individu aux contextes étrangers par des exemples et référents connus, ne pourrait-on pas comparer la glocalisation à de la simple vulgarisation d'information?

## 2. La vulgarisation

### 2.1- Définition de la vulgarisation

La vulgarisation est loin d'être un concept nouveau. Comme l'expliquent El Hadj et Bélisle (1985), ce sont ses objectifs, ses moyens et ses résultats qui se transforment et se modifient d'époque en époque, selon les besoins d'information populaire de la société. Ainsi, il est plus fréquent de définir la vulgarisation en présentant la « diversité de pratiques ».

*Elle est d'abord un ensemble de pratiques où s'affrontent différentes instances, différents enjeux, différents niveaux de légitimité. Ces pratiques ont en commun de vouloir instaurer, ailleurs que dans les lieux habituels de la formation, une communication entre spécialistes et non-spécialistes [...] (El Hadj et Bélisle, 1985, p. 9).*

Sophie Malavoy (1999) décrit trois niveaux de vulgarisation : la haute vulgarisation, la vulgarisation grand public et la vulgarisation pour enfant. De son côté, Bertrand Labasse (1997) adresse la problématique du traitement journalistique en expliquant que :

*la vulgarisation n'est pas un genre particulier, réservé aux sciences ou à la médecine. Elle est la base même du journalisme, sa légitimation et l'aboutissement de son paradigme fondamental : "écrire pour ses lecteurs". Encore faudrait-il connaître ceux-ci, et nous ne savons rien (Labasse, 1997).*

En fait, Labasse revient sur la relation journaliste-public ou plutôt sur l'absence de *sens commun* entre les deux. Ce questionnement n'est pas nouveau, il refait surface à chaque époque et encore plus depuis l'arrivée des médias électroniques. Malgré le fait que ces derniers rendent l'information et la science plus accessibles aux différentes classes sociales, Robert Butreau (1985) accuse l'élitisme scientifique et médiatique d'être responsable des « getthos » divisant les savants et les ignorants (p. 28).

On emploie habituellement la vulgarisation pour expliquer les sciences naturelles qu'on nomme sciences exactes. Toutefois, la complexité se trouve aussi dans les contextes politiques, religieux, historiques et culturels des pays et peuples étrangers. Afin de pouvoir situer les faits dans leurs contextes, ces éléments complexes doivent également être vulgarisés. Pourtant, le réflexe reste toujours d'associer la vulgarisation aux sciences « dures ».

## **2.2 Le traitement de l'information et la vulgarisation**

Il existe très peu de guides consacrés à la vulgarisation scientifique. Les définitions du traitement de l'information en vulgarisation seront donc en majorité tirées d'ouvrages québécois dont ceux de Sophie Malavoy et de Pierre Sormany.

Ainsi, tel que l'illustre Malavoy (1999), les étapes primordiales à la réussite d'une vulgarisation scientifique sont de : connaître son public, le choix du sujet, le choix de la structure, le choix du langage (vocabulaire, principes stylistiques), le choix de l'amorce, la concrétisation, l'image, les compléments du texte, les titres et sous-titres et la conclusion. Malgré les critiques accusant les journalistes de mal connaître leur public et malgré l'importance de bien cerner les récepteurs, la première étape de la vulgarisation, c'est-à-dire celle de connaître son public, ne sera pas approfondie dans cette étude. Cette recherche se penche précisément sur le traitement de l'information à la télévision et non pas sur le choix de la nouvelle. Ainsi, les critères de choix du sujet présentés par Malavoy (1999) ne seront pas considérés. Bref, pour cette partie de l'étude, nous situons les étapes à partir du moment où s'est fait l'assignation à un événement.

### **2.2.1-Les éléments de structure de vulgarisation d'un texte**

La structure d'une communication est en fait un fil conducteur, explique Malavoy (1999). Elle précise qu'en vulgarisation, on retrouve une grande variété de structures et plus celles-ci démontrent de la créativité, plus elles sont de qualité. D'abord, un des premiers critères est de présenter l'information du particulier au général, c'est-à-dire qu'on se sert de « cas particuliers pour introduire le général » (Malavoy, 1999, p. 11). Il est aussi important de mettre les résultats au début. Cela permet à la fois de présenter au public le sujet de l'article et la pertinence qu'il doit y accorder. Lorsque le type de structure est défini, l'auteur doit choisir son amorce, élément que Malavoy (1999) qualifie de capital. C'est le début de l'article qui définit si l'intérêt du public est capté ou non. En quelques lignes, l'auteur doit représenter son propos en y plaçant les éléments capables d'attirer l'attention. Une des choses à éviter est de commencer un article par une généralité ou une définition. Finalement, peu importe si le texte se termine par une chute « punchée », ou une ouverture vers les conséquences, les questions ou l'avenir du sujet traité, la conclusion ne doit jamais être un résumé de l'article (Malavoy, 1999, p. 22).

### **2.2.2-Les principes stylistiques en vulgarisation**

En vulgarisation, l'auteur doit éviter d'employer trop de synonymes ou des abréviations et les énumérations. Il doit aussi privilégier la forme active des verbes et une ponctuation variée et éliminer les mots redondants (Malavoy, 1999, p. 23-25). Rappelons les caractéristiques de l'écriture de presse électronique identifiées par Sormany (2000) dans le chapitre précédent, c'est-à-dire « la simplicité du vocabulaire, la concision des phrases et l'effort pour éviter les formes passives, les propositions circonstancielles en cascade ou l'accumulation

d'adverbes » (p. 99). Pour les médias électroniques, l'écriture, de par les exigences même de sa forme, se rapproche beaucoup plus de la vulgarisation que celle de la presse écrite.

### **A- Simplifier**

Étant donné que l'objectif de la vulgarisation est de partager un savoir et, insiste Malavoy (1999), de susciter pour le public l'envie de recevoir ce savoir, il est important d'écrire simplement en employant des mots, des phrases et des explications simples. Ainsi, l'auteur doit justifier l'emploi de mots techniques en les remplaçant autant que possible par ce qu'ils veulent dire. Si l'utilisation de termes techniques est pertinente et nécessaire, il suffit de les définir simplement aussitôt qu'ils se présentent dans le texte ou même de donner des exemples de ce que ce terme signifie. L'auteur doit aussi éviter le jargon et les expressions telles que « problématique » ou « diplomatie ouverte » qui sont des expressions couramment utilisées dans leurs domaines respectifs (la recherche et la politique étrangère) mais qui risquent d'être étrangères au public en général.

### **B- Concrétiser**

Malavoy explique qu'en vulgarisation, il est primordial d'écrire le plus concrètement possible, c'est-à-dire de donner des exemples, de quantifier l'information et de la comparer avec des éléments connus du public. On doit aussi employer des analogies, des métaphores ou des hyperboles le plus souvent possible<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> Ces éléments de traitement de l'information seront entre autres ceux utilisés dans l'analyse de contenu du texte narratif des nouvelles télévisées.

### **a) Donner des exemples**

Dans le texte idéal de vulgarisation, tous les énoncés théoriques et toutes les généralités devraient être soutenues d'exemples. Il suffit d'alterner l'abstrait et le concret, précise Malavoy (1999).

### **b) Quantifier l'information**

L'information diffusée sera mieux assimilée par le public si elle est quantifiée le plus souvent possible. Cela ne veut pas dire de mettre des chiffres uniquement pour mettre des chiffres. Lorsqu'un auteur sait utiliser les chiffres pour frapper l'imagination du public, celui-ci peut alors se représenter plus facilement la situation décrite<sup>24</sup>.

### **c) Comparer avec des éléments connus**

« La comparaison avec un élément connu représente la meilleure façon de donner l'ordre de grandeur d'une donnée ou d'une chose » (Malavoy, 1999, p. 31). Par exemple, lorsqu'on informe les Canadiens, en majorité de religion chrétienne, sur un événement dans un pays étranger caractérisé entre autres par la religion musulmane, il est possible d'expliquer le contexte de l'événement en faisant des rapports entre les deux religions. Si l'auteur du texte présente un *Imam* sans expliquer ce qu'il représente pour la religion musulmane, le public risque de ne pas comprendre sa pertinence. Toutefois, si l'auteur compare l'Imam à un leader religieux chrétien tel un prêtre de la religion catholique, le public se représentera plus facilement le contexte dans lequel cet événement a lieu.

---

<sup>24</sup> Ce principe correspond au topique « mesure » de l'analyse de la télévisualisation utilisée dans l'analyse de contenu des nouvelles au chapitre 3.

#### ***d) Analogies***

Les analogies permettent « d'établir une ressemblance entre deux ou plusieurs objets de pensées essentiellement différentes. Ce procédé se révèle souvent indispensable à la compréhension des sciences et des techniques » (Malavoy, 1999, p. 32). C'est en fait une explication qui utilise des éléments familiers pour le public afin d'illustrer des choses plus complexes. Non seulement les analogies permettent une meilleure compréhension mais aussi une meilleure rétention de l'information.

#### ***e) Métaphores***

La métaphore est une autre figure de style du langage qui évoque des images marquantes pour le public. Il s'agit en fait de prendre le sens d'un énoncé et de le substituer par une image. Par exemple, si l'auteur veut expliquer qu'une politique étrangère est difficile à accepter pour la population, il pourrait écrire que *cette politique est un coup de fouet pour les habitants*.

#### ***f) Hyperboles***

L'hyperbole marque l'importance d'une idée en utilisant « une expression qui la dépasse » (Malavoy, 1999, p. 34). Elle est entre autres utilisée dans les titres et vise à attirer l'attention du public. À la télévision, les titres peuvent être comparés aux bandes de texte ajoutées à l'image. Par exemple, si une nouvelle informe sur la mort du président français, on pourrait lire à l'écran : *Une calamité pour l'Europe*.

### **C-Les compléments du texte**

Étant donné que Malavoy explique les éléments importants à la réalisation de la vulgarisation en ce qui a trait à l'écrit, les compléments du texte qu'elle définit sont ceux que nous retrouvons généralement dans la presse écrite. Toutefois, ces compléments au texte peuvent autant être l'image vidéo seulement ou être aussi des compléments de texte ajoutés aux

images télévisuelle. Par exemple, comme complément du texte narratif à la télévision, une séquence vidéo peut présenter un homme. Par contre, une image peut être aussi ajoutée sur cette image et présenter un drapeau. Pour cette étude, nous porterons une attention particulière au contenu informationnel que renferment les encadrés, aux illustrations et aux graphiques sans toutefois considérer l'esthétique de ceux-ci. « Qu'il s'agisse de photos, de figures, de schémas, d'organigrammes, de graphiques ou d'autres éléments visuels, les illustrations facilitent énormément la compréhension du texte » (Malavoy, 1999, p. 35). Ainsi, la fonction principale des compléments du texte sera la répétition de façon visuelle de l'information donnée verbalement. Rappelons que le texte narratif est la base de l'analyse de contenu de cette étude. Bien que seule la bande visuelle pourrait être étudiée, cette étude la considère comme un support à la narration. En résumé, dans le cadre de cette étude, seuls les topiques de la bande visuelle qui correspondent aux topiques du texte narratif seront analysés et identifiés comme des éléments de vulgarisation. Ces topiques seront recherchés à travers les compléments de la narration suivants : les textes graphiques, les animations graphiques, les graphiques (incluant les cartes et les drapeaux) et les images.

En conclusion, dans une vue d'ensemble, la vulgarisation est majoritairement associée aux sciences dures. D'un point de vue technique, les caractéristiques et les éléments de vulgarisation définis par Malavoy et Sormany pourraient être utilisés par les journalistes traitant l'information internationale. Ces résultats pourraient possiblement permettre au public de trouver un sens à l'information présentée. Finalement, la vulgarisation rejoint le concept de la glocalisation dans la poursuite d'un objectif : *faciliter la compréhension et capter l'intérêt du public sur ce qui, a priori, lui était en partie ou totalement étranger*. Les

journalistes de Radio-Canada atteignent-ils cet objectif dans le traitement de l'information internationale ?

### **3-La réception**

Afin de vérifier si la vulgarisation de l'information est efficace lorsque reçue par le public, la compréhension du décodage, c'est-à-dire de la réception, s'impose. En fait, une des préoccupations à laquelle répond cette étude cherche à identifier comment l'information est reçue par les téléspectateurs. La réception des contenus des médias est une préoccupation de longue date et ce en particulier pour les *Cultural Studies*. Au départ, les théories sur les médias de masse, présentant en majorité une communication unidirectionnelle, considéraient le destinataire comme passif. Les *Cultural Studies* ont attribué un rôle plus actif au récepteur en soulignant sa participation dans la construction du sens ainsi que sur l'influence du contexte de la réception.

#### **3.1 Un survol des théories sur la réception**

Katz et Lazarsfeld (1955) s'intéressent davantage à l'influence sociale dans le processus de la formation d'opinions. Ils amènent ainsi la théorie de la communication à deux étages (*Two Step Flow*). Selon leurs recherches, seulement 5% du public change son opinion suite aux messages médiatiques<sup>25</sup>. Par contre, les participants aux recherches ont affirmé être plus influençables de par leurs communications interpersonnelles avec des amis et des collègues de travail. Bref, la théorie du *Two Step Flow* illustre que les réponses aux messages médiatiques sont filtrées par les relations sociales. Certaines critiques du modèle à deux étages indiquent que ces conclusions ne prennent pas en considération que plusieurs leaders

---

<sup>25</sup> Dans le cadre de leurs recherches lors de la campagne des élections présidentielles américaines de 1940.

sociaux sont en fait des personnalités reconnues formellement comme des politiciens ou des célébrités, qui, souvent, se retrouvent dans les médias. De plus, il est important de considérer que les recherches de Katz et Lazarsfeld ont été menées dans les années 1940-1950. À cette époque, l'accessibilité et la variété des médias étaient moindres et en majorité réservées à l'élite (CCMS, 2006). Aujourd'hui, ce contexte médiatique a bien changé. En 2003, 99% des Canadiens ont au moins un téléviseur par ménage. De ce nombre, 38% en possèdent deux et 34% trois<sup>26</sup>. Bref, il faut retenir du modèle à deux étages l'importance des relations sociales dans le réception des messages et la construction de sens qui en résulte.

Dans les années 1980, Stuart Hall propose trois types de réception : dominant, négocié et oppositionnel. Ainsi, il soutient que le décodage est conditionné à différents niveaux selon le récepteur, ceci s'oppose ainsi à la vision du récepteur passif et du médium manipulateur.

La théorie des *Uses and Gratifications* propose une autre perspective sur la réception rendant ainsi le récepteur encore plus actif. Blumber et Katz (1974) insistent sur l'origine sociale et psychologique du récepteur et les besoins qu'ils génèrent des médias. Les caractéristiques sociales et psychologiques et les besoins du récepteur mènent à différents modèles d'exposition aux médias ou d'engagement dans d'autres activités. Ces résultats se traduisent entre autres en un désir de gratification. Ainsi, selon Blumber et Katz (1974) le médium est d'abord situé à l'intérieur d'un circuit social et psychologique. Dans un autre ordre d'idée, Wenner (1985) s'est intéressé particulièrement à la programmation des nouvelles. Il explique que les individus qui s'intéressent aux nouvelles médiatisées reçoivent des gratifications sur

---

<sup>26</sup> Sondage Ipsos-Reid pour Samsung Electronic : Watching Television (35%) Most Popular Form of Home Entertainment for Canadians, le 13 mai 2003.

plusieurs aspects de leur vie mais surtout au niveau social. Selon lui, ces gratifications sont le résultat d'interactions para-sociales, c'est-à-dire que l'individu vit le contenu de la nouvelle comme s'il était le journaliste auteur de la nouvelle en participant à la nouvelle ou en agissant comme un observateur physique de l'événement. La télévision est le seul médium assez complet permettant une telle gratification. « Ces gratifications fournissent une identité personnelle et une référence à travers des relations sociales rituelles avec les acteurs des médias qui co-existent avec le contenu des nouvelles » (Wenner, 1985, p. 175).

À la même époque, David Morley combine l'approche de la réception avec l'approche de la sphère publique en rassemblant les individus ayant les mêmes caractéristiques sociales et culturelles. En créant des micro-sphères publiques, aussi appelées cartes culturelles, John Corner (1999) indique que cette approche de la réception est probablement celle qui a su tirer les conclusions les plus significatives étant donné sa précision. Par contre, il ajoute que sa principale faiblesse réside dans la complexité de sa méthode, laquelle exige un nombre restreint d'individus. Dans les mêmes années, Peter Dalhgren (1983) accorde une importance particulière aux dimensions de la télévision et surtout à la construction de sens que font les téléspectateurs des nouvelles télévisées. Il explique qu'en raison des particularités de la télévision, le téléspectateur sera disposé à être plus attentif à la dimension affective qu'à la dimension cognitive. Bref, selon Dalhgren (1983) la construction du sens a un caractère plus intuitif qu'analytique. Toutefois, si l'on compare les genres télévisés, les nouvelles sont de loin le genre pour lequel on peut identifier un ratio élevé de raison par rapport à l'émotion<sup>27</sup> (p. 9). L'auteur ajoute que la construction de sens que font les téléspectateurs des nouvelles

---

<sup>27</sup> Dalhgren précise que la prévalence de la raison est relative, tout dépend du sens que l'on donne à la « raison », surtout si on la définit comme une procédure cognitive linéaire et rationnelle.

télévisées dépend des contextes de réception de ces nouvelles. Il identifie trois contextes, soit : l'angle de traitement de l'information que donne le médium lui-même, les habitudes d'écoute de la télévision des téléspectateurs (ce que la télévision représente dans leurs vies) et les relations entre la sphère publique et la sphère privée. Selon lui, ce sont d'abord les variations des relations entre ces contextes qui articulent le sens du téléspectateur. Dans un deuxième temps, ces dernières s'insèrent dans la collectivité sociale propre au téléspectateur (semblable aux cartes culturelles définies par Morley). Finalement, le tout crée les communautés de sens. (p. 10).

Ball-Rockeach et De Fleur (1976) précisent que, puisque la société est de plus en plus spécialisée, avancée technologiquement, globalisée et conflictuelle, le temps est devenu une richesse sinon un pouvoir très convoité. C'est pour cette raison, expliquent-ils, que les individus comptent sur les médias de masse pour prendre des décisions dans leur vie quotidienne. Bien que la majorité de leurs réflexions reposent sur la sphère politique et concernent les Américains, la théorie que proposent ces deux chercheurs est très pertinente aux études des effets des médias. Ils avancent une théorie de la dépendance des effets des médias de masse (Dependency Theory of Mass Media Effects). Celle-ci repose sur plusieurs observations de la vie contemporaine des années 70 et résulterait, selon les chercheurs, du besoin grandissant qu'ont les individus d'utiliser efficacement le temps et de maximiser leurs ressources pour atteindre leur objectifs. En d'autres termes, selon Ball-Rockeach et De Fleur, le public dépend des médias de masse pour satisfaire une variété de besoins qui lui importent tels (1) celui de comprendre le monde dans lequel il vit, (2) celui de fonctionner de façon cohérente et productive dans la sphère publique, politique et économique et (3) celui

d'échapper aux tâches et contraintes de la vie contemporaine par la présentation de fantaisies et de divertissements (Karen S. Johnson-Cartee, 2005, p. 6).

Dans la même ligne de pensées, David Merritt et Maxwell McCombs (2004) dressent un portrait des utilisateurs des médias par rapport à leur implication dans la vie publique<sup>28</sup>. Ces auteurs s'intéressent en particulier à l'analyse du rôle des journalistes dans les sociétés démocratiques et plus spécifiquement aux États-Unis. En fait, ils déterminent trois types de publics et leurs rapports avec l'information : le chercheur d'information, l'observateur et le spectateur. Toutefois conscients qu'environ 10 % de la population adulte ne s'intéresse pas à la vie publique, ils qualifient le chercheur d'information de citoyen idéal. Celui-ci fait énormément d'efforts pour absorber le plus d'information possible car il a un grand besoin d'orientation.

En conclusion, l'étude de la réception a commencé par attribuer plus d'influence au médium qu'au récepteur. Graduellement, le récepteur a pris une place centrale dans la vision de la réception, d'abord de par ses relations sociales et ensuite par ce qu'il est et ce qu'il cherche à obtenir en s'informant. Il a finalement été identifié par ses rapports avec la vie publique. La pertinence des théories sur la réception pour cette recherche réside particulièrement au niveau de la construction de sens des récepteurs devant les différences de traitement d'information. On peut donc se demander comment, dans le processus de la réception, le public arrive à acquérir de nouvelles connaissances.

---

<sup>28</sup> La théorie démocratique.

#### 4- La connaissance

Cette présente étude s'interroge plus particulièrement sur la fonction éducative de la télévision et remet en question l'habileté des bulletins d'information télévisés de Radio-Canada de favoriser l'acquisition de connaissances pour les jeunes adultes québécois. Notons que l'acquisition de connaissances est intrinsèque à la réception de l'information car c'est lors de la réception que cette représentation de sens s'effectue. En philosophie, la connaissance est décrite généralement en deux étapes principales : la constatation et la compréhension. On explique l'étape de la constatation par « la réception d'un donné (ou expression sensorielle) dont la source est située dans le monde extérieur » (Mengal, 1998, p. 145). Tandis que celle de la compréhension peut être décrite par l'intériorisation ou la représentation. Toutefois, cette réception et cette représentation de sens peuvent être favorisées ou non par l'auteur du message (par le journaliste en ce qui nous concerne). C'est du moins ce qu'explique Bertrand Labasse (1997) qui rassemble tous les journalistes autour d'un caractère fondamental : « celui d'assurer une interface cognitive actualisée et pertinente entre le monde en général et les individus qui le composent ». Serber et Wilson (1989)<sup>29</sup> soutiennent l'opinion de Labasse en ajoutant que, dans l'activité cognitive, tous les individus cherchent instinctivement à recevoir le plus d'informations pertinentes pour le moins d'effort de traitement possible. Ainsi, le récepteur ne sera attentif au message que s'il a la promesse de recevoir une information pertinente.

---

<sup>29</sup> Tiré de Labasse, B. (2003). Qui prendra l'information au sérieux?. *Cahier no 29, Millénaire 3 et Économie&Humanisme*. consulté le 25 mars, 2005, de [http://www.milenaire3.com/ressources.php?ou=a\\_fiche.php&quoi=c:SCS=ouvrages&id=179](http://www.milenaire3.com/ressources.php?ou=a_fiche.php&quoi=c:SCS=ouvrages&id=179)

#### 4.1 La connaissance et la cognition

Si en philosophie de la cognition, on privilégie définir la connaissance par la croyance de la vérité ou de la véracité d'une proposition, la psychologie cognitive insiste davantage sur l'idée que « le développement cognitif des individus est soumis à des contraintes naturelles et que celles-ci les poussent vers le renforcement des représentations vraies [...] » (Le Ny, 2002, p. 85). Mengal (1998) précise toutefois que la connaissance « désigne à la fois le processus qui met le sujet en relation avec le monde et le résultat de sa mise en œuvre » (p. 145). La théorie de la connaissance *active* selon Hume explique que « la connaissance est produite par un sujet qui déchiffre la réalité à l'aide d'instruments forgés dans son propre esprit » (Boudon, 1986, p. 129). Donc, selon cette théorie, l'acquisition de connaissances dépend d'abord des connaissances préalables de l'individu puis, ensuite, de la présentation et mise en contexte des éléments nouveaux.

Il est toutefois important de faire la distinction entre la définition de la connaissance et celle de la compréhension. En ce qui a trait à la compréhension, « le premier problème consiste à préciser ce que l'on entend par compréhension d'énoncés, celle-ci suppose un traitement de l'information linguistique et une mise en relation avec ce qui est déjà connu par le sujet (insertion contextuelle) » (Vezin, 1979, p. 11). On explique alors que les énoncés sont compris plus facilement s'ils sont présentés en relation avec un contexte plus large dans lequel ils s'intègrent. Ce contexte peut être verbal (contexte linguistique) ou non-verbal (contexte imagé). La compréhension est entre autres étudiée à l'intérieur du processus cognitif (étude de la cognition). La cognition est décrite comme « tout processus de prise ou de traitement de l'information, et s'applique particulièrement à ce qui relève de la perception, de la mémoire, de la pensée, et du langage » (Richelle, 1998, p. 125). Sans trop vouloir

approfondir les théories cognitives, il est important de comprendre que les connaissances antérieures font partie du processus cognitif du récepteur permettant la construction de la signification de la nouvelle présentée. Bref, bien que cette étude ne se penche pas directement sur la compréhension et le processus cognitif, ultérieurement ou même simultanément, les connaissances acquises du récepteur permettront la compréhension.

### *Les représentations comme mode de connaissance*

Le domaine de la vulgarisation utilise davantage *les représentations* comme mode de connaissance. El Hadj et Bélisle (1985) définissent ces représentations comme des « modèles personnels d'organisation de connaissances sur un sujet, liés à la pratique et à l'expérience sociales de chaque individu » (p. 10). Pour la présente étude, la présentation de ce concept, inscrit sous la psychologie sociale, ne se veut pas une décortication ou une critique de ce mode de connaissance mais un survol de ce que sont les représentations, et ce, surtout en lien avec la vulgarisation. Les représentations se forment progressivement depuis l'enfance sans que l'individu en soit pleinement conscient. Ces connaissances « inconscientes » constituent un savoir qui est parfois partagé par d'autres (des objets du sens commun : voiture, maison et des valeurs culturelles : la liberté, la fidélité) (El Hadj et Bélisle, 1985, p. 63-64).

Bien que les approches cognitive et sociologique caractérisent les représentations selon les particularités de l'individu ou l'utilisation et l'expression qu'il en fait, on identifie toutefois davantage les éléments communs de ce mode de connaissance. Donc, les représentations sont plus souvent décrites à travers la connaissance commune qu'à travers les différences personnelles. Ce qui amène les vulgarisateurs à s'interroger davantage sur la finalité des représentations que sur ses constructions a priori très complexes. « Les représentations seraient alors des constructions centrées, dont l'intelligibilité passerait par la connaissance

des centres d'intérêt, des valeurs et des finalités qui constituent l'identité d'un sujet » (El Hadj et Bélisle, 1985, p. 66). Ainsi, le défi pour les vulgarisateurs est de reconnaître et de connaître les représentations du public visé.

Afin de favoriser l'acquisition de connaissance, le destinataire du message doit partir de ces représentations, c'est-à-dire qu'il doit être capable d'expliquer globalement et de présenter des cadres de références du public. Il s'agit du développement d'un système d'enseignement « concentrique » décrit par El Hadj et Bélisle (1985). Ces chercheurs présentent le système d'enseignement concentrique comme un système dans lequel les connaissances sont d'abord reçues de manière « générale et descriptive » puis reprises avec plus de profondeur. En revenant sur les notions de vulgarisation et de glocalisation, les *représentations* font donc partie du *sens commun*.

#### *Les structures cognitives et les reportages télévisés*

Lorraine Cadotte (2002) s'intéresse particulièrement à l'identification des structures cognitives des jeunes adultes québécois lors de leur réception de reportages télévisés. Ses recherches à ce sujet tentent d'expliquer le processus cognitif de la construction de la signification en tenant compte des formes d'expression des reportages télévisuels.

*Les recherches indiquent que les théories portant sur le processus de la compréhension du texte écrit servent à expliquer le fonctionnement cognitif en interaction avec des textes médiatiques (Cadotte, 2002, p. 83).*

Elle utilise l'approche cognitiviste, cette dernière s'attardant particulièrement à la sélection des éléments du texte. Cadotte explique que cette sélection peut se faire de deux façon, « soit à partir de marques inscrites dans le texte<sup>30</sup>, soit à partir des connaissances antérieures du

---

<sup>30</sup> Les marques dans le texte sont les indices formels inscrits qui retiennent l'attention et permettent au récepteur de décoder le sens des unités du texte médiatique (Cadotte, 2002, p. 83).

récepteur » (p. 83). Selon les cognitivistes, ce sont les connaissances antérieures qui dirigent la sélection des éléments qui permettent de confirmer ce que le récepteur connaissait déjà (Cadotte, 2002, p. 83).

#### **4.2 L'interprétation journalistique et les connaissances**

Brin, Charron et de Bonville (2004) expliquent que la composition du public importe selon le type de journalisme pratiqué. En fait, ils s'intéressent à la nature et à la transformation du journalisme qu'ils divisent en quatre catégories (d'information, transmission, opinion et communication). Ainsi, ils décortiquent, entre autres, le contexte d'interprétation de l'énonciation journalistique selon les types de journalisme pratiqués. La construction du contexte discursif des médias varie selon le contexte référentiel et le contexte énonciatif. Selon les chercheurs, le contexte référentiel signifie l'interprétation d'un événement en un sens plus large que celui de l'événement lui-même. Le contexte référentiel est donc relatif à l'information préalable nécessaire à l'interprétation et correspond aux schémas cognitifs de l'individu.

Pour ce qui est du contexte énonciatif, les chercheurs le décrivent comme étant le fonctionnement du système médiatique. « Le discours journalistique et les informations qu'il véhicule sont interprétés en fonction des règles et critères du discours médiatique » (Brin, Charron, de Bonville, 2004, p. 181). Deux dimensions sont alors associées au contexte d'énonciation : le niveau de connaissance préalable du public et le rapport entre les contextes référentiel et énonciatif.

*Les connaissances sont de deux ordres : d'une part celles qui concernent l'état du monde, c'est-à-dire l'ensemble des connaissances qui permettent à un individu de se faire une opinion sur la société et d'autre part, les renseignements concernant les nouvelles occurrences. Cet état de*

*connaissances préalables mesure, en somme, la contribution spécifique du journal à l'information du public* (Brin, Charron, de Bonville, 2004, p. 182).

Suivant la logique de ces chercheurs, ces deux ordres de connaissance importent selon le type de journalisme pratiqué. Pour le type pertinent à cette recherche, c'est-à-dire le journalisme d'information, les chercheurs expliquent que les connaissances sur l'état du monde sont présumées connues et seulement les éléments changeants sont communiqués. De plus, pour le journalisme informatif, « chaque nouvelle information est présumée avoir un effet cognitif, d'où le souci porté à ses traits référentiels et à la validité de ceux-ci » (Brin, Charron et de Bonville, 2004, p. 182). Ils ajoutent que le contexte référentiel prime sur le « plan thématique dans le sens où le journal traite des sujets auxquels les acteurs sociaux accordent de l'importance » (p. 184) mais que le contexte énonciatif influence sur le contexte référentiel en partie selon l'intérêt médiatique et selon la priorité donnée aux occurrences présentées.

#### **4.3 Le fossé de connaissance**

Par ailleurs, la théorie du fossé de connaissance, proposée d'abord par Tichenor, Donohue et Olien dans les années 1970 explique que l'augmentation de la quantité d'information diffusée divise la population en deux groupes : ceux qui sont plus éduqués et qui ont une très bonne connaissance générale et ceux qui sont moins éduqués et qui en connaissent moins. La tentative de réduire cet écart en informant les individus via les médias peut paradoxalement contribuer à augmenter la différence entre ces deux tranches de population. Une des raisons de cette conséquence présentées par les chercheurs est que les individus ayant un statut socio-économique plus élevé peuvent emmagasiner l'information plus facilement ou référer le sujet à leurs connaissances préalables (Universiteit Twente, 2004b).

En conclusion, la connaissance est difficilement dissociable du processus cognitif. Toutefois, on retient que les médias et les journalistes possèdent les outils pour utiliser certains modes de connaissances, telles les représentations, afin de favoriser la compréhension et, par conséquent l'acquisition de connaissances. Le journalisme d'information doit ainsi miser sur le contexte référentiel du public et non pas prendre pour acquis les connaissances du public. Cela vient en fait rejoindre les notions du sens commun, de la vulgarisation et conséquemment de la glocalisation. À travers tous ces concepts, on en vient à une évidence : utiliser des notions connues du public permet de rendre intelligibles des notions inconnues. Il s'agit ainsi d'une opération primordiale dans le traitement de l'information internationale, qui, par sa nature, contient plus d'éléments inconnus de la majorité que l'information nationale ou même locale.

Ce chapitre a donc présenté des notions et critiques de la glocalisation, la vulgarisation, la réception et la connaissance. Le chapitre suivant présentera les hypothèses de cette présente étude.

## HYPOTHÈSES

Rappelons que cette présente étude tente de répondre à la question générale suivante : Les choix de traitements de la nouvelles jouent-ils sur l'acquisition des connaissances des téléspectateurs?

L'hypothèse principale suivante de notre étude est posée : Le traitement de l'information internationale présentée aux adultes québécois dans le cadre du *Téléjournal* de Radio-Canada permet peu l'acquisition de connaissance sur les enjeux internationaux pour les publics ayant très peu ou peu de connaissances préalables sur le contexte de l'événement.

Plus spécifiquement, par les hypothèses secondaires suivantes, on suppose que l'information internationale présentée au *Téléjournal* de Radio-Canada n'est pas assez vulgarisée et que, conséquemment, les téléspectateurs acquièrent peu de connaissances. Ainsi, on pourrait supposer que la vulgarisation utilisée dans le traitement de l'information internationale est un des facteurs qui permet d'empêcher la division du public en deux groupes : ceux qui ont et ceux qui n'ont pas de connaissances sur les enjeux internationaux, et ce, peu importe leur niveau d'éducation.

## **CHAPITRE 3**

### **Méthodologie**

Une analyse comparative de la réception, plus spécifiquement des connaissances acquises chez les participants, est effectuée suite à la présentation de deux types de traitement d'un même événement international afin d'analyser l'influence de la vulgarisation de l'information sur l'acquisition des connaissances.

Dans un premier temps, l'analyse de contenu de deux reportages permet de distinguer les types de traitements de l'information ainsi que les éléments composant les nouvelles. Celle-ci est un préalable à l'analyse de réception. Dans un deuxième temps, les conclusions de cette analyse de contenu sont mises en lien avec celles obtenues suite à l'analyse de la réception. La méthode du devis expérimental *avant-après* et des entrevues téléphoniques sont utilisées pour analyser la réception.

#### **1-Analyse de contenu**

Il est important de préciser que dans l'analyse de contenu, tel que l'explique Jean de Bonville (2000), « le rapport entre le signifiant et le signifié, qui fonde la linguistique, peut-être étendu à tous les ensembles de signes qui échappent traditionnellement à cette discipline : page de journal, annonce publicitaire, émission de télévision, grille de programmes, etc. » (p. 14-15). Selon Berelson (1952), l'analyse de contenu des communications de masse permet l'atteinte d'objectifs spécifiques. D'abord, il y a les objectifs qui se rapportent aux caractéristiques du contenu telles les tendances de style, l'évolution du savoir, la comparaison des niveaux de communications, la lisibilité du matériel de communication, la découverte des propriétés de

style, etc. De plus, il y a ceux visant à étudier les auteurs ou les causes du contenu, c'est-à-dire d'identifier les intentions présumées et les caractéristiques de la communication ou même la caractéristique de l'état psychologique des personnes du groupe qui ont produit le texte. Toutefois, l'analyse de contenu est peu fiable au niveau des intentions des acteurs. Ce niveau est plus facilement expérimenté avec des entrevues et avec l'observation. Finalement, on retrouve les objectifs qui sont dirigés vers le public ou les effets du contenu. Ces derniers objectifs peuvent refléter des attitudes, des intérêts et des principes des groupes de population. Ils peuvent aussi présenter l'identification d'un centre d'intérêt ou la description des réactions à la communication dans les attitudes et le comportement (Seltiz, Wrightsman et Cook, 1977, p. 388.). Précisons ici qu'une seule étude ne peut poursuivre tous ces objectifs à la fois. Pour ce qui est de la présente étude, l'objectif visé pour l'analyse de contenu est d'identifier certaines caractéristiques des nouvelles choisies.

Les avantages les plus pertinents de l'analyse de contenu pour notre recherche consistent, entre autres, au faible coût qu'elle requiert en plus de permettre la formulation des catégories. Celles-ci réduisent « l'ambiguïté conceptuelle qui affecte souvent les recherches en sciences sociales et humaine » (de Bonville, 2000, p. 16). Jean de Bonville précise que, non seulement l'analyse de contenu convient pour les recherches sur le contexte de production et de réception des contenus de médias de masse, mais surtout pour leurs messages produits et reçus régulièrement sans que soit considéré le « jugement esthétique ou axiologique » (p. 16).

Comme l'expliquent Laramée et Vallée (1991), les principales faiblesses de cette méthode de recherche résident dans la « fiabilité » et la « validité ». Le fait que le chercheur qui définit les différentes catégories ait une compréhension et une expérience qui lui sont propres peut mener à un problème de fiabilité. « Il y a toujours une certaine part de subjectivité dans les inférences que l'on tire des diverses communications » (Laramée et Vallée, 1991, p. 262). Il y a donc cette possibilité que le chercheur ait un biais non-partagé par les autres chercheurs. C'est ce qui l'oblige à proposer des catégories claires et précises.

## 1.1 Le corpus d'analyse<sup>31</sup>

### 1.1.1 La population

La population<sup>32</sup>, pour l'analyse de contenu effectuée, se rapporte à une partie de la problématique de notre recherche, c'est-à-dire au traitement de l'information de la nouvelle internationale par Radio-Canada et, particulièrement, les différences de traitement de ces nouvelles au *Téléjournal* et à *RDI Junior*. Ainsi, la population analysée provient des deux sources suivantes : le bulletin de nouvelles le *Téléjournal* de Radio-Canada, diffusé à 22h00 tous les jours, et le *RDI Junior*, diffusé à 17h15 du lundi au vendredi sur le Réseau de l'information (RDI)<sup>33</sup>. Pour cette recherche, il était pertinent de choisir deux bulletins de nouvelles distincts mais produits par le même réseau. En effet, *RDI Junior* et le *Téléjournal* sont tous deux produits par la Société Radio-Canada. De cette façon, on s'assure que les deux sources analysées ont accès au même matériel audio-visuel pour produire la nouvelle.

---

<sup>31</sup> Précision d'abord que l'ouvrage de de Bonville (2000) est un des outils de référence francophone des plus complets pour ce qui est de l'analyse de contenu des médias. C'est pourquoi cette étape de recherche réfère majoritairement à ce chercheur.

<sup>32</sup> « En analyse de contenu, la population est constituée de l'ensemble des messages dont l'analyste désire connaître les caractères » (de Bonville, 2000, p. 102).

<sup>33</sup> Ces heures de diffusion sont celles de la programmation en vigueur lors de l'analyse de contenu effectuée à l'automne 2005.

### 1.1.2 Échantillon

De Bonville (2000) explique que « l'échantillon doit être représentatif de la population ». Sellitz, Wrightsman et Cook (1977) précisent que dans les analyses des communications, il est fréquent que l'échantillonnage soit fait en trois étapes, c'est-à-dire les sources, les dates et les unités d'analyses (p. 392). Dans le cas de notre recherche, l'échantillon est construit en fonction de nos hypothèses et n'est pas nécessairement représentatif de la population. Ainsi, afin d'obtenir un échantillon conforme aux besoins de la recherche, les bulletins de nouvelles du *Téléjournal* et de *RDI Junior* ont été enregistrés sur cassette vidéo du lundi au vendredi, du 3 octobre 2005 au 24 octobre 2005. Donc, quinze éditions du *Téléjournal* et quinze bulletins de *RDI Junior* constituent un premier corpus qui permet de passer à une seconde étape. En effet, pour poursuivre les objectifs de la recherche, et tel que le précise de Bonville, cet échantillonnage doit être soumis à un deuxième degré de sélection.

*(...) il arrive que la problématique porte sur des questions pour lesquelles une partie seulement du contenu d'un support peut être considérée pertinente, et l'analyse doit procéder à un classement des messages individuels avant de constituer l'échantillon final* (de Bonville, 2000, p. 110).

Notre problématique correspond à l'explication ci-dessus de de Bonville. Dans des cas semblables, l'auteur suggère l'*échantillonnage stratifié*. Ainsi, l'échantillon sera subdivisé en strates. Afin que la comparaison entre les bulletins de nouvelles (*Téléjournal* et *RDI Junior*) contenues dans l'échantillon soit possible, seules les nouvelles internationales correspondant à la définition de cette étude<sup>34</sup> et traitant des mêmes événements seront

---

<sup>34</sup> L'information sur un événement extérieur au Canada. Afin de réduire la variable de la connaissance préalable de l'individu sur le contexte de la nouvelle et de mettre l'accent sur la variable du traitement de l'information, les nouvelles en provenance des dix pays les plus visités par les Canadiens (Statistiques Canada, 2003) (les États-Unis, le Mexique, le Royaume-Uni, la France, Cuba, la République Dominicaine, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-bas, l'Espagne) ne seront pas considérées dans la sélection.

conservés pour obtenir, en dernier lieu, deux nouvelles internationales sur le même sujet pour chacune des émissions.

Ainsi, pour l'échantillonnage obtenu, les deux événements ayant fait l'objet des nouvelles retenues sont :

A- Le tremblement de terre au Pakistan

B- Le procès de Saddam Hussein en Irak

## **1.2 Technique d'analyse**

L'analyse de contenu permet entre autres de quantifier le matériel médiatique. Certains chercheurs définissent cette méthode « comme l'application des méthodes scientifiques aux preuves documentaires » (Selltiz, Wrightsman et Cook, 1977, p. 389). Selon ces mêmes chercheurs, l'analyse de contenu est objective lorsque chacune des étapes est explicite et systématique. Étant donné que le choix d'inclure ou d'exclure du matériel est fait en suivant des règles, « ces résultats devraient avoir une signification théorique plus large » (p. 389). Il est donc important d'identifier des mesures de contrôle<sup>35</sup> afin que cette méthode soit la plus objective possible. Bien qu'il existe différentes méthodes d'analyse de contenu, Jean de Bonville et Jacques Vermette (1989) proposent une méthode d'analyse de la télévisualisation. L'objectif de la méthode d'analyse de la télévisualisation correspond à celui de notre recherche car elle permet la mise en évidence des éléments de traitement de l'information à l'étude : le texte et le visuel<sup>36</sup>. Les chercheurs expliquent que cette méthode devra être utilisée tel un « instrument d'évaluation du processus de télévisualisation des nouvelles » (de Bonville et Vermette, 1989, p. 64). Cette technique se rapproche des

---

<sup>35</sup> Selon Selltiz, Wrightsman et Cook, 1977, p. 389

<sup>36</sup> Voir le Chapitre 2 ; 3.2 et 3.3.

principes utilisés par les journalistes car, dans un premier temps, elle cerne et décrit le contenu sémantique de la nouvelle (en considérant à la fois le son et l'image) en utilisant les « 5 W »<sup>37</sup> du journalisme d'information. De plus, cette méthode analyse les supports visuels de la nouvelle en utilisant une liste de techniques semblables à celles utilisées par les journalistes, excluant toutes caractéristiques esthétiques du son et de l'image.

### 1.2.1 La méthode d'analyse de la télévisualisation

Sans expliquer de façon détaillée la méthode proposée par de Bonville et Vermette<sup>38</sup>, il faut tout de même énoncer les grandes lignes méthodologiques qui guideront notre analyse.

Premièrement, la démarche de base consiste à identifier les topiques du reportage. Rappelons que les nouvelles choisies sont considérées comme des reportages, dans leur sens générique<sup>39</sup>. Les topiques sont ainsi placés dans une grille catégorielle et permettent de retirer la sémantique générale de la nouvelle.

*Les topiques, dont l'inspiration initiale remonte à Aristote mais dont le nombre a sensiblement augmenté sous l'influence des rhéteurs latins, sont des techniques qui aident à trouver des idées et à les exprimer (de Bonville et Vermette, 1989, p. 68).*

Bien qu'il existe une quinzaine de topiques, seuls ceux de circonstances correspondent le plus à l'histoire journalistique (de Bonville et Vermette, 1989, p. 69). Les topiques journalistiques sont donc les réponses aux questions « qui », « quoi », « quand », « pourquoi » et « comment » soit :

---

<sup>37</sup> « Formule mnémotechnique évoquant les mots who, what, when, where et why auxquels s'ajoutent habituellement how » (de Bonville et Vermette, 1989, p. 65).

<sup>38</sup> De Bonville, J. et Vermette, J. (1989). Le journal télévisé : proposition d'une méthode d'analyse de la télévisualisation. *Communication et Information*. Québec : Université Laval vol.10, no1.

<sup>39</sup> Voir *La nouvelle*, Chapitre 1; 1.3.

*(1) l'agent ; (2) l'action ou l'état (événement ou situation) ; (3) le lieu ; (4) le temps (moment ou époque de l'action) ; (5) les causes ; (6) le but ; et (7) les moyens » (p. 69). Les auteurs ajoutent aussi, par souci de précision, « (8) la conséquence ; (9) la condition ; et (10) la mesure (prix, poids, dimension, nombre de fois) (p. 69).*

Ainsi, ces topiques sont la base de comparaison entre la bande sonore (le texte narratif) et la bande visuelle (la vidéo). Ils correspondent aux « éléments sémantiques » spécifiques des nouvelles et à ceux des modes d'expression verbale et visuelle.

La première étape de l'analyse de la télévisualisation consiste à ressortir les topiques journalistiques de la nouvelle en utilisant la notion des macro-structures sémantiques.

*Les macro-structures sont des entités sémantiques qui transcendent la phrase, traditionnellement considérée comme l'objet le plus large de la linguistique. Ces macro-structures sémantiques contiennent plusieurs unités plus fines qu'elles-mêmes (phrases, paragraphes, etc.) ayant une signification commune et une réalité linguistique prise en compte dans un discours (De Bonville et Vermette, 1989, p. 71).*

Prenons l'exemple sur le texte suivant :

*Les gens se bousculent. Le pays est en état de choc. Jamais dans l'histoire un tremblement de cette magnitude a été enregistré dans la région. C'est sous le choc de 9,7 sur l'échelle de Richter que les habitants de Dakar, au Sénégal, ont été réveillés la nuit dernière.*

Ce n'est qu'en lisant le texte complet qu'on peut être en mesure de comprendre qu'il s'agit d'un tremblement de terre de 9,7 de magnitude qui a fait des ravages à Dakar. Pourtant, cette macro-structure contient quatre phrases complètes, qui, prises une à une, ne reflètent pas la situation.

Dans un deuxième temps, les chercheurs ont défini une codification des techniques visuelles utilisées dans la production d'un bulletin télévisé. Cette codification forme les paradigmes télévisuels. Ainsi, trois aspects du langage télévisuel sont distingués ; la forme de l'écran, la profondeur de l'écran et les objets de l'image (De Bonville et Vermette, 1989, p. 76). En considérant ces aspects, les formes de support<sup>40</sup> et la mise en œuvre des objets à l'écran<sup>41</sup>, on procède au découpage de la nouvelle en télésyntagmes.

*Le télésyntagme est un segment de nouvelle télévisée présentant une unité de temps, de lieu, de source sonore et de support visuel. Une modification dans la nature de l'un ou l'autre de ces éléments, sur la bande sonore ou sur la bande vidéo, entraîne une césure dans le découpage syntagmatique. Par exemple, les occurrences suivantes déterminent toutes un changement de télésyntagme : passage du lecteur au reporter ; changement des lieux montrés dans un reportage ; passage du reporter à un interviewé ; passage d'une image plein écran à une image écran avec mortaise ; changement de contenu d'une mortaise ; addition ou déplacement d'une mortaise, etc. (De Bonville et Vermette, 1989, p. 82)*

De plus, les auteurs précisent que la durée de chaque télésyntagme doit être notée.

L'étape suivante consiste à extraire les topiques présents dans ces télésyntagmes ; en décrivant d'abord le contenu visuel ainsi que les supports de l'image et en reprenant ensuite les topiques du texte correspondant à la bande visuelle. C'est toutefois à cette étape que la méthode des chercheurs de Bonville et Vermette (1989) comporte certaines faiblesses. Ils expliquent que tous les topiques décrits plus haut peuvent se retrouver autant dans le texte narratif que dans la bande visuelle, ce qui est vrai pour les topiques *agent, action (ou état), lieu, temps et mesure*. Par contre, la bande visuelle ne peut répondre d'elle-même aux topiques circonstanciels de *cause, de condition, de but, de moyens et de conséquence*. L'image devient une explication de cause, de condition, de but, de moyen ou de conséquence

---

<sup>40</sup> Voir les compléments du texte au Chapitre 2 (2.2.1, B).

<sup>41</sup> lecteur de nouvelles, reporter, interviewé et/ou événement.

seulement lorsqu'elle est mise en lien avec ces topiques du texte narratif. Ainsi, pour ces topiques, la bande visuelle est un support des éléments du texte narratif. C'est donc pour cette raison que, dans l'analyse de contenu de cette étude, les topiques *cause*, *condition*, *but*, *moyen* et *conséquence* ne seront identifiés que dans le texte narratif. Si toutefois les agents, l'action (ou l'état), le lieu, le temps ou la mesure identifiés dans l'image correspondent aux topiques *cause*, *condition*, *but*, *moyen* ou *conséquence* identifiés dans le texte narratif, le support visuel deviendra ainsi une concrétisation du texte et sera considéré comme un élément de vulgarisation. Dans le cas où les topiques visuels répètent les topiques *agent*, *action (état)*, *lieu*, *temps* ou *mesure* du texte narratif dans la même unité d'analyse, ils seront considérés comme des compléments au texte<sup>42</sup> et ainsi comme des éléments de vulgarisation. Ainsi, la grille d'analyse prend la forme de la Figure 1.

---

<sup>42</sup> Voir Chapitre 2, Les éléments de la vulgarisation d'un texte (2.2.1).

Figure 1 . Exemple d'une grille d'analyse de la télévisualisation<sup>43</sup>

	Description générale des télésyntaxmes	Durée	Texte narratif	Topiques du texte	Éléments de vulgarisation	Description visuelle	Topiques visuels	Éléments de vulgarisation
FS1	Voix et image du lecteur plein écran	0 : 15	Les libéraux fédéraux en ont plein le dos des fréquentations politiques un peu trop assidues qu'entretiennent depuis quelque temps les premiers ministres Mulroney et Bourassa. Le lieutenant québécois, Raymond Garneau trouve que cela a assez duré au point, dit-il, que l'unité même des libéraux en est menacée. Daniel Lessard explique	<b>Agent :</b> Les libéraux fédéraux <b>Action :</b> En ont plein le dos des fréquentations politiques un peu trop assidues qu'entretiennent les premiers ministres Mulroney et Bourassa. <b>Temps :</b> depuis quelque temps <b>Agent :</b> Le lieutenant québécois, Raymond Garneau <b>Action :</b> Trouve que cela a assez duré <b>Conséquence :</b> Au point que l'unité même des libéraux est menacée		1) Image du lecteur de nouvelle plein écran 2) Mortaise à droite de l'écran des logos des libéraux du Québec et des conservateurs fédéraux	<b>Agent :</b> Les libéraux du Québec Les conservateurs fédéraux	Compléments au texte, répétition de l'agent et de l'action

### 1.2.2 Modifications à la méthode d'analyse de la télévisualisation

Afin de répondre plus adéquatement à la problématique de cette recherche, cette grille est en fait une illustration de la méthode de collecte de données proposée par de Bonville et

<sup>43</sup> Cette grille d'analyse utilise l'exemple présenté (De Bonville et Vermette, 1989, p. 83) des *Caractéristiques sonores et visuelles de même que texte des treize télésyntaxmes composant une nouvelle* (Société Radio-Canada, Téléjournal, 1 février 1988).

Vermette à laquelle deux saisies de données sont ajoutées. Bref, les deux colonnes ajoutées (zones grises) permettent de ressortir les éléments de vulgarisation présents à la fois dans le texte et dans l'image du télésyntaxme analysé.

### **1.3 Définition des catégories d'analyse**

Les catégories d'analyse utilisées doivent être définies précisément et explicitement de telle sorte que d'autres puissent être en mesure de les appliquer sur le même contenu et ainsi vérifier les conclusions obtenues. De Bonville (2000) explique qu'en formulant les règles de catégorisation, le chercheur s'assure de respecter la qualité systématique de l'analyse de contenu. Étant donné que cette analyse applique la méthode de télévisualisation des chercheurs de Bonville et Vermette (1989), les catégories d'analyse correspondent aux topiques journalistiques expliqués précédemment (agent, action ou état, lieu, temps, causes, but, moyens, conséquence, condition et la mesure).<sup>44</sup>

### **1.4 Choix des unités d'analyse**

L'analyse de contenu de cette recherche s'intéresse particulièrement à deux type d'unités d'analyse : les unités d'enregistrement et les unités de numération.

#### **1.4.1 L'unité d'enregistrement**

L'unité d'enregistrement utilisée pour cette recherche est le « télésyntaxme » que de Bonville (2000) définit comme « tout passage d'une nouvelle répondant à l'une des questions classiques du journalisme de tradition anglo-saxonne (les « 5 W », correspondant aux qui,

---

<sup>44</sup> Voir les définitions des catégories d'analyse (topiques) à l'Annexe 1.

quoi, où, quand, pourquoi) et représenté par un même moyen ou ensemble de moyens télévisuels » (p. 122). De cette façon, l'unité d'enregistrement change en suivant le texte de la nouvelle répondant aux 5 questions ou en suivant les changements dans les façons de représenter un même thème.

*Pour délimiter, dans le texte du bulletin de nouvelles, les passages contenant les renseignements relatifs aux questions des journalistes (les « 5 W »), l'analyste tantôt laissera intacte la structure de la phrase, tantôt y découpera des propositions, ou encore devra regrouper plusieurs phrases dans une macroproposition. (de Bonville, 2000, p. 124).*

#### **1.4.2 L'unité de numération et le mode de numération de fréquence**

De Bonville (2000) explique qu'il est important de distinguer l'unité d'enregistrement de l'unité de numération. L'unité d'enregistrement sert à choisir le segment du message qui sera analysé tandis que l'unité de numération précise de quelle manière ce segment sera analysé (p. 125). Ainsi, les unités de numération de cette étude sont les éléments de traitement de l'information. Cette recherche se concentre sur deux d'entre eux soit : le texte narratif et les supports visuels. C'est donc à travers le texte narratif et les supports visuels des télésntagmes que l'analyse est effectuée.

Dans un deuxième temps, le mode de numération « fréquence » suppose que plus un phénomène se répète, plus il est important. De Bonville (2000) précise que le mode de numération (à ne pas confondre avec l'unité de numération) de fréquence permet de « dénombrer chacune des occurrences particulières de l'unité d'enregistrement et, éventuellement, pour les classer dans une catégorie quelconque » (p. 125). Dans le contexte de notre recherche, la pertinence de la fréquence réside dans le nombre de fois que les

éléments de traitement de l'information analysés utilisent des éléments de vulgarisation<sup>45</sup>. Ainsi, plus on dénombre des éléments de vulgarisation à l'intérieur de la nouvelle internationale, plus cette nouvelle sera considérée vulgarisée. Toutefois, étant donné que les nouvelles analysées n'ont pas la même durée, une proportion devra être effectuée afin d'assurer la validité des échantillons. Ainsi, dans un premier temps, le nombre d'éléments de vulgarisation d'une nouvelle sera calculé sur le nombre de télésyntagmes de la nouvelle pour obtenir une proportion d'éléments de vulgarisation par télésyntagme. Les résultats indiqueront la moyenne d'éléments de vulgarisation par télésyntagme, c'est-à-dire par segment visuel. De plus, le nombre d'éléments de vulgarisation d'une nouvelle sera aussi calculé en fonction de la durée (en secondes) de la nouvelle. La proportion la plus élevée pour les deux cas consistera en la nouvelle la plus vulgarisée.

### **1.4.3 Adaptation des unités d'analyse au traitement de l'information actuel**

La méthode d'analyse de la télévisualisation, telle qu'expliquée en 1989, doit être modifiée afin de répondre au traitement actuel de l'information. Les auteurs de Bonville et Vermette (1989) décrivent le télésyntagme comme un segment de la nouvelle. Chaque changement sonore ou visuel découpe ainsi la sémantique de la nouvelle et indique le début d'un nouveau télésyntagme. Les topiques de la bande sonore (le texte narratif) et de la bande vidéo sont identifiés à l'intérieur de chaque télésyntagme et deviennent ainsi les unités d'analyse.

---

<sup>45</sup> Voir Chapitre 2, Les éléments de vulgarisation d'un texte (2.2.1).

Dans leur illustration de cette méthode, le texte narratif de chaque télésyntaxme est un énoncé complet, c'est-à-dire, qu'il renferme au moins un sujet (agent) et un verbe (action). Le texte narratif de l'époque (1989) comprenait moins de chevauchements interactifs et moins de montage vidéo qu'aujourd'hui. C'est-à-dire que, par exemple, les moyens technologiques de l'époque permettaient plus rarement au lecteur de nouvelles d'avoir des échanges en direct (verbaux et visuels) avec le journaliste sur les lieux de l'événement. Il y avait donc moins de coupure et d'interruption visuelles et sonores. C'est pourquoi, dans le cadre de notre recherche, les télésyntaxmes ont dû être regroupés de façon à ce qu'ils puissent correspondre à un énoncé du texte narratif. Un énoncé est ici défini comme une phrase contenant au moins deux topiques (un agent et une action). Ce redécoupage dévoile ainsi de nouvelles unités d'analyse considérées comme les unités d'enregistrements. L'analyse de contenu de ces unités s'effectue en ressortant les topiques du texte narratif et de la bande vidéo correspondant pour ainsi être en mesure d'identifier les éléments de vulgarisation présents. L'identification de ces éléments est effectuée selon leurs définitions présentées dans le cadre théorique spécifique<sup>46</sup>. Notons toutefois que les seuls éléments de vulgarisation retenus pour cette étude sont ceux qui peuvent être quantifiés. Ainsi, l'analyse ne tient pas compte de la structure générale de la nouvelle, de l'amorce et de la conclusion mais plutôt du nombre *d'exemples donnés*, de la *quantification de l'information*, des *comparaisons*, des *analogies*, des *métaphores*, des *hyperboles* et des *compléments du texte* utilisés.

---

<sup>46</sup> Voir Chapitre 2, 2.2.1.

## **2- Sélection des participants<sup>47</sup>**

Afin d'éviter la contamination des participants, c'est-à-dire éviter d'ajouter à leurs connaissances préalables par le visionnement d'une des deux sources d'information, il est important de créer deux groupes. La création de deux groupes permet aussi la comparaison des résultats. Pour que ces derniers soient concluants et pertinents, ces deux groupes doivent être les plus semblables possible. C'est dans cet objectif que des critères précis des participants sont prédéterminés. Ces caractéristiques correspondent aux hypothèses de recherche et à la problématique. Morley (1992) explique que regarder la télévision est une activité très complexe pour laquelle la réception du téléspectateur ne peut être comprise qu'en tenant compte du contexte. Sélectionner des participants qui ont des caractéristiques similaires, sinon identiques, et qui proviennent de contextes socioculturels semblables permet donc de réduire le plus possible l'influence des différences ethnoculturelles et sociales sur la réception. Ainsi, les groupes 1 et 2 sont constitués de sept participants ayant les caractéristiques suivantes :

- Tous les participants sont âgés entre 18 et 30 ans.**
- Tous les participants vivent au Québec ou ont déjà vécu au Québec.**
- Tous les participants ont le français comme langue maternelle.**
- Tous les participants ont complété où poursuivent des études post-secondaires au moment de la sélection.**
- Quatre participants sont des hommes.**
- Trois participantes sont des femmes.**

La sélection de ces participants se fait à l'aide d'un questionnaire exploratoire distribué main à main à des Québécois adultes vivant dans la région de l'Outaouais (Ottawa-Gatineau). Cette région a été choisie en raison de la proximité des lieux pour la chercheure.

---

<sup>47</sup> Cette méthodologie a reçu l'approbation du Comité d'éthique et de déontologie de recherche de l'Université d'Ottawa en janvier 2006.

### 3- Devis avant-après

Suite à ce questionnaire de sélection, les groupes 1 et 2 sont formés, tous les deux composés d'individus répondant aux critères établis plus haut. Ensuite, les deux nouvelles du *Téléjournal* sont présentées au Groupe 1 et les deux nouvelles de *RDI Junior* sont présentées au Groupe 2.

L'utilisation de la méthode du devis « avant-après » permet d'obtenir un « degré de précision apporté par le test préliminaire, puisqu'il permet l'analyse des cotes de changement ou la rectification des scores au second test en fonction de la première mesure » ( Seltiz, Wrightsman et Cook, 1977, p. 141). C'est-à-dire que le participant répond à un questionnaire avant d'être soumis à l'expérimentation et au même questionnaire à la suite de l'expérimentation. Il est ainsi possible d'analyser les changements en comparant le deuxième questionnaire complété au premier. Toutefois, il est important de considérer que les résultats obtenus ne sont pas généralisables à l'ensemble de la population mais restreints aux groupes et au contexte étudiés.

La collecte des données implique qu'un questionnaire soit distribué avant le visionnement des nouvelles afin de cerner les connaissances préalables des individus sur le contexte du pays où ont lieu les événements des nouvelles qui leur sont présentées. Le même questionnaire est distribué suite au visionnement. La méthode du devis expérimental « avant-après » est non seulement très populaire dans le domaine de la psychologie cognitive mais aussi largement utilisée dans les études de réception. Elle permet de vérifier « l'hypothèse de l'influence de X sur Y, en comparant l'amplitude du *changement* de la première à la seconde

mesure chez le groupe expérimental avec celle du même changement chez le groupe de contrôle » (Selltiz, Wrightsman et Cook, 1977, p. 136). Ainsi, le groupe de contrôle est le Groupe 1, exposé aux nouvelles du *Téléjournal* et le groupe expérimental, le Groupe 2, est exposé à celles de *RDI Junior*. Cette méthode permet de mesurer les « cotes de changements », c'est-à-dire des connaissances acquises des deux groupes suite à leur visionnement de nouvelles internationales.

Un des aspects pertinents de cette méthode est que le chercheur peut toujours faire référence à la position initiale du sujet pour analyser les données, « pour voir si la manipulation expérimentale a eu des effets différents sur les personnes qui avaient, au départ, des positions diverses par rapport à la variable dépendante » (Selltiz, Wrightsman et Cook, 1977, p. 137). Notons toutefois que cette méthode suppose que « les événements extérieurs et les processus de maturation et de développement sont les mêmes pour le groupe expérimental et le groupe contrôle » (Selltiz, Wrightsman et Cook, 1977, p. 139).

#### ***Questionnaire « avant » et « après »***

Les cotes de changements à observer étant l'acquisition de connaissances suite au visionnement des nouvelles présentées, les questionnaires « avant » et « après » complétés par le participant doivent être composés des mêmes questions portant sur la connaissance du participant. Les questions ouvertes de ce dernier portent sur les connaissances du participant sur le sujet principal de la nouvelle et sur le contexte du pays où a lieu l'événement relaté<sup>48</sup>.

---

<sup>48</sup> Voir Questionnaires utilisés aux Annexes 7-8-9-10.

Par exemple, pour une nouvelle portant sur Saddam Hussein, les questions suivantes pourraient être posées :

- ❑ Saddam Hussein était le président de quel pays?
- ❑ Situez à l'aide d'un point ce pays sur la carte du monde
- ❑ Quel est le régime politique de ce pays?
- ❑ De quoi est accusé Saddam Hussein?
- ❑ Quelles sont les deux principales religions de ce pays?

#### **4- Entrevues téléphoniques**

Pour une triangulation des méthodes, des entrevues téléphoniques avec les sujets sont effectuées la semaine suivant la rencontre, selon leurs disponibilités. Ces entrevues permettent d'obtenir certaines informations qui ne concernent pas nécessairement les connaissances du participant sur le contexte des pays dont il était question dans les nouvelles visionnées. En fait, elles fournissent des réponses à des questions sur l'opinion et l'intérêt des participants envers l'information internationale présentée à la télévision et leurs préférences en matière d'information. Ces informations complémentaires assurent une analyse plus approfondie des résultats obtenus par le devis expérimental « avant-après ».<sup>49</sup>

Pendant l'entrevue téléphonique, la chercheuse fait la lecture du questionnaire d'entrevue qu'elle a préparé, enregistre puis transcrit les réponses des participants dans la grille de réponses. Tous les participants répondent au même questionnaire. Ces questions sont à réponses libres et à réponses alternatives. Les réponses libres offrent au sujet la liberté de « répondre comme il l'entend plutôt que de le lier à des alternatives toutes faites. [...] La tâche de l'interviewer consiste à encourager le sujet à s'exprimer librement et à fond »

---

<sup>49</sup> Voir le Questionnaire d'entrevue téléphonique à l'Annexe 11.

(Selltiz, Wrightsman et Cook, 1977, p. 307-308). Complémentairement, les réponses alternatives clarifient le sens et facilitent la compréhension des questions.

En conclusion, la méthode d'analyse de contenu par la télévisualisation et l'analyse de la réception par le devis « avant-après » permettent l'analyse des résultats qui, à son tour, permet d'affirmer ou d'infirmer les hypothèses principale et secondaire de cette étude. L'entrevue téléphonique permet de faire des liens avec les résultats de l'étude de la réception pour répondre aux hypothèses secondaires. Le chapitre suivant présente ces analyses.

## **CHAPITRE 4**

### **Analyse des résultats**

Ce chapitre présente les résultats obtenus suite aux expérimentations et aux analyses définies précédemment dans la méthodologie. Ainsi, la présentation des résultats et l'interprétation de ces données se retrouvent sous les cinq sections suivantes : présentation des résultats de l'analyse de contenu, présentation des résultats du devis « avant-après », présentation des résultats de l'entrevue téléphonique, présentation des informations sur le participant et discussion des résultats.

#### **1- Présentation des résultats de l'analyse de contenu**

D'abord, précisons que l'objectif de l'analyse de contenu était d'identifier et de dénombrer les techniques de vulgarisation utilisées pour le traitement de nouvelles internationales par les deux types de bulletin de nouvelles télévisées de la Société Radio-Canada, soit le *Téléjournal* et *RDI Junior*. Ainsi, les résultats de l'analyse permettent de démontrer quelle nouvelle est la plus vulgarisée. Rappelons que ces résultats ne servent pas directement à confirmer ou rejeter l'hypothèse de la recherche. Toutefois, les résultats de l'analyse de contenu permettront de tracer des parallèles avec ceux obtenus suite à l'expérimentation du devis « avant-après » et des entrevues téléphoniques. Ils permettront donc de répondre à la question secondaire de recherche suivante : Les choix de traitement de la nouvelle jouent-ils sur l'acquisition des connaissances du téléspectateur?

Les données qui suivent proviennent d'abord de l'identification des éléments de vulgarisation quantifiables tels que définis dans la méthodologie. À ceux-ci s'ajoutent nos observations<sup>50</sup>.

### 1.1 Compilation des données

Les tableaux suivants illustrent d'abord le nombre d'éléments de vulgarisation par télésyntagmes pour chacune des nouvelles qui se rapportent au traitement narratif et ceux qui se rapportent au traitement visuel des nouvelles. La nouvelle qui a obtenu le plus grand nombre d'éléments de vulgarisation par télésyntagme est identifiée dans la zone ombragée. Rappelons que G1A et G1B signifient respectivement *groupe 1-nouvelle A* et *groupe 1-nouvelle B* tandis que G2A et G2B signifient *groupe 2-nouvelle A* et *groupe 2 nouvelle B*. Les deux nouvelles du groupe 1 sont celles du *Téléjournal* et celles du groupe 2 les nouvelles de *RDI Junior*.

**TABLEAU 1**

#### Moyenne d'éléments de vulgarisation quantifiables par télésyntagme\*

Nouvelle analysée	Nombre d'éléments de vulgarisation (total)	Nombre de télésyntagmes	Nombre moyen d'éléments de vulgarisation par télésyntagme
G1A	33	39	0,8
G2A	38	23	1,7
G1B	19	44	0,4
G2B	8	9	0,9

\*arrondi au dixième près

<sup>50</sup> Les grilles d'analyse de contenu des nouvelles se trouvent aux Annexes 2-3-4-5.

**TABLEAU 2****Moyenne d'éléments de vulgarisation du texte narratif par télé syntagme**

Nouvelle analysée	Nombre d'éléments de vulgarisation (Texte narratif)	Nombre de télé syntagmes	Nombre moyen d'éléments de vulgarisation du texte narratif par télé syntagme
G1A	12	39	0,3
G2A	12	23	0,5
G1B	6	44	0,1
G2B	2	9	0,2

**TABLEAU 3****Moyenne d'éléments visuels de vulgarisation par télé syntagme**

Nouvelle analysée	Nombre d'élément de vulgarisation (Visuel)	Nombre de télé syntagmes	Nombre moyen d'éléments de vulgarisation visuels par télé syntagme
G1A	21	39	0,5
G2A	26	23	1,1
G1B	13	44	0,3
G2B	6	9	0,7

Le *Tableau 4* illustre le nombre d'éléments de vulgarisation identifiés pour chaque nouvelle en rapport avec la durée de la nouvelle. Étant donné que le nombre de télé syntagmes présenté précédemment n'est pas nécessairement proportionnel à la durée de la nouvelle, ces données viennent bonifier les résultats en nous indiquant la moyenne d'éléments de vulgarisation par seconde de diffusion.

**TABLEAU 4.**

**Présentation du nombre d'éléments de vulgarisation quantifiable identifié et la durée (en secondes) des nouvelles\***

<b>Nouvelle analysée</b>	<b>Durée (secondes)</b>	<b>Nombre d'éléments de vulgarisation (total)</b>	<b>Nombre moyen d'éléments de vulgarisation par seconde</b>
G1A	282	33	0,1
G2A	148	38	0,3
G1B	255	19	0,1
G2B	42	8	0,2

*\*arrondi au dixième près*

Enfin, le **Tableau 5** présente les choix d'éléments de vulgarisation effectués lors du traitement de l'information, c'est-à-dire les types d'éléments vulgarisateurs et les supports privilégiés pour ces derniers. Ces informations supplémentaires permettent d'observer les techniques de vulgarisation les plus utilisées pour chacune des nouvelles et chacun des bulletins d'information. De plus, ces résultats présentent le support favorisé pour ces techniques (narratif ou visuel).

**TABLEAU 5**

**Types d'éléments de vulgarisation quantifiables du texte narratif et du visuel utilisés sur le total d'éléments de vulgarisation de la nouvelle**

	Éléments de vulgarisation	Nouvelles			
		G1A	G2A	G1B	G2B
<b>Texte narratif</b>	<b>Simplifier</b>		1/38		1/8
	<i>Donner des exemples</i>	1/33	1/38		
	<i>Quantifier l'information</i>	11/33	9/38	6/19	1/8
	<i>Comparer avec des éléments connus</i>				
	<i>Analogies</i>				
	<i>Métaphores</i>		1/38		
	<i>Hyperboles</i>				
<b>Visuel</b>	<b>Répétitions des topiques du texte narratif</b>	19/33	26/38	12/19	6/8
	1) textes graphiques	7/21	9/26	3/13	
	2) Animations graphiques	0/21	10/26	0/13	
	3) graphiques	3/21	3/26	1/13	1/6
	4) images	10/21	4/26	8/13	5/6
	<b>Autres</b>	Hyperbole (texte graphique) 1/33		Métaphore (image) 1/19	

### 1.2 Observations générales

Lors de l'analyse de contenu, deux observations majeures ont été faites ; soit le traitement de l'information interpellant l'émotion et les contradictions existantes entre la narration et le support visuel.

### ***Traitement émotif***

Les reportages du *Téléjournal* (G1A et G1B) utilisent un traitement beaucoup plus émotif que celui de *RDI Junior*. Par exemple, dans le reportage sur le procès de Saddam Hussein, le *Téléjournal* utilise plusieurs plans rapprochés de visages et même des yeux ou de la bouche de personnes interviewées. Ces personnes témoignent de leurs expériences personnelles et de leurs opinions et certains vont même jusqu'à pleurer. Des exemples semblables se retrouvent aussi dans le reportage du *Téléjournal* sur le séisme au Pakistan<sup>51</sup>. Ces éléments du traitement de la nouvelle n'ajoutent aucune information sur l'événement mais interpellent l'émotion, personnalisent la situation. Il est important de noter que le traitement émotif correspond aussi à une caractéristique de la vulgarisation. Toutefois, parce que l'émotion interpelle l'imaginaire et l'abstrait, les télésyntagmes « émotifs » ne présentent pas d'élément de vulgarisation. Par exemple, dans l'extrait : « la douleur est vive » du reportage G1B, l'image présentée est celle d'une femme. Le public peut donc associer la « douleur vive » avec l'image en pensant que la femme a souffert mais ni l'image, ni le texte ne fournissent de l'information sur cette « douleur vive » à l'intérieur de ce télésyntagme. Bien que l'objectif de cette étude ne se trouve pas dans la sémantique des images et que la méthode utilisée ne permette pas d'identifier l'aspect « émotif » du traitement de la nouvelle, on peut remarquer lors de l'analyse de contenu qu'il s'agit d'un traitement davantage utilisé par le *Téléjournal* que par *RDI Junior*.<sup>52</sup>

De plus, seul le *Téléjournal* a utilisé « le direct » dans le traitement des nouvelles sélectionnées. En effet, la nouvelle sur le tremblement de terre au Pakistan joue avec le

---

<sup>51</sup> Voir la grille d'analyse de contenu à l'Annexe 3.

<sup>52</sup> Voir la grille d'analyse de contenu aux Annexes 2-3.

réel en présentant en duplexe le lecteur de nouvelles dans son studio qui converse en temps réel avec le reporter sur les lieux au Pakistan. Tel que l'indique Mercier (1996), le direct interpelle l'émotion et informe très peu le téléspectateur. Si le direct permet au présentateur d'agir tel un chef d'orchestre sur l'événement présenté, souvent en duplexe ou en multiplexes avec les journalistes sur le terrain, il est aussi représentatif d'une certaine détérioration du professionnalisme journalistique.

### *Contradictions entre le texte et l'image*

À quelques reprises, les images utilisées pour appuyer le texte narratif du *Téléjournal* présentent une action contraire à celle décrite verbalement. Par exemple, dans la nouvelle G1A, le narrateur explique que des hélicoptères sont cloués au sol en raison du mauvais temps et la séquence vidéo associée à ce texte est l'image d'un hélicoptère qui décolle. Dans cet exemple, l'agent du texte, c'est-à-dire l'hélicoptère, est repris par l'image. Toutefois l'action de l'image est contradictoire avec celle du texte narratif. Cette contradiction pourrait contribuer à nuire ou à ralentir le traitement cognitif du public.

Bref, les observations générales faites durant l'analyse des résultats ajoutent une valeur qualitative aux données compilées ci-haut et permettent une réflexion plus poussée sur l'analyse.

### 1.3 Interprétation des résultats de l'analyse de contenu

Rappelons que dans le contexte de cette recherche, plus il y a d'éléments de vulgarisation dénombrés à l'intérieur de la nouvelle internationale, plus cette nouvelle est considérée vulgarisée. Ainsi, selon les résultats obtenus, les nouvelles internationales de *RDI Junior* sont plus vulgarisées que celles du *Téléjournal*. Peu importe la durée de la nouvelle ou le nombre de télésyntaxmes, le traitement des nouvelles de *RDI Junior* présente à la fois un plus grand nombre et une plus grande diversité d'éléments de vulgarisation. De plus, on remarque que seule la nouvelle la plus vulgarisée utilise l'animation visuelle et graphique. Dans les nouvelles du *Téléjournal*, la majorité des éléments de vulgarisation quantifient l'information et utilise l'image pour répéter l'information fournie par le texte narratif. Rappelons que l'analyse de contenu de cette étude ne permet pas à elle seule de répondre aux questions de recherche et aux hypothèses. Elle permet davantage d'expliquer les résultats du devis expérimental. Toutefois, ces résultats viennent appuyer les particularités de traitement de l'information à *RDI Junior* décrites par Truong (2002). En effet, Truong explique qu'à *RDI junior*, « les accessoires, la musique et le jeu de l'animateur [...] viennent parfois appuyer le propos » (p. 13). C'est en fait un de nos constats. Les accessoires et l'animation sont des éléments de vulgarisation utilisés davantage par *RDI junior* que par le *Téléjournal* (la musique n'étant pas une catégorie d'analyse dans notre cas). De plus, on remarque aussi qu'une portion importante du texte narratif des nouvelles du *Téléjournal* (davantage pour la nouvelle A) est consacrée à des échanges entre le lecteur de nouvelles et le reporter, sous la forme de questions-réponses en duplexe. La majorité des réponses données par le reporter exprime ses impressions, ses propres spéculations et ses opinions sur l'événement. Ce qui rejoint en quelque sorte Coulomb et Gully (1995) qui prêtent aux bulletins d'information des

prétextes informationnels. Selon eux, la spécificité des téléjournaux consiste en majorité en un « pacte communicationnel » avec le téléspectateur (p. 11). Sauf que dans notre cas, le téléspectateur devient témoin d'une conversation. Les réactions et sentiments du reporter sont alors traités comme des informations sur l'événement. Ces interactions entre le lecteur de nouvelles et le reporter ne sont pas présentes dans les deux nouvelles de *RDI Junior*.

## **2- Devis expérimental « avant-après »**

Dans le contexte de cette recherche, la méthode du devis « avant-après » nous démontre ce que les nouvelles internationales du *Téléjournal* et de *RDI Junior* apportent en matière de connaissance aux participants des deux groupes préalablement formés.

### **2.1 Méthode d'analyse des résultats du devis *avant-après***

Afin d'analyser les résultats du devis « avant-après », les chercheurs doivent identifier les moyens qui leur permettront de calculer la *cote de changement*. Cela signifie pour la présente étude de démontrer la différence entre les connaissances du participant avant le visionnement de la nouvelle et ses connaissances après ce visionnement. Ainsi, une pondération a été établie pour chaque question du questionnaire *avant*. La même pondération a été attribuée aux questions correspondantes du questionnaire *après*. Les résultats du questionnaire *avant* sont ensuite soustraits des résultats du questionnaire *après* pour les sept participants des deux groupes. La différence obtenue pour chaque participant est ensuite additionnée pour obtenir la différence de groupe, c'est-à-dire la *cote de changement du groupe pour une nouvelle*. Les résultats par groupe des nouvelles A et B sont ensuite additionnés. Cette dernière opération permet d'obtenir les cotes de *changement total par groupe* et de les comparer entre elles. La cote de changement total la plus élevée indique que plus de connaissances ont été acquises

pour ce groupe suite au visionnement des deux nouvelles. Le *Tableau 6* illustre la méthode d'analyse des résultats pour cette étape de la recherche telle que décrite précédemment. Lors de l'analyse des résultats, afin d'être en mesure de vérifier l'hypothèse principale de cette étude, ces données quantitatives devront correspondre au langage qualitatif de l'hypothèse. Considérant que le maximum de points que peut obtenir un participant est 40, la gradation suivante a été attribuée à la pondération. Cette même échelle sera aussi utilisée pour analyser les cotes totales de changement obtenues, c'est-à-dire le niveau de connaissances acquises.

**FIGURE 2**

**Échelle des niveaux d'acquisition de connaissances**

<b>Pondération</b>	<b>Niveau d'acquisition correspondant</b>
0-10 points	très faible
11-20 points	faible
21-30 points	élevé
31-40 points	très élevé

**TABLEAU 6**  
**Exemple d'analyse du devis expérimental**  
 Compilation par groupe-*Groupe 1\**

	Participants	Pondération après	Pondération avant	Total
<b>Nouvelle A</b>	1A	12	10	2
	1B	10	10	0
<b>Total de la nouvelle</b>				<b>2</b>
<b>Nouvelle B</b>	1A	13	9	4
	1B	15	10	5
<b>Total de la nouvelle</b>				<b>9</b>
<b>Cote totale du changement</b>				<b>11</b>

*\*exposé aux nouvelles A et B tirées du Téléjournal de Radio-Canada*

## 2.2 Présentation des résultats

Les *Tableaux 7 et 8* présentent les résultats obtenus par groupe suite aux devis « avant-après ». Les cotes de changement obtenues pour chaque participant ainsi que le total des cotes de changement obtenues pour chacune des nouvelles y sont notés. La cote de changement total du groupe est présentée dans la zone ombragée.

**TABLEAU 7**  
**Compilation des résultats du devis « avant-après »**  
**des participants du groupe 1<sup>53</sup> pour les nouvelles A et B (*Le Téléjournal*)**

	Participants	Pondération avant	Pondération après	Total
<b>Nouvelle A</b>	1A	7	8	1
	1B	8	8	0
	1C	11	11	0
	1D	5	5	0
	1E	5	8	3
	1F	13	15	2
	1G	18	16	2
<b>Total de la nouvelle A</b>				<b>8</b>
<b>Nouvelle B</b>	1A	11	12	1
	1B	4	10.5	6.5
	1C	17	19	2
	1D	9	11	2
	1E	19	20	1
	1F	20	20	0
	1G	18	17	-1 <sup>8</sup>
<b>Total de la nouvelle B</b>				<b>11.5</b>
<b>Cote de changement total</b>				<b>19.5</b>

<sup>53</sup> Les participants du groupe 1 ont visionné les nouvelles internationales sélectionnées du *Téléjournal*.

**TABLEAU 8**

**Compilation des résultats du devis « avant-après » des participants du groupe 2<sup>54</sup> pour les nouvelles A et B (*RDI Junior*)**

	Participants	Pondération avant	Pondération après	Total
<b>Nouvelle A</b>	2A	7	11	4
	2B	6	6	0
	2C	1	10	9
	2D	0	6	6
	2E	9	7	-2 <sup>55</sup>
	2F	9	7	-2
	2G	8	10	2
<b>Total de la nouvelle</b>				<b>17</b>
<b>Nouvelle B</b>	2A	7	11	4
	2B	4	9	5
	2C	5	12	7
	2D	3	9	6
	2E	16	16	0
	2F	14	17	3
	2G	17	18	1
<b>Total de la nouvelle</b>				<b>26</b>
<b>Cote de changement total</b>				<b>43</b>

<sup>54</sup> Les participants du groupe 2 ont visionné les nouvelles internationales sélectionnées de *RDI Junior*.

<sup>55</sup> Les résultats négatifs indiquent que le participant a indiqué moins d'éléments de connaissance dans son questionnaire « après » que dans son questionnaire « avant ». Bien que ses connaissances préalables n'ont certes pas disparues suite au visionnement du reportage, les chercheurs doivent tout de même considérer les réponses écrites sur les questionnaires afin de suivre la méthode du devis « avant-après » et la pondération accordée aux éléments de réponse.

On remarque toutefois que, pour certaines réponses du questionnaire « après », ces répondants ont seulement écrit les réponses du questionnaire « avant » qui étaient confirmées par l'information donnée dans le reportage visionné. Ce qui explique que certaines de leurs connaissances préalables n'ont pas été réinscrites lors de la complétion du questionnaire « après ».

### 2.3 Interprétation des résultats

Les résultats obtenus pour le devis « avant-après » démontrent que le groupe 2 a obtenu une cote de changement total plus élevée que le groupe 1. La différence de 23,5 points est considérable. Les résultats signifient que le groupe 2, exposé aux nouvelles internationales de *RDI Junior*, a acquis plus de connaissances par le visionnement de ces reportages que le groupe 1 exposé à celles du *Téléjournal*. Suite à l'analyse de contenu des nouvelles visionnées, nous sommes en mesure d'affirmer que les nouvelles de *RDI Junior* présentent plus d'éléments de vulgarisation que celles du *Téléjournal*. Bref, selon les résultats obtenus pour cette étude, les nouvelles les plus vulgarisées sont celles qui ont permis davantage l'acquisition de connaissances des jeunes adultes québécois participants. Nous reviendrons sur ces résultats un peu plus loin dans la discussion des résultats.

### 3- Entrevues téléphoniques

Les entrevues téléphoniques permettent d'obtenir de l'information complémentaire aux connaissances des participants, soit en ce qui a trait à leurs intérêts, leurs habitudes et leurs moyens d'informations. Ces informations complètent les résultats obtenus aux étapes précédentes et permettent une meilleure interprétation et discussion des résultats.

La présentation de ces résultats se fera en trois temps. D'abord, le total des cotes de changements obtenues lors du devis *avant-après* des deux nouvelles est repris pour chaque participant dans le **Tableau 9**. Ensuite, les réponses à l'entrevue téléphonique sont retranscrites dans le tableau. Une première colonne reprend les réponses regroupées sous le

thème de l'actualité générale et dans une deuxième celles qui se retrouvent sous le thème de l'information internationale. Ainsi, le tableau ci-dessous met en lien les connaissances acquises par le participant (représentées par ses cotes de changements) avec ses intérêts et ses habitudes en matière d'information.

**TABLEAU 9**

**Présentation des cotes de changement total pour chaque participant et leurs intérêts et habitudes d'information**

Parti- cipant	Total des cotes de change- ment	Actualité générale			Actualité internationale	
		Intérêt principal	Médias d'information préférés	Élément télévisuel suscitant le plus intérêt dans une nouvelle	Intérêt exprimé envers l'information internationale	Média d'information préférés
<b>1A</b>	2	Les faits divers <b>Raison</b> : plus locale, plus près de chez moi	télévision	Les images	Aucun <b>Raison</b> : moins au courant, trop loin	
<b>1B</b>	6.5	La politique <b>Raison</b> : je vote	Aucun Ne suit pas l'actualité	Les témoins interrogés	Aucun <b>Raison</b> : ne prend pas le temps	
<b>1C</b>	2	La politique <b>Raison</b> : mon domaine professionnel	Presse écrite	Les explications sur l'événement	Oui	Les sites Internet de chaînes télévisées <b>Raison</b> : plus d'information et d'archives
<b>1D</b>	2	Les arts et divertissements <b>Raison</b> : j'aime me tenir au courant du cinéma, des concerts	Télévision	Les conséquences de l'événement sur ma vie	Oui	La télévision <b>Raison</b> : les images

Parti- cipant	Actualité générale				Actualité internationale	
	Total des cotes de change- ment	Intérêt principal	Média d'information préfére	Élément télévisuel suscitant le plus intérêt dans une nouvelle	Intérêt exprimé envers l'information internationale	Média d'information préfére
1E	4	La politique <b>Raison</b> : touche toute la population	Télévision	Les images	Oui	La télévision <b>Raison</b> : plus pratique que la lecture
1F	2	La politique <b>Raison</b> : beaucoup d'influence sur les changements de société	Télévision	Les explications fournies sur l'événement	Oui	La télévision <b>Raison</b> : plus facilement accessible
1G	1	Les sports <b>Raison</b> : plus de sensations fortes	Télévision	Les images	Oui	La télévision <b>Raison</b> : Les images
2A	8	Les arts et le divertissement <b>Raison</b> : pour me divertir et amour de la culture	Télévision	Les images	Non <b>Raison</b> : souvent trop politique et non intéressé par la politique	
2B	5	La politique <b>Raison</b> : en lien avec mes études	Télévision	Les explications fournies sur l'événement	Oui	Internet <b>Raison</b> : Information plus complète Accès facile
2C	16	La politique <b>Raison</b> : Lieu de résidence est Ottawa et la politique est importante dans cette région	Télévision	Les explications fournies sur l'événement	Oui	La télévision <b>Raison</b> : les images

Parti- cipant	Actualité générale				Actualité internationale	
	Total des cotes de change- ment	Intérêt principal	Média d'information préfére	Élément télévisuel suscitant le plus intérêt dans une nouvelle	Intérêt exprimé envers l'information internationale	Média d'information préfére
<b>2D</b>	12	Les sports <b>Raison</b> : il est un sportif	Télévision	Les conséquences de l'événement sur ma vie	Non <b>Raison</b> : pas le temps	
<b>2E</b>	-2	La politique <b>Raison</b> : sens de l'implication, revient au domaine public	La télévision sur Internet	Les explications fournies sur l'événement	Oui	La télévision <b>Raison</b> : bulletins d'information plus internationaux
<b>2F</b>	1	La politique <b>Raison</b> : c'est notre argent qui est gérée pour notre pays	Radio	Des personnalités publiques connues	Oui	Télévision <b>Raison</b> : les images représentent mieux les pays moins connus
<b>2G</b>	3	Les sports <b>Raison</b> : intérêt personnel et diversité	Internet	Les explications fournies sur l'événement	Oui	Internet <b>Raison</b> : accès facile et information plus complète

### **3.1 Interprétation des résultats**

#### ***3.1.1 Les cotes de changements et les intérêts des participants en matière d'information***

En se référant aux résultats inscrits dans le tableau précédent, on remarque que 57% des participants ont indiqué s'intéresser davantage à l'actualité politique des bulletins de nouvelles qu'à d'autres types d'information. Les autres participants ont indiqué s'intéresser davantage aux sports (21%), aux arts et au divertissement (14%) et aux faits divers (7%). Il n'est pas possible de faire des liens directs entre certains intérêts en matière d'actualité et les connaissances préalables ou même les connaissances acquises des participants. Par exemple, parmi les participants ayant répondu être davantage intéressés par la politique, un participant a obtenu une pondération totale de 33 sur 40 dans les questionnaires « avant » tandis qu'un autre a obtenu 6 sur 40 pour les mêmes questionnaires. Ainsi, pour cette recherche, les résultats obtenus ne permettent pas de conclure que les intérêts en matière d'actualité et les connaissances ou l'acquisition de connaissances des participants soient reliés. On remarque aussi que 71% (10 participants) ont répondu avoir un intérêt pour l'information internationale. Il n'est toutefois pas possible de faire un lien direct entre les cotes de changement des participants et leur intérêt pour ce type d'information.

#### ***3.1.2 Les cotes de changements et les habitudes d'information des participants***

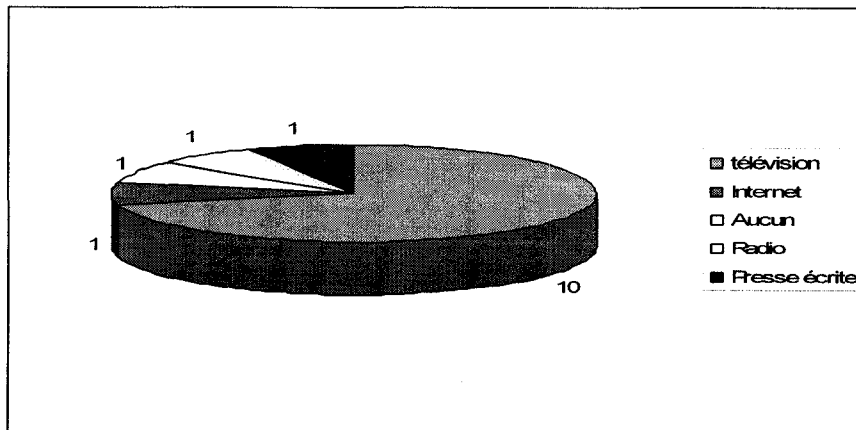
Tel qu'illustré au **Graphique 1**, le médium d'information général préféré des participants, est la télévision pour la majorité (71%). Au second rang se classe Internet avec 14%. Il est pertinent de remarquer qu'un participant a indiqué qu'il préférerait s'informer par la télévision sur Internet. Cela remet en question la définition d'un médium d'information étant donné qu'Internet peut être à la fois un médium d'information et un support pour les autres médias,

soit la radio, la télévision et la presse écrite. Un seul participant a indiqué ne pas suivre l'actualité du tout. Les autres médias préférés, dans une proportion de 7% chacun, sont la radio et la presse écrite. Encore une fois, les résultats obtenus ne permettent pas d'établir un lien entre les préférences des médias d'information et les cotes de changement obtenues.

Dans un deuxième temps, de façon plus spécifique, le *Graphique 2* présente le médium favorisé lorsqu'il s'agit d'information internationale. Au niveau de l'actualité en général, il est intéressant d'observer la prédominance de la télévision (83%) tandis que seul un participant a indiqué sa préférence pour Internet. De plus, un seul participant a indiqué préférer la presse écrite pour s'informer en général mais se dirige toutefois vers les sites Internet de chaînes télévisées pour obtenir de l'information internationale. Notons que dans seulement 50% des cas (7), le médium préféré pour l'actualité en général est le même que pour celui de l'information internationale et correspond à la télévision. Pour 21% des participants, Internet est le médium par excellence lorsqu'il s'agit d'information internationale. De ce nombre, seuls 7% avaient identifié ce même médium pour l'actualité en général. On remarque une mince différence entre les médias préférés pour l'information internationale du Groupe 1 et du Groupe 2.

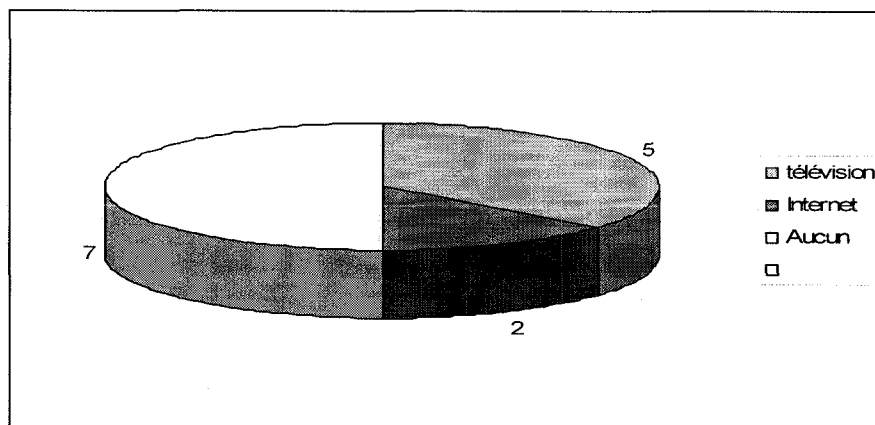
### GRAPHIQUE 1

**Le médium d'information général préféré des participants**

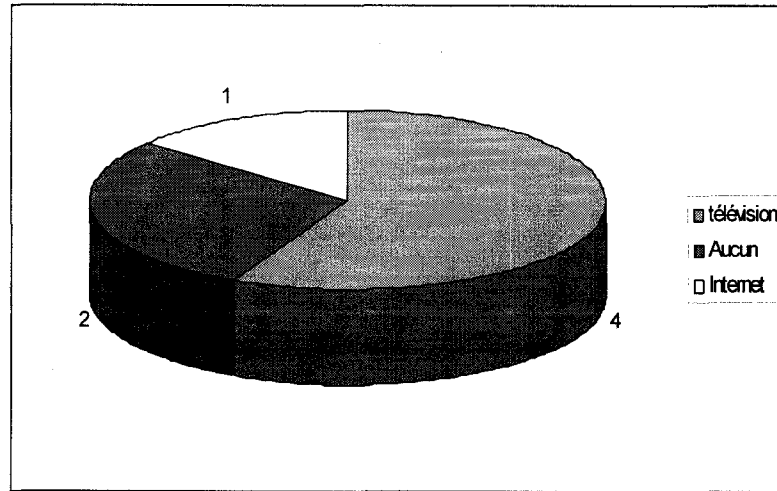


### GRAPHIQUE 2

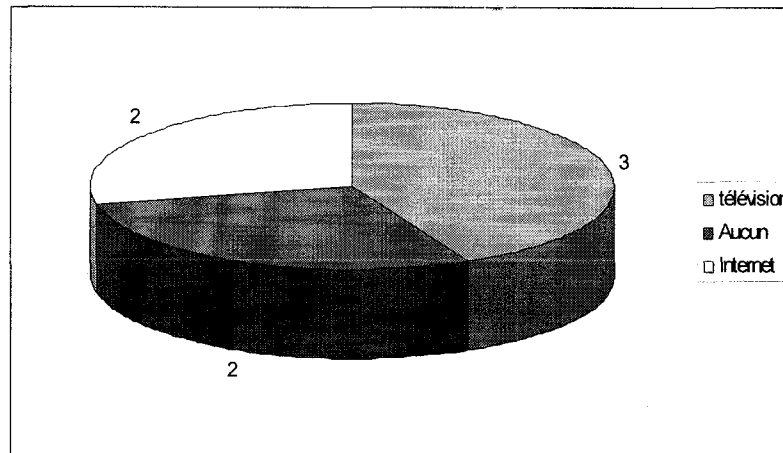
**Le médium d'information internationale préféré des participants**



**GRAPHIQUE 2.1**  
**Le médium d'information internationale préféré du Groupe 1 (*Téléjournal*)**



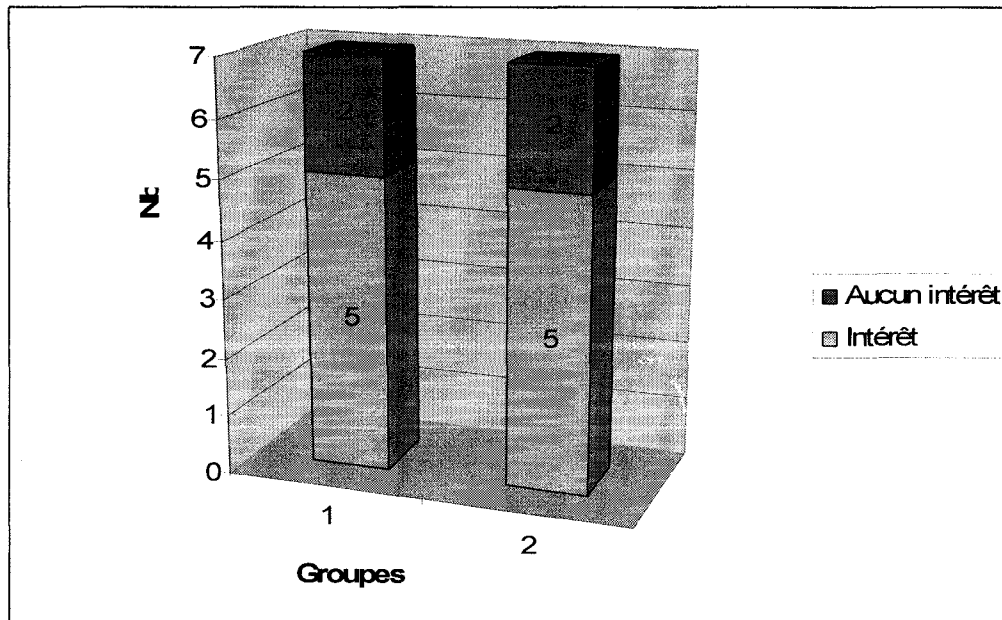
**GRAPHIQUE 2.2**  
**Le médium d'information internationale préféré du Groupe 2 (*RDI Junior*)**



Le *Graphique 3* illustre que chaque groupe comprenait le même nombre de participants intéressés et non intéressés à l'information internationale. Ainsi, l'intérêt moyen du groupe envers les nouvelles de type internationales n'a eu aucune influence sur la moyenne de l'acquisition de connaissances des groupes.

### GRAPHIQUE 3

**L'intérêt manifesté pour l'information internationale chez les Groupe 1 et 2**

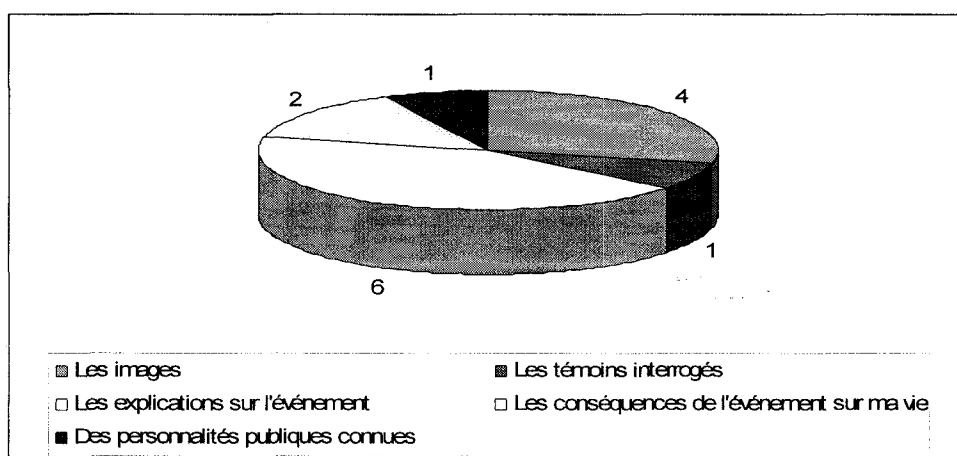


Une question complémentaire de l'entrevue téléphonique interrogeait le participant sur l'élément du traitement d'une nouvelle à la télévision qui suscitait le plus son intérêt. En majorité, 43% des participants ont répondu qu'il s'agissait des explications fournies sur l'événement tandis que 29% y ont indiqué qu'il s'agissait des images. Ce résultat est très pertinent car il indique, dans ce cas précis, que les jeunes adultes de notre étude sont plus intéressés à comprendre la nouvelle qu'à en être seulement témoins par les images présentées. Quatorze pourcent ont répondu que les conséquences de la nouvelle sur leur vie

est l'élément qui suscite le plus leur intérêt alors que les témoins interrogés et les personnalités publiques obtiennent chacun 7%. Toutefois, en comparant les cotes de changement et ces réponses, on remarque qu'il n'y a aucun lien entre les éléments du traitement d'information qui intéressent le plus les participants et l'acquisition de connaissances.

#### GRAPHIQUE 4

##### L'élément télévisuel suscitant le plus d'intérêt dans une nouvelle pour les participants



#### 4- Informations sur les participants suite au questionnaire de présélection

À titre d'information complémentaire, il est pertinent de dresser un portrait des participants d'après les réponses obtenues aux questionnaires de présélection et les présenter en parallèle avec le total de leurs cotes de changement du devis *avant-après* ainsi qu'avec les réponses de l'entrevue téléphonique. Compte tenu que tous les participants retenus ont comme langue maternelle le français et habitent le Québec depuis plus d'un an, le *Tableau 10* porte plutôt sur leur âge, leur sexe, leur niveau d'études complétées et la chaîne d'information télévisée qu'ils regardent le plus.

**TABLEAU 10****Moyenne de cotes de changement par niveau de scolarité**

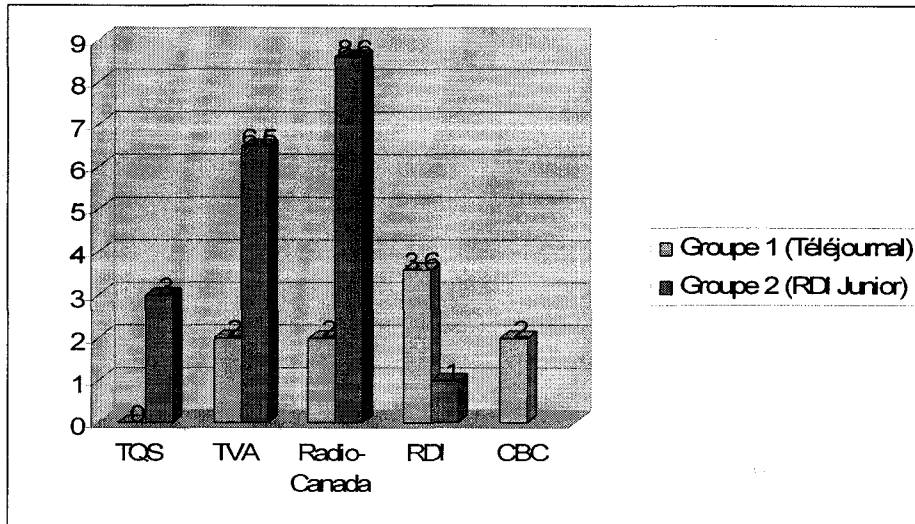
<b>Niveau d'étude complété</b>	<b>Moyenne de cotes de changement</b>
Collégiale/Cégep*	1,5
Premier cycle universitaire	5,2
Deuxième cycle universitaire	2
Aucun post-secondaire*	5

*\* Les participants ayant complété un niveau d'études collégiales sont présentement aux études au premier cycle universitaire.*

Finalement, il est pertinent de présenter les résultats de la moyenne de cote de changement de chaque groupe et ceux de leur préférence en matière d'information télévisée. On peut se demander si l'habitude de s'informer à une chaîne télévisée présentant un traitement de l'information qui lui est propre, influence l'acquisition de connaissances des participants. Le **Graphique 5** présente, par groupe, les moyennes de cote de changement par chaîne télévisée favorite. La moyenne la plus élevée se retrouve chez les habituées de Radio-Canada du Groupe 2 (ces derniers ayant visionné les nouvelles du *RDI Junior* de RDI) tandis que la moyenne la plus élevée du Groupe 1 (ayant visionné le *Téléjournal* de Radio-Canada) est de celle préférant la chaîne de nouvelles RDI.

### GRAPHIQUE 5

Moyenne de cote de changement par chaîne de télévision regardée  
chez les Groupe 1 et 2



## 5- La discussion des résultats

Rappelons que l'hypothèse principale suivante était posée : *Le traitement de l'information internationale présentée à des adultes québécois dans le cadre du Téléjournal de Radio-Canada permet peu l'acquisition de connaissances sur les enjeux internationaux pour les publics ayant très peu ou peu de connaissances préalables sur le contexte de l'événement.*

**Les résultats du devis « avant-après » confirment cette hypothèse.** Le *Tableau 11* présente les participants ayant visionné les deux nouvelles internationales tirées du *Téléjournal* de Radio-Canada, c'est-à-dire le groupe 1. Précisons que la pondération indiquée pour les questionnaires est le total des pondérations pour les nouvelles A et B. Ainsi, plus le questionnaire « avant » est faible, plus leur niveau de connaissances préalables sur le contexte des pays et des événements est faible. Ceux ayant obtenu la pondération totale la plus faible sont identifiés dans les zones ombragées. De plus, leurs niveaux de connaissances préalables, établis en suivant l'échelle de gradation présentée précédemment, y sont inscrits.

**TABLEAU 11**

**Pondération et niveaux des connaissances pour le questionnaire « avant » et cotes de changement des participants du groupe 1<sup>56</sup> pour les nouvelles A et B**

Participants	Pondération avant	Niveau de connaissances préalables	Cotes de changement	Niveau de connaissances acquises
1A	18	peu	2	Très peu
1B	12	peu	6.5	Très peu
1C	28	élevé	2	Très peu
1D	14	peu	2	Très peu
1E	24	élevé	4	Très peu
1F	33	Très élevé	2	Très peu
1G	36	Très élevé	1	Très peu

Ces résultats démontrent que les participants qui avaient peu de connaissances préalables ont acquis très peu de connaissances en visionnant les nouvelles internationales du *Téléjournal*. Ainsi, ces résultats viennent confirmer l'hypothèse principale de cette étude. Dans le contexte de cette recherche, nous pouvons donc affirmer que le traitement de l'information internationale présentée à des jeunes adultes québécois dans le cadre du *Téléjournal* de Radio-Canada permet peu l'acquisition de connaissance sur les enjeux internationaux pour les publics ayant très peu ou peu de connaissances préalables sur le contexte de l'événement.

On peut alors se demander ; quels sont les éléments de traitement de l'information qui ont nui à l'acquisition des connaissances ? Camille Laville (2003) explique que les

<sup>56</sup> Les participants du groupe 1 ont visionné les nouvelles internationales sélectionnées du *Téléjournal*.

caractéristiques spécifiques de l'information internationale font en sorte que, très souvent, les événements présentés sont *décontextualisés*. Laville (2003) insiste sur l'importance de « donner une explication de ce qui est local dans l'international, de ce qui est international dans le local » (p. 38). Elle interpelle la nécessité de la glocalisation de l'information internationale. En résumé, par glocalisation, Laville suggère ce que Mercier (1996) décrit comme les repères culturels communs, c'est-à-dire que les journalistes de télévision doivent choisir des repères culturels communs afin de pouvoir produire un message facilement « déchiffrable et évocateur » (p. 226). On pourrait même avancer que la glocalisation de l'information est synonyme de la vulgarisation de l'information tant les deux pratiques ont les mêmes objectifs ainsi que les mêmes techniques pour les atteindre. Dans le contexte de cette étude, les journalistes du *Téléjournal* ont-ils réussi à jeter des ponts entre eux et leur public pour y établir un sens commun ? Dans un premier temps, on peut se demander si les nouvelles internationales du *Téléjournal* sont assez vulgarisées et, dans un deuxième temps, si la vulgarisation de l'information internationale favorise l'acquisition de connaissances pour les téléspectateurs.

Afin de vérifier le degré de vulgarisation des nouvelles internationales du *Téléjournal*, il était important de pouvoir identifier le nombre de fois que des techniques de vulgarisation étaient utilisées à l'intérieur de chaque nouvelle. C'est ce que l'analyse de contenu nous a permis de faire. Les résultats de cette analyse démontrent qu'en moyenne, pour les deux nouvelles du *Téléjournal*, moins d'un élément de vulgarisation (0,8 et 0,4) est utilisé par télesyntaxme, c'est-à-dire par unité de sens. Dans les deux cas, cela correspond à une moyenne de 0,1 élément de vulgarisation par seconde de diffusion. Sans élément de comparaison, il serait toutefois difficile d'établir s'il s'agit d'un niveau faible, moyen ou élevé de vulgarisation.

C'est en comparant ces résultats avec ceux obtenus pour les nouvelles internationales de *RDI Junior* que cette attribution peut se faire. En effet, la première nouvelle de *RDI Junior* présente 1,7 et la deuxième 0,9 élément de vulgarisation par unité de sens, ce qui correspond à 0,3 et 0,2 élément de vulgarisation par seconde. On peut donc affirmer que les nouvelles internationales du *Téléjournal* sont peu vulgarisées en comparaison avec celles de *RDI Junior*.

Est-ce que le degré de vulgarisation plus faible des nouvelles du *Téléjournal* affecte l'acquisition de connaissances des publics visés? Comme le démontrent les résultats des devis expérimentaux dans les tableaux suivants, on remarque que l'acquisition des connaissances est plus importante pour le groupe ayant visionné les nouvelles de *RDI Junior*, soit les traitements d'information utilisant le plus de techniques de vulgarisation. Plus précisément, pour revenir à l'hypothèse principale, les participants ayant peu ou très peu de connaissances préalables sur le contexte de la nouvelle ont acquis plus de connaissances en visionnant les nouvelles internationales de *RDI Junior* que ceux ayant visionné celles du *Téléjournal*. Rappelons qu'une des hypothèses secondaires de cette recherche supposait que l'information internationale présentée au *Téléjournal* de Radio-Canada n'est pas assez vulgarisée et que conséquemment, les téléspectateurs y acquièrent moins de connaissances. Dans le contexte de cette étude, cette hypothèse est confirmée. Nous pouvons donc affirmer que la vulgarisation de l'information internationale favorise l'acquisition de connaissances. Tel que mentionné dans le Chapitre 2, la vulgarisation rejoint le concept de la glocalisation dans la poursuite d'un objectif; celui de faciliter la compréhension et capter l'intérêt du public sur ce qui, a priori, lui était en partie ou totalement étranger. Les résultats de cette recherche remettent en doute l'efficacité du *Téléjournal* à faciliter l'acquisition de nouvelles

informations pour les jeunes adultes québécois. On peut alors se questionner sur la définition que donne le *Téléjournal* à « émission d'information ». Jacques Siracusa (2001) expliquait que la définition même des actualités télévisées orientait plusieurs travaux. C'est en fait cette définition qui a initié la présente étude. Si, tel que le précise Siracusa (2001), « l'objectif revendiqué par les journalistes est d'informer le public et de remplir une fonction sociale, politique ou morale » (p.12), on peut douter de l'atteinte de l'objectif « informatif » des journalistes du *Téléjournal* de Radio-Canada...

Il est aussi pertinent de noter que la majorité des techniques de vulgarisation utilisées par *RDI Junior* se situent sur la bande visuelle, c'est-à-dire que leur bande visuelle contient plus d'éléments de vulgarisation que celle du *Téléjournal*. C'est en fait ce que précise Mercier (1996) en définissant l'importance du sens commun. Il explique que l'image a un rôle de premier plan en vulgarisation parce qu'elle donne une impression de transparence et d'accessibilité. Ces deux caractéristiques sont en fait deux principales qualités du sens commun décrit par Geertz (1986). Il ajoute à ces dernières le naturel, l'esprit pratique et la simplicité et rappelle que l'explication doit utiliser la description de faits de tous les jours pour que tous et chacun puissent comprendre la réalité. Le traitement de l'information de *RDI Junior* utilise ce type d'exemples, chose que le *Téléjournal* ne fait pas. En étirant ses reportages par des témoignages et des discussions entre le lecteur de nouvelles et le reporter, le *Téléjournal* manque-t-il à son devoir d'informer? Les résultats de cette étude suggèrent que le traitement concis de l'information internationale qui met l'accent sur l'explication par l'image et par le texte informe davantage les jeunes adultes québécois que le traitement misant sur l'interaction et l'émotion.

Enfin, la dernière hypothèse secondaire suppose que la vulgarisation utilisée dans le traitement de l'information internationale est un des facteurs qui permettent d'empêcher la division du public en deux groupes : ceux qui ont et ceux qui n'ont pas de connaissance sur les enjeux internationaux, et ce, peu importe leur niveau d'éducation. Afin de vérifier cette hypothèse, on doit évidemment considérer les résultats du devis expérimental obtenus pour le groupe ayant visionné les nouvelles de *RDI Junior*, étant donné qu'elles utilisent davantage d'éléments de vulgarisation que celles du *Téléjournal*.

Rappelons que certaines caractéristiques sociales des participants étaient pré-requises dans les critères de sélection. Les participants devaient avoir le français comme langue maternelle et résider dans la province de Québec. Le fossé de connaissance énoncé dans l'hypothèse secondaire ci-haut nous questionne sur la pondération « après » du devis expérimental. Moins il y a de différence entre les pondérations « après » des participants, moins l'écart est grand entre ceux qui ont et ceux qui n'ont pas de connaissance sur le contexte de l'enjeu international. D'abord, on remarque que, malgré la vulgarisation des nouvelles, il existe un écart dans les résultats finaux. En effet, la pondération totale « après » de 57 % des participants se situe entre 9 et 12 tandis que celle de 43% des participants se situe entre 16 et 18. Cet écart est considérable. Toutefois, il est important de mentionner que 3 des 4 participants ayant la plus faible pondération totale « après » (entre 9 et 12) sont aussi ceux qui ont obtenu les cotes de changement les plus élevées des deux groupes. On peut ainsi dire que le traitement des nouvelles de *RDI Junior* a contribué à diminuer le fossé de connaissances entre les deux groupes sans toutefois l'éliminer complètement. Toutefois, les résultats obtenus ne permettent pas de faire un lien entre le niveau d'éducation des

participants et leur acquisition de connaissances. Le seul participant n'ayant pas complété son éducation post-secondaire a obtenu la même pondération « après » qu'un participant ayant complété son premier cycle et celui détenant un diplôme collégial a une des pondérations « après » les plus élevée du groupe. Ainsi, on peut conclure que le traitement des nouvelles de *RDI Junior* a contribué à diminuer le fossé de connaissances entre ceux qui ont et ceux qui n'ont pas de connaissances sur les enjeux internationaux, et ce peu importe leur niveau d'éducation.

## **6- Conclusion sommaire**

### **6.1 Évaluation de la démarche**

#### **6.1.1 Analyse de contenu**

Bien que l'analyse de contenu permette « le traitement de grandes quantités d'information et économise temps et argent » (Laramée et Vallée, 1991, p. 261), elle suggère la subjectivité d'abord dans le choix des éléments d'analyse et dans la sélection des contenus. Rappelons que les faiblesses principales de l'analyse de contenu « sont relatives à la fiabilité et à la validité [...] » (Laramée et Vallée, 1991, p. 261). Ainsi, afin de réduire le degré de subjectivité au maximum, les catégories d'analyse ont été définies le plus précisément possible. Toutefois, il est important de rappeler que cette analyse de contenu considère le texte narratif des nouvelles comme l'élément sémiologique principal du reportage. C'est pourquoi le visuel est défini comme un support au texte et non pas comme un élément sémiologique en lui-même. Par contre, les chercheurs reconnaissent très bien que la bande visuelle a aussi une fonction informative et ce, même isolée du texte. Toutefois, ne pas

analyser l'image comme un élément de sens en lui-même est un choix conscient et calculé qui assure la précision de l'objet de cette recherche et empêche que-la sémiotique et l'esthétique de l'image aient à être analysées. À eux seuls, ces aspects complexes pourraient se prêter à un tout autre objet de recherche.

### **6.1.2 Devis expérimental « avant-après »**

#### ***La sélection des participants***

Suite au questionnaire de sélection des participants, peu de répondants correspondaient aux critères de sélection pré-établis. De plus, trop peu de répondants sélectionnés ont exprimé leur désir de participer à l'étape suivante de la recherche, soit le visionnement des nouvelles. Ces défis de recrutement de participants ont nécessité l'utilisation de la méthode « boule de neige ». Ainsi, la chercheuse s'est trouvée à demander aux participants ayant accepté de participer s'ils connaissaient des gens correspondants aux critères de sélection et potentiellement intéressés à participer à cette recherche. Les résultats de cette technique se sont révélés positifs. On note que la difficulté rencontrée pour le recrutement des participants s'explique par :

- 1) le fait que la plupart des répondants au questionnaire de sélection ne correspondaient pas aux critères pré-établis de la recherche ;
- 2) le fait que parmi les « éligibles », la majorité ne désiraient pas participer à la prochaine étape, soit le visionnement des nouvelles ;
- 3) le fait que, parmi ceux ayant exprimé leur désir de participer, plusieurs n'ont pas donné suite à la demande de participation.

Par conséquent, le recrutement des participants a dû se faire en plusieurs étapes sur une période de 4 semaines.

### *Les groupes et le visionnement des nouvelles*

Les visionnements ont dû se faire en sous-groupes en raison des différentes disponibilités des participants. Toutefois, tous les visionnements ont eu lieu dans le même local assurant ainsi un contrôle sur le contexte de l'écoute, du moins sur l'environnement physique. À noter que le nombre de personnes présentes dans la salle de visionnement des nouvelles peut aussi être un facteur dans ce contexte d'écoute et, par conséquent, sur les résultats de l'expérimentation. Dans certains cas, la dynamique des sous-groupes a pu s'avérer favorable ou défavorable pour les participants.

### *Le contexte de l'expérimentation*

Parce que le questionnaire distribué « avant » le visionnement interroge sur des éléments précis, il est possible que, lors du visionnement, le participant ait porté plus d'attention à ces éléments de la nouvelle (lorsque présents) qu'à d'autres. Il n'aurait peut-être pas été aussi attentif à ces éléments que s'il avait visionné la nouvelle dans un autre contexte. Comme l'indiquent Selltiz, Wrightsman et Cook (1977), il est possible que des interactions s'insèrent entre la première mesure et la variable expérimentale.

*Le fait d'être interrogé sur des attitudes ou des sujets tels la guerre peut faire en sorte que le participant porte une attention particulière à ces questions et peut être plus attentif et plus sensibilisé par ces thèmes lors du visionnement que s'il n'avait subi aucune interrogation précédente (Selltiz, Wrightsman et Cook, 1977, p. 139).*

Rappelons aussi que, dans la vie quotidienne, le contexte de la réception des nouvelles télévisées est habituellement domestique. Bref, assis dans son salon, le participant n'aurait

pas nécessairement acquis les connaissances qu'il a acquises lors du visionnement et ce même en écoutant la même nouvelle.

En conclusion, les hypothèses avancées sont confirmées suite aux résultats obtenus à l'exception d'une des hypothèses secondaires. Cette dernière suggérait que la vulgarisation de l'information élimine le fossé de connaissance entre les jeunes adultes québécois ayant un niveau de connaissance préalable élevé sur les enjeux internationaux et ceux ayant un niveau plus faible. Notons toutefois que les résultats démontrent que la vulgarisation de l'information internationale réduit considérablement cet écart.

Bref, suite au visionnement des nouvelles, un traitement de l'information internationale utilisant davantage de techniques de vulgarisation a permis aux jeunes adultes québécois de cette étude d'acquérir plus de connaissances. *RDI Junior*, une émission s'adressant à un public âgé de 9 à 12 ans, favorise davantage l'acquisition de connaissances pour les adultes âgés de 18 à 30 ans que le *Téléjournal* de Radio-Canada. Radio-Canada manque-il ainsi l'occasion de vraiment informer les jeunes adultes du Québec?

## CONCLUSION

Pour conclure cette thèse de maîtrise, il importe, dans un premier temps, de revenir sur l'objectif principal de cette étude qui proposait d'étudier la réception (plus précisément l'acquisition de connaissances sur les enjeux internationaux) de l'information internationale diffusée à la télévision de Radio-Canada. Bref, l'objectif ultime était d'étudier les liens possibles entre les traitements de l'information internationale du *Téléjournal* et de *RDI Junior* et l'acquisition de connaissances des jeunes adultes québécois sur les enjeux traités. En supposant que la vulgarisation de l'information internationale favorise l'acquisition de connaissances, la chercheure cherchait d'abord à vérifier si le *Téléjournal* de Radio-Canada est suffisamment vulgarisé pour les jeunes adultes québécois. Pour ce faire, la chercheure a d'abord procédé à des analyses de contenu, par la méthode de télévisualisation de de Bonville et Vermette (1989) pour deux nouvelles internationales tirées des bulletin de nouvelles du *Téléjournal* et de *RDI Junior*. Les éléments de vulgarisation du texte narratif et de la bande visuelle ont ainsi été ressortis et dénombrés. Ainsi, il s'est révélé que les nouvelles les plus vulgarisées provenaient de *RDI Junior*.

Ensuite, quatorze jeunes adultes québécois francophones et âgés entre 18 et 30 ans ont été sélectionnés. De ces derniers, deux groupes de sept ont été formés. C'est à cette étape de l'étude que la chercheure a utilisé la méthode du devis expérimental « avant-après ». Encadrés par cette méthode, un groupe a visionné les nouvelles internationales provenant du *Téléjournal* et l'autre groupe celles provenant de *RDI Junior*. Le devis expérimental « avant-après » nous a permis de mesurer l'acquisition de connaissances de chaque groupe. Ainsi, la

chercheure a d'abord identifié les connaissances préalables des participants sur le contexte du pays et de l'enjeu des nouvelles présentées, soit le tremblement de terre au Pakistan et le procès de Saddam Hussein. En utilisant des questionnaires identiques « avant » le visionnement et « après » le visionnement, il fut possible d'identifier et de dénombrer les connaissances acquises suite au visionnement. Les résultats révèlent que le groupe ayant visionné les nouvelles de *RDI Junior*, qui sont aussi les nouvelles les plus vulgarisées, a acquis davantage de connaissances que l'autre.

En dernier lieu, une entrevue téléphonique interrogeant les participants sur leurs préférences, intérêts et habitudes en matière d'information internationale a assuré une triangulation des méthodes. Toutefois, aucun des résultats de l'entrevue téléphonique nous a permis de faire des liens entre l'acquisition de connaissances et les préférences, intérêt et habitudes des participants en matière d'information et d'actualité internationale.

Bref, les résultats de l'analyse de contenu et du devis expérimental confirment l'hypothèse principale de recherche : Le traitement de l'information internationale présentée à des jeunes adultes québécois dans le cadre du *Téléjournal* de Radio-Canada permet peu l'acquisition de connaissances sur les enjeux internationaux pour les publics ayant très peu ou peu de connaissances préalables sur le contexte de l'événement.

Bien que ces conclusions ne sont pas généralisables et sont ainsi restreintes au contexte de cette étude, il n'en reste pas moins qu'elles sont inquiétantes et questionnent à la fois l'objectif du *Téléjournal* de Radio-Canada et ses techniques de traitement de l'information internationale. Alors, si l'émission d'information de la chaîne publique ne permet pas

l'acquisition de connaissances sur les enjeux internationaux, on peut se demander comment et par quel médium les jeunes adultes québécois deviendront des citoyens informés sur le monde. Certains concepts théoriques présentés dans cette étude peuvent ainsi être considérés comme des pistes de solution favorisant l'acquisition de connaissances. La glocalisation de l'information, c'est-à-dire l'utilisation de l'information qui est locale dans le global et ce qui est globale dans le local, vise dans un premier temps à vulgariser l'information pour ensuite capter l'intérêt du public envers ce qu'il se passe loin de chez lui. Considérant que les communautés ethnoculturelles du Canada sont de plus en plus nombreuses et diversifiées, il est de plus en plus facile d'ajouter une valeur locale à l'information internationale. Les journalistes du *Téléjournal* de Radio-Canada auraient donc avantage à traiter l'information internationale en « glocalisant ».

Rappelons que, selon le profil des téléspectateurs québécois du *Téléjournal*, la majorité des fidèles de l'émission ont plus de 60 ans. Si le *Téléjournal* ne parvient pas à atteindre le jeune public adulte ou même à l'informer, il est fort probable que ce public s'informerait ailleurs. Ce qui soulève une incertitude sur l'avenir du bulletin d'information de Radio-Canada dans les prochaines années. On peut alors se demander comment, par quel moyen ou à quel endroit les jeunes adultes vont chercher leur information. Est-ce que ces choix sont guidés par un traitement de l'information favorisant l'acquisition de connaissances? Se peut-il que ce public ne recherche pas à acquérir des connaissances en écoutant la télévision mais cherche à combler d'autres besoins? Se tournent-ils davantage vers les chaînes privées, les chaînes d'information en continu ou encore vers Internet?

## **ANNEXES**

**ANNEXE 1**  
**Définition des catégories d'analyse**  
*Les topiques*

**Agent**

Martin-Lagarette (1994) définit l'agent comme celui qui répond à la question « qui ». Il s'agit du sujet de l'information, soit l'individu qui a entrepris une action ou fait une déclaration ; un événement qui a eu lieu (manifestation politique ou culturelle, décisions sociales, etc.); un fait (le coût de la vie a augmenté de tant, un vol a été commis, etc.) (p. 36).

**Texte narratif**

- **L'agent du texte narratif** est défini comme le sujet de l'énoncé, de la même façon qu'il le serait dans l'analyse logique grammaticale.

*Exemple : La Chine est en alerte, l'agent identifié est **la Chine**.*

**Note :** Si le sujet est un pronom ou un article se rapportant à un objet absent dans l'énoncé, cet objet (si mentionné précédemment dans le texte narratif) sera identifié entre parenthèses.

*Exemple : Celui-ci (l'accusé) s'est défendu du mieux qu'il (l'accusé) pouvait.*

**Bande visuelle**

- **L'agent de la bande visuelle** est défini comme le sujet ou l'objet principal de l'image. Les agents peuvent aussi bien être un ou plusieurs individus qu'un ou plusieurs objets. Si plusieurs individus ou objets se retrouvent dans l'image, l'agent principal est identifié selon l'importance qu'il prend à l'écran (sa grosseur, l'avant-plan, etc.). Le texte graphique de la bande visuelle peut aussi identifier un individu ou une situation qui sera considéré comme un agent.

**Note :** Toutefois, tous noms, symboles ou lieux géographiques présentés ne sont pas considérés comme des agents car ils sont identifiés dans le topique Lieu. (Voir Lieu plus bas)

*Exemple :*



(<http://www.radio-canada.ca/jeunesse/rdijunior/fildepresse/index.shtml> , le 13 décembre 2005)

*Les agents : enfants de race noire et personnes de race blanche.*

## But

### Texte narratif seulement

Dans le **texte narratif**, le topique « but » est en fait l'objectif visé par l'action ou par l'état. Bref, c'est ce qui motive l'action posée. Il correspond à une proposition subordonnée généralement introduite par les prépositions « pour » et « afin que ».

**Note :** Il répond aussi à la question « pourquoi » mais dans le sens de « dans quel but » et non pas « pour quelle raison », ce dernier étant le topique cause.

*Exemple : Les enseignants font la grève pour protester contre les coupures du gouvernement.*

*But : pour protester contre les coupures du gouvernement*

**Note :** Si l'énoncé était *Les enseignants font la grève parce que le gouvernement a fait des coupures nous identifieront la proposition subordonnée comme topique de cause et non pas de but.*

## Cause

### Texte narratif seulement

Dans le **texte narratif**, la cause est la réponse à la question « pourquoi ». On pose ainsi la question : « Pourquoi cette action s'est-elle déroulée? ». Il s'agit de la raison du fait relaté (de l'action ou de l'état identifié). Ce topique est en fait une proposition subordonnée généralement introduite par une conjonction de subordination telle *car, parce que, pour*.

*Exemple : Les Australiens ont protesté toute la nuit devant l'hôtel parce qu'ils étaient insatisfaits des décisions.*

*Cause : parce qu'ils étaient insatisfaits des décisions*

## Condition

### Texte narratif seulement

Dans le **texte narratif**, la condition est sine qua non de l'action ou de l'état. Ce topique est généralement introduit par les conjonctions de subordination suivantes : *si, à condition que, à moins que, au cas où, avant que, dans la mesure où, pourvu que*.

*Exemple : Les secours se déploreront à condition qu'on ordonne le cessez-le-feu.*

*Condition : qu'on ordonne le cessez-le-feu.*

## Conséquence

### Texte narratif seulement

Dans le **texte narratif**, le topique de *conséquence* exprime l'effet de l'action ou le résultat de l'état. Ce topique est identifié par une proposition subordonnée ou un énoncé introduit par les conjonctions telles *donc, alors, c'est pourquoi, par conséquent*.

*Exemple : L'ONU a décidé de ne pas s'impliquer dans le conflit alors les troupes continuent d'attaquer.*

*Conséquence : alors les troupes continuent d'attaquer*

**Note :** Lorsque les phrases du texte narratif ne sont pas bien construites grammaticalement, le responsable de l'analyse devra se fier à la sémantique de l'unité d'analyse pour identifier les topiques.

### **État ou Action**

Selon de Bonville et Vermette (1989) l'action (état) est la réponse à la question « quoi ». Il s'agit de l'action effectuée par l'agent ou l'état de la situation identifiée comme l'agent.

### **Texte narratif**

L'action ou l'état est défini dans le cadre de l'analyse du **texte narratif** comme le verbe conjugué d'action ou le verbe conjugué d'état de l'énoncé.

*Exemple d'un verbe d'action : L'armée américaine rappelle ses troupes.*

*L'action : rappelle ses troupes.*

**Note :** On ajoutera à l'action le complément d'objet direct parce qu'il précise l'action et qu'il n'est pas identifié lors de l'analyse de contenu de la télévisualisation .

De plus, on considère comme topique *état* les verbes d'états et les verbes passifs.

*Exemple d'un état : La politique étrangère de ce pays pour des cas semblables n'est pas connue des leaders car il s'agit d'une situation inattendue.*

*L'état : n'est pas connue des leaders*

**Note :** La partie de l'énoncé « car il s'agit d'une situation inattendue » n'est pas considérée comme un verbe d'état car il est introduit par *car* qui amène une autre proposition circonstancielle de cause (voir le topique Cause). Ainsi toutes propositions subordonnées circonstancielles seront considérées comme un seul topique et non pas comme une phrase grammaticale dans laquelle plusieurs topiques pourraient se retrouver.

Pour le cas de tournures impersonnelles, le complément d'objet direct (si présent) sera alors considéré comme l'agent de la phrase et le verbe comme l'état d'être.

*Exemple : Il y a des morts.*

Agent : des morts

État : sont (là)

### **Bande visuelle**

Pour ce qui est de la **bande visuelle**, l'action est celle faite par l'agent et l'état est celui de l'agent.

*Exemple : À l'écran, on voit un homme qui parle.*

*Parce que l'homme avait été identifié comme l'agent, l'action devient : parle.*

*Exemple : Une séquence vidéo présente des cadavres étendus sur le sol et que les cadavres ont été identifiés comme agents de l'image, l'état serait : sont étendus sur le sol.*

## Lieu

Les auteurs de la méthode de télévisualisation (de Bonville et Vermette, 1989), indiquent que le topique « lieu » est celui qui répond à la question « où ». Martin-Lagarette (1994) précise en expliquant qu'il s'agit du pays, du département, de la ville, de l'établissement où se déroule l'action ou bien où se situe le sujet traité (p.36).

### Texte narratif

Ainsi, dans le **texte narratif**, les propositions circonstancielles de lieu seront identifiées comme les topiques « lieu ».

*Exemple : Au Liban, les femmes travaillent à la maison.*

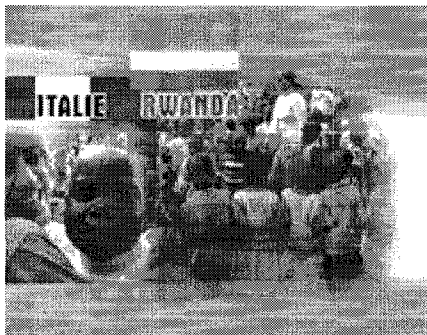
*Lieu : Au Liban*

*Lieu : à la maison*

### Bande visuelle

Sur la **bande visuelle**, l'identification de lieu correspond à toutes images ou textes graphiques symbolisant un lieu, des limites géographiques, des pays et ce, même s'ils sont les seuls objets de l'image.

*Exemple :*



*(<http://www.radio-canada.ca/jeunesse/rdijunior/fildepresse/index.shtml> , le 13 décembre 2005)*

*Lieu : Texte graphique : Italie et Rwanda*

*Lieu : Image graphique (drapeaux) : Italie et Rwanda*

## Mesure

Les adjectifs quantitatifs tels beaucoup, quelques, certains, plusieurs, une majorité, etc. ne sont pas considérés comme des topiques mesure dans cette étude. Ces adjectifs seront ajoutés aux topiques qu'ils qualifient. Toutefois, les adjectifs dizaines, milliers, vingtaines ainsi que les nombres qui quantifient l'information sont considérés comme des indicatifs de mesure.

## Moyen

### Texte narratif seulement

Dans le **texte narratif**, le topique *moyen* répond à la question « comment ». Martin-Lagardette (1994) explique qu'il s'agit de la façon dont se sont pris les agents pour effectuer leurs actions et donne l'exemple suivant .

*Exemple : « Les terroristes ont revendiqué l'attentat dans un communiqué adressé à ... » (p.37).*

## Temps

De Bonville et Vermette (1989) présentent le topique « temps » comme celui répondant à la question « quand ».

### Texte narratif

Dans le **texte narratif**, de la même façon que l'identification du topique « lieu », toutes propositions circonstancielles de temps ou propositions subordonnées introduites par une conjonction de temps seront identifiées comme un topique « temps ».

*Exemple : . Au milieu des années 80, le régime était communiste.  
Temps : au milieu des années 80*

### Bande visuelle

Pour ce qui est de la **bande visuelle**, le topique temps sera identifié par le texte graphique de l'image répondant à la question « quand » et faisant référence à une date, une année, une période, une heure, etc.

*Exemple :*



*(<http://www.radio-canada.ca/jeunesse/rdijunior/fildepresse/index.shtml> , le 15 décembre 2005)*

*Temps : 2006*

## ANNEXE 2

### Grille d'analyse de contenu

#### Nouvelle : 1A

**Sujet :** Tremblement de terre au Pakistan

**Topiques de la nouvelle en générale :** Le tremblement de terre du Pakistan (agent) a fait des victimes (action). Le mauvais temps empêche les secours (précision). Des milliers de sinistrés (mesure) sont donc toujours sans abris (conséquence).

	Description générale des télé syntagmes	Durée	Texte narratif	Topiques du texte	Éléments de vulgarisation	Description visuelle	Topiques visuels	Éléments de vulgarisation
S1	Voix et image du lecteur de nouvelle avec image en mortaise	0 :11	Au Pakistan, les intempéries ralentissent l'organisation des secours destinés aux 2 millions et demi de sinistrés en proie au désespoir 4 jours après le violent séisme.	<p><b>Lieu :</b> Pakistan</p> <p><b>Agent :</b> les intempéries</p> <p><b>Action :</b> ralentissent l'organisation des secours destinés</p> <p><b>Mesure :</b> aux 2 millions et demi de sinistrés</p> <p><b>Temps :</b> 4 jours après le violent séisme</p>	Quantification : 2 millions et demi	Image plein écran du lecteur de nouvelle. Carte du monde en arrière plan comme décor et mortaise en haut à droite de l'écran montrant des personnes portant le hidjab se tenant en fil indienne devant des objets recouvert de tissu blanc. Le bas de la mortaise inscrit <b>Séisme Pakistan</b> avec le drapeau du pays.	<p><b>Agent :</b> texte</p> <p><b>Séisme</b></p> <p>Image en mortaise</p> <p><b>les personnes en fil indienne et morts (corps couverts)</b></p> <p><b>Lieu :</b> texte</p> <p><b>Pakistan</b></p> <p>Drapeau <b>Pakistan</b></p>	<p>Répétition : séisme</p> <p>Répétition : sinistrés</p> <p>Répétition : Pakistan</p> <p>Répétition : drapeau du Pakistan</p>

S2	Voix du lecteur de nouvelle et carte de l'Asie en plein écran	0 :01	L'aide qui arrive tant bien que mal au Cachemire est très insuffisante	<b>Agent</b> : L'aide <b>moyen</b> : arrive tant bien que mal <b>Lieu</b> : Cachemire <b>État</b> : est très insuffisante		Carte de l'Asie de couleur beige dont une partie est en blanc.	<b>Lieu</b> : carte <b>On suppose que la partie en blanc est le Cachemire</b>	Répétition : (carte) Cachemire
S3	Voix du lecteur de nouvelle et carte du Pakistan en plein écran	0 :09	et sa distribution se fait dans le cahot. Notre envoyé spécial, Patrick Brown est à Islamabad.	<b>Agent</b> : sa (l'aide) distribution <b>Action</b> : se fait <b>moyen</b> : dans le cahot <b>Lieu</b> : Islamabad		Un zoom est fait sur la partie blanche et le nom des pays montrés sur la carte (Afghanistan, Pakistan, Inde, Chine et Cachemire ) apparaissent. La région du Cachemire est de couleur jaune. Deux noms de villes sont encadrés et indiqués par un point sur la carte : Muzaffarabad (encadré en noir) et Islamabad (encadré en rouge)	<b>Lieux</b> : la carte situe les pays voisins du Pakistan : <b>Afghanistan , Pakistan, Inde, Chine</b> et précise le <b>Cachemire</b> en jaune. <b>Muzaffarabad</b> <b>Islamabad</b>	Répétition : (texte graphique) Islamabad Répétition : (carte)
S4	Voix de l'envoyé spécial et séquence vidéo en plein écran montrant les dégâts	0 :03	À Muzaffarabad, tout le monde est sans abri.	<b>Lieu</b> : Muzaffarabad <b>Agent</b> : tout le monde (habitants de Muzaffarabad) <b>État</b> : sont sans abri		Image plein écran de débris et bande de texte dans le bas de l'écran : La détresse	<b>Agent</b> : Image <b>les débris</b> texte graphique <b>La détresse</b>	Hyperbole : La détresse (?)
S5	Voix de l'envoyé spécial et même image	0 :03	70 % des foyers ont été détruit. Le reste : inhabitable.	<b>Mesure</b> : 70% <b>Agent</b> : les foyers <b>État</b> : ont été détruit	Quantification : 70%	Même image que TS4 mais la bande de texte change pour : Muzaffarabad, Pakistan	<b>Lieu</b> : Texte graphique <b>Muzaffarabad</b>	

	que TS4			<b>Agent :</b> le reste (30%) <b>État :</b> (est) inhabitable			<b>d, Pakistan</b> <b>Agent :</b> Image <b>Les débris</b>	
S6	Même voix que TS4, voix des personnes à l'arrière-plan et séquence vidéo montrant les sinistrés.	0 :08	Dès l'arrivée du premier convoi d'aide, il a été impossible de maintenir l'ordre. Les gens désespérés se sont emparés de tout.	<b>Temps :</b> dès l'arrivée du premier convoi d'aide <b>État :</b> impossible de maintenir l'ordre. <b>Agent :</b> les gens désespérés <b>Action :</b> se sont emparés de tout		Des personnes se disputent et s'arrachent des paquets.	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>Des personnes agitées</b> <b>Action :</b> séquence vidéo <b>S'arrachent des vivres.</b>	Répétition de l'état : impossible de maintenir l'ordre par les personnes agitées  Répétition de l'action : s'emparer
S7	voix de l'envoyé spécial traduisant la voix d'une dame en arrière-plan et et image de cette dame en plein écran	0 :06	Toute ma famille est sans abri, dit-elle, maintenant au moins, nous possédons une tente	<b>Agent :</b> toute ma famille <b>État :</b> est sans abris <b>Agent :</b> nous (sa famille) <b>Action :</b> possédons une tente		Plan rapproché (visage) d'une femme portant le hijab	<b>Agent :</b> Image <b>Femme</b>	
S8	Voix de l'envoyé spécial continuant de traduire et séquence vidéo des sinistrés	0 :04	C'est important. Nous n'avions que nos vêtements.	<b>Agent :</b> Nous (sa famille) <b>État :</b> n'avions que nos vêtements		Un homme distribue d'un camion des paquets à d'autres hommes	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>homme</b> <b>Action :</b> Séquence	

							vidéo <b>distribution de paquets à d'autres hommes</b>	
S9	Voix de l'envoyé spécial et séquence vidéo des habitants	0 :03	D'innombrables villes et villages n'ont pas encore vu un seul camion d'aide.	<b>Agent</b> : plusieurs villes et villages <b>État</b> : n'ont pas reçu de camion d'aide		Camion dans lequel des hommes prennent place ou s'agrippent	<b>Agents</b> : Séquence vidéo <b>Hommes</b> <b>Action</b> : Séquence vidéo <b>Les hommes s'agrippent et prennent place</b> <b>Lieu</b> : Séquence vidéo <b>dans le camion</b>	Répétition : Camion
S10	Voix de l'envoyé spécial et séquence vidéo des malades et morts en plein écran	0 :01	Pendant ce temps, la faim et les maladies	<b>Agent</b> : la faim et les maladies		Deux corps étendus sur la rue sont recouverts de couvertures en avant plan et des personnes discutent en arrière-plan.	<b>Agent</b> : Séquence vidéo <b>Morts</b> <b>État</b> : <b>Séquence vidéo</b> <b>Étendus</b> <b>Lieu</b> :	Répétition de l'action : la faim et les maladies commencent à faire des ravages = image de morts

							Séquence vidéo <b>Dans la rue</b>	
S11	Voix de l'envoyé spécial et séquence vidéo en plein écran d'un mort et d'une personne qui l'observe.	0 :02	commencent à faire des ravages.	<b>Action :</b> commencent à faire des ravages		Un homme se couvre le nez et la bouche d'un mouchoir et tire la couverture d'un corps pour regarder le visage du mort.	<b>Agents :</b> Image vidéo (en avant plan) <b>un mort</b> <b>un homme</b> <b>Action :</b> <b>Image vidéo</b> <b>Se couvre le nez et la bouche et regarde le visage du mort</b>	
S12	Plan rapproché de Daniel Safir, ressortissant canadien et sa voix en arrière plan. La voix de l'envoyé spécial traduit ses propos (	0 :10	Ils devraient au moins envoyer des équipes pour livrer des vivres, dit-il, pour nettoyer les rues et traiter tous les blessés.	<b>Agent :</b> ils (?) <b>Action :</b> devraient envoyer des équipes <b>Buts :</b> pour livrer des vivres, nettoyer les rues et traiter les blessés.		Plan rapproché d'un jeune garçon avec bande de texte au bas de l'écran : Daniel Safir, ressortissant canadien	<b>Agent :</b> Image <b>Jeune garçon</b> Texte graphique <b>Daniel Safir, ressortissant canadien</b>	
S13	Voix de l'envoyé spécial et séquence vidéo d'une rue en plein écran	0 :02	Mais l'accès aux zones « désastées »	<b>Agent :</b> l'accès aux zones « désastées »		Une rue présentant un trafic de camions, automobiles et passants	<b>Agent :</b> Image vidéo <b>rue</b>	Répétition de l'état

S14	Voix de l'envoyé spécial et séquence vidéo de distribution de sacs aux habitants	0 :03	est très difficile.	<b>État</b> : est très difficile		Deux individus distribuent des poches.	<b>Agent</b> : Séquence vidéo <b>deux individus</b> <b>Action</b> : Séquence vidéo <b>Distribuent des vivres</b>	
S15	Voix de l'envoyé spécial et voix des sinistrés en arrière-plan, séquence vidéo des sinistrés	0 :01	Le tremblement de terre a touché une vaste région dans trois pays;	<b>Agent</b> : le tremblement de terre <b>Action</b> : a touché une vaste région <b>Mesure</b> : dans 3 pays		Plan rapproché de mains tendues vers les distributeurs de paquets.	<b>Agent</b> : Séquence vidéo <b>Sinistrés</b> <b>Action</b> : Séquence vidéo <b>Tendent leurs mains vers les vivres</b>	
S16	Voix de l'envoyé spécial et voix des sinistrés en arrière-plan, Séquence vidéo des sinistrés attrapant des paquets	0 :02	le Pakistan, l'Inde et l'Afghanistan.	<b>Lieux</b> : Pakistan, l'Inde et Afghanistan		Des enfants et un vieil homme courent derrière un camion les mains tendues vers les paquets	<b>Agent</b> : Séquence vidéo <b>Les sinistrés (enfants et vieil homme)</b> <b>Action</b> : Séquence vidéo	

								<b>Courent derrière le camion les mains tendues vers les paquets</b>	
S17	Voix de l'envoyé spécial et plan rapproché d'un enfant dans une auto	0 :02	Beaucoup de routes sont bloquées.	<b>Agent :</b> beaucoup de routes <b>État :</b> sont bloquées			Plan rapproché d'un enfant dans une auto qui regarde à l'extérieur de sa fenêtre	<b>Agent :</b> Image <b>un enfant</b> <b>Lieu :</b> Image <b>Automobile</b> <b>Action :</b> Image <b>Regarde à l'extérieur</b>	
S18	Voix de l'envoyé spécial et sons de l'hélicoptère en arrière plan, séquence vidéo d'un hélicoptère qui atterrit.	0 :05	Des dizaines d'hélicoptères assurent certains ravitaillements et d'autres sont en route.	<b>Mesure :</b> Des dizaines <b>Agent :</b> d'hélicoptères <b>Action :</b> Assurent certains ravitaillements <b>Agent :</b> d'autre (hélicoptères) <b>Action :</b> sont en route	Quantification : des dizaines		Un hélicoptère atterrit. On voit dans le bas de l'écran des personnes regroupées attendant l'hélicoptère et des tentes dressées.	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>Hélicoptère</b>	Répétition de l'hélicoptère
S19	Voix de l'envoyé spécial et sons de l'hélicoptère en arrière plan et séquence	0 :04	Mais, même ces chinooks américains peuvent être cloués au sol par le mauvais temps.	<b>Agent :</b> chinooks américains <b>État :</b> peuvent être cloués <b>Lieu :</b> au sol <b>Cause :</b> par le mauvais			Des hommes avec des habits d'armée accourent avec des civières sur lesquelles des hommes sont étendus. L'hélicoptère décolle.	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>des hommes</b>	<i>*remarque : le texte stipule que les chinooks américains peuvent être cloués au sol</i>

	vidéo d'un malade transporté par l'armée			temps			<p><b>(armés)</b></p> <p><b>Action :</b> Séquence vidéo</p> <p><b>amènent des civières à l'hélicoptère</b></p> <p><b>Agent :</b> Séquence vidéo</p> <p><b>Hélicoptère</b></p> <p><b>Action :</b> Séquence vidéo</p> <p><b>décolle</b></p>	et l'image montre un hélicoptère qui décolle.
S20	traduction de l'envoyé spécial et voix du Col Jim Yont en arrière plan et Image du Col Jim Yont en plan rapproché	0 :07	Il y a eu une tempête dans les montagnes, dit-il, l'hélicoptère a du revenir.	<p><b>Agent :</b> tempête</p> <p><b>Lieu :</b> dans les montagnes</p> <p><b>Conséquence :</b> L'hélicoptère a du revenir</p>		Plan rapproché d'un homme de race blanche devant un hélicoptère qui parle et la bande texte : Col. Jim Yonts, Forces Américaines	<p><b>Agent :</b> Image</p> <p><b>Homme</b></p> <p>Texte graphique</p> <p><b>Col. Jim Yonts, Forces Américaines</b></p> <p><b>Action :</b> Image</p> <p><b>Parle</b></p> <p><b>Lieu :</b></p>	Répétition de l'hélicoptère

							<b>devant un hélicoptère</b>	
S21	Voix de l'envoyé spécial et séquence vidéo montrant les recherches et les débris	0 :03	Le tremblement de terre a tué des dizaines de milliers de personnes.	<b>Agent :</b> Le tremblement de terre <b>Action :</b> a tué des personnes <b>Mesure :</b> des dizaines de milliers	Quantification : Des dizaines de milliers	En avant-plan, des hommes vêtus en habit de camouflage regardent dans les débris avec un masque sur le nez et la bouche	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>des hommes</b> <b>Action :</b> Séquence vidéo <b>cherchent dans les débris</b>	
S22	Voix de l'envoyé spécial et séquence vidéo montrant des corps et des sinistrés	0 :03	Celles qui sont toujours prisonnières des décombres	<b>Agent :</b> Celles (les personnes) qui sont toujours prisonnières des décombres		En avant-plan, des corps recouverts de tissu blanc et en arrière plan des hommes marchent et regardent les corps	<b>Agent :</b> Séquence vidéo (avant plan) <b>des morts recouverts</b>	<i>*Remarque : le texte indique que celles qui sont toujours prisonnières des décombres (en laissant sous-entendre qu'elles sont toujours vivantes) et l'image expose des morts recouverts</i>
S23	Voix de l'envoyé spécial et image plein écran d'un	0 :02	doivent être secourues une à une	<b>État :</b> doivent être secourues une à une <b>Moyen :</b> avec prudence		En plan rapproché : un corps couvert d'une couverture avec traces de sang et la main de ce cadavre n'est pas	<b>Agent :</b> Image <b>Un cadavre</b>	

	mort					couverte.		
S24	Voix de l'envoyé spécial et image de morts et de sinistrés en plein écran	0 :01	avec prudence.			Des hommes regardent les corps couverts enlignés devant eux.	<b>Agent :</b> Image <b>Sinistrés et cadavres recouverts</b>	
S25	Voix de John Holland en arrière plan et voix de l'envoyé spécial traduisant ses propos  Image de John Holland, en plein écran	0 :09	Il est normal de retrouver des victimes vivantes après 4 ou 5 jours.	<b>Agent :</b> Normal de retrouver des victimes vivantes <b>État :</b> Il est (cela est possible de...) <b>Temps :</b> après 4 ou 5 jours	Quantification : 4 à 5 jours	Plan rapproché d'un homme ayant un casque et portant un habit sur lequel est brodé le drapeau britannique. Il parle. En arrière plan, il y a des édifices et un camion grue dans les débris. La bande texte au bas de l'écran indique : John Holland, Rapid -UK	<b>Agent :</b> Image <b>Homme britannique</b> Texte graphique <b>John Holland, Rapid-UK</b> <b>Action :</b> Image <b>parle</b>	
S26	Voix de l'envoyé spécial continuant de traduire et séquence vidéo montrant une grue fouillant les débris	0 :05	Après 8 jours, même, il reste de l'espoir.	<b>Agent :</b> de l'espoir <b>État :</b> il reste (est présente) <b>Temps :</b> après 8 jours	Quantification : 8 jours	Plan rapproché des débris et d'une grue les fouillant	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>Grue</b> <b>Action :</b> Séquence vidéo <b>Cherche dans les</b>	

							<b>débris</b>	
S27	Voix de l'envoyé spécial et image en plan rapproché de l'envoyé spécial devant les débris	0 :10	Même dans la capitale, tout près de l'aéroport internationale, chaque personne secourue représente un miracle.	<p><b>Lieu :</b> Dans la capital</p> <p><b>Lieu :</b> tout près de l'aéroport internationale</p> <p><b>Agent :</b> chaque personne secourue</p> <p><b>État :</b> représente un miracle</p>		Plan rapproché du reporter Arrière plan de débris et d'une grue	<p><b>Agent :</b> Image <b>le reporter</b></p> <p><b>Lieu :</b> Image <b>devant les débris</b></p>	
S28	Voix de l'envoyé spécial et séquence vidéo des recherches	0 :04	Dans les régions éloignées, bien des gens vont mourir dans les décombres parce que les sauveteurs puissent les rejoindre.	<p><b>Lieu :</b> dans les régions éloignées</p> <p><b>Agent :</b> bien des gens</p> <p><b>État :</b> vont mourir</p> <p><b>Lieu :</b> dans les décombres</p> <p><b>Cause :</b> parce que les sauveteurs (ne) puissent les rejoindre</p>		Des individus cherchent dans les édifices démolies et dans les débris	<p><b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>des individus</b></p> <p><b>Action :</b> Séquence vidéo <b>Cherchent dans les débris</b></p>	Répétition décombres, (débris)
S29	Voix de l'envoyé spécial et séquence vidéo montrant des réserves de ravitaillements	0 :09	La contribution du Canada est en route. Des tentes et des couvertures pour les 2 millions et demi de sans abris.	<p><b>Agent :</b> la contribution du Canada</p> <p><b>État :</b> est en route.</p> <p><b>Agent :</b> des tentes et couvertures</p> <p><b>Mesure :</b> 2 millions et demi de sans abris</p>	Quantification : 2 millions et demi	<p>Plein écran de piles de boîtes de carton sur lesquels est inscrit : United</p> <p>Avant plan de poches sur lesquelles on voit une écriture arabe et image d'individus chargeant un camion contenant des boîtes.</p> <p>Image rapproché des individus chargeant le camion.</p>	<p><b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>boîtes et poches</b></p> <p><b>État :</b> Séquence vidéo <b>Empilées dans un chargement</b></p>	Répétition de contribution (toutefois rien ne montre qu'il s'agit de la contribution du Canada, on doit supposer que United est canadien.)

							<b>fait par des individus</b>	
S30	Voix du lecteur de nouvelles et image en duplex du lecteur de nouvelle et de l'envoyé spécial au Pakistan	0 :14	Patrick, on apprend qu'un avion indien transportant 7 camions de l'armée pleins de médicaments , de couvertures, de tentes, a du rebrousser chemin et retourner à New Delhi parce qu'il ne pouvait pas atterrir à Islamabad. Est-ce qu'on en conclue que le manque de secours est flagrant. N'est-ce pas?	<p><b>Agent</b> : un avion indien transportant camions de l'armée pleins de médicaments, de couvertures, de tentes</p> <p><b>Mesure</b> : 7</p> <p><b>État</b> : a du rebrousser chemin et retourner</p> <p><b>Lieu</b> : à New Delhi</p> <p><b>Cause</b> : parce qu'il ne pouvait pas atterrir</p> <p><b>Lieu</b> : à Islamabad</p> <p><b>Conséquence</b> : manque de secours flagrant?</p>	Quantification : 7	<p>Dans la mortaise de gauche : le lecteur de nouvelle en plan rapproché</p> <p>Dans la mortaise de droite : le reporter en plan rapproché et en arrière-plan des édifices, des débris et une grue. Il y a une bande texte sous cette mortaise : Islamabad, Pakistan</p>	<p><b>Agents</b> :</p> <p>Mortaise gauche : <b>lecteur de nouvelle</b></p> <p>Mortaise droite :</p> <p>Reporter</p> <p><b>Lieu</b> :</p> <p>Mortaise de droite-texte graphique</p> <p><b>Islamabad, Pakistan</b></p>	Répétition : Islamabad
S31	Voix de l'envoyé spécial et image en plan rapproché de l'envoyé spécial devant les débris	0 :18	Certainement, du point de vue des victimes, c'est leur 4eme nuit sans abri, c'est bien flagrant. Mais rappelons quand même qu'on est au Pakistan, que la région touchée, il y a des montagnes	<p><b>Agent</b> : victimes</p> <p><b>État</b> : sans abri</p> <p><b>Temps</b> : 4<sup>e</sup> nuit</p> <p><b>Lieux</b> : Pakistan, Région touchée,</p> <p><b>Agent</b> : montagnes</p> <p><b>État</b> : il y a (sont présentes)</p>	Quantification : 4eme nuit	Image plein écran de la mortaise de TS30 avec une bande texte dans le bas de l'écran indiquant : Patrick Brown, envoyé spécial, Islamabad, Pakistan	<p><b>Agent</b> :</p> <p>Image</p> <p><b>Reporter</b></p> <p>Texte graphique</p> <p><b>Patrick Brown, envoyé spécial</b></p> <p><b>Lieu</b> :</p> <p>Texte graphique</p> <p><b>Islamabad, Pakistan</b></p>	Répétition : Pakistan
S32	Voix de l'envoyé	0 :03	Il y a des endroits très difficiles d'accès et	<b>Agent</b> : endroits très		Mêmes mortaises que	<b>Agents</b> :	

	spécial et image en duplex du lecteur de nouvelles et de l'envoyé spécial au Pakistan (même qu'au TS30)			difficiles d'accès <b>État</b> : il y a (sont présents)		TS30	Mortaise gauche : <b>lecteur de nouvelle</b>  Mortaise droite :  Reporter  <b>Lieu</b> :  Mortaise de droite-texte graphique  <b>Islamabad, Pakistan</b>	
S33	Voix de l'envoyé spécial et image en plan approché de l'envoyé spécial devant les débris (même qu,au TS31)	0 :15	Je ne suis pas prêt, moi, à ce moment à blâmer ni le gouvernement pakistanais, ni les organisations internationales, c'est peut-être la situation qui entraîne des délais et des retards.	<b>Cause</b> : peut-être la situation qui entraîne des délais et retards	*Remarque  Il s'agit bien de l'opinion du reporteur et non pas de l'information rapportée	Même image que TS31 mais sans bande texte	<b>Agents</b> :  Mortaise gauche : <b>lecteur de nouvelle</b>  Mortaise droite :  Reporter	
S34	Voix du lecteur de nouvelles et image en duplex du lecteur de nouvelles et de l'envoyé spécial au Pakistan (même qu'au TS30)	0 :09	Bon, maintenant, il est fort possible, semble-t-il, de retrouver vivantes des victimes. Encore là, il est peut-être plus facile d'en retrouver dans une grande ville, comme Islamabad où vous êtes, que dans les régions plus éloignées.	<b>Agent</b> : victimes vivantes <b>État</b> : il est fort possible de retrouver <b>État</b> : il est peut-être plus facile d'en retrouver <b>Lieux</b> : dans une grande ville comme Islamabad que dans les régions éloignées	Exemple : dans une grande ville comme Islamabad	Mêmes mortaises que TS30	<b>Agents</b> :  Mortaise gauche : <b>lecteur de nouvelle</b>  Mortaise droite :  Reporter  <b>Lieu</b> :  Mortaise de droite-texte	Répétition : Islamabad

							graphique <b>Islamabad, Pakistan</b>	
S35	Voix de l'envoyé spécial et même image qu'au TS31	0 :21	ah, oui, c'est exacte. Alors derrière moi vous voyez des bâtiments, des appartements où on cherche toujours , peut-être, on ne sait pas combien de personnes sont toujours vivants sous les décombres mais on les cherche tout de même. On a même sorti	<p><b>Lieux</b> : des bâtiments, appartements</p> <p><b>Action</b> : on cherche toujours</p> <p><b>Agent</b> : personnes</p> <p>(<b>État</b> : qui sont toujours vivantes)</p> <p><b>Lieu</b> : sous les décombres</p> <p><b>Agent</b> : on (?)</p> <p><b>Action</b> : cherche quand même</p> <p><b>Action</b> : a sorti</p>		Même image que TS31 avec bande de texte dans le bas indiquant : Patrick Brown, Envoyé spécial, Islamabad, Pakistan	<p><b>Agent</b> :</p> <p>Image</p> <p><b>Reporter</b></p> <p>Texte graphique</p> <p><b>Patrick Brown, envoyé spécial</b></p> <p><b>Lieu</b> :</p> <p>Texte graphique</p> <p><b>Islamabad, Pakistan</b></p>	
S36	Voix de l'envoyé spécial et image en duplex (même qu'au TS30)	0 :05	deux femmes aujourd'hui qui ont passé 80 heures sous les décombres	<p><b>Agent</b> : deux femmes</p> <p><b>Temps</b> : aujourd'hui</p> <p><b>État</b> : ont passé</p> <p><b>Mesure</b> : 80 heures</p> <p><b>Lieu</b> : sous les décombres</p>	Quantification : 80 heures	Mêmes mortaises que TS30	<p><b>Agents</b> :</p> <p>Mortaise gauche : <b>lecteur de nouvelle</b></p> <p>Mortaise droite :</p> <p>Reporter</p> <p><b>Lieu</b> :</p> <p>Mortaise de droite-texte graphique</p> <p><b>Islamabad, Pakistan</b></p>	

S37	Voix de l'envoyé spécial et même image qu'au TS31	0 :19	donc, c'est bien possible même probable, qu'il en reste quelques-uns vivants. Mais, on est à 30 minutes de l'aéroport internationale, donc le personnel, les spécialistes et les équipements arrivent facilement ici. Mais dans la montagne, je pense que bien sûr, les gens vont perdre leur vie	<p><b>Agent</b> : quelques-uns (personnes) vivants</p> <p><b>État</b> : c'est bien possible qu'il en reste</p> <p><b>Lieu</b> : à 30 minutes de l'aéroport internationale</p> <p><b>Conséquence</b> : le personnel, les spécialistes et équipements arrivent difficilement</p> <p><b>Lieu</b> : dans la montagne</p> <p><b>Agent</b> : les gens</p> <p><b>État</b> : vont perdre leur vie</p>	<p>Quantification : 30 minutes</p> <p><i>*Remarque : le texte contient plusieurs supposition de la part du reporter. « C'est bien possible même probable, je pense que bien sûr »</i></p>	Même image que TS33	<p><b>Agents</b> :</p> <p>Mortaise gauche : <b>lecteur de nouvelle</b></p> <p>Mortaise droite : Reporter</p>	
S38	Voix de l'envoyé spécial et image en duplex (même qu'au TS30)	0 :02	en attendant les secours.	<p><b>Temps</b> : en attendant les secours</p>		Mêmes mortaises que TS30	<p><b>Agents</b> :</p> <p>Mortaise gauche : <b>lecteur de nouvelle</b></p> <p>Mortaise droite : Reporter</p> <p><b>Lieu</b> :</p> <p>Mortaise de droite-texte graphique <b>Islamabad, Pakistan</b></p>	
S39	Voix du lecteur de nouvelles et image en duplex du	0 :06	Patrick Brown, à Islamabad, merci beaucoup, on était très content de vous retrouver. Merci. Bonne chance.	<p><b>Agent</b> : Patrick Brown</p> <p><b>Lieu</b> : à Islamabad</p>		Mêmes mortaises que TS30	<p><b>Agents</b> :</p> <p>Mortaise gauche : <b>lecteur de</b></p>	Répétition : Islamabad

	lecteur de nouvelles et de l'envoyé spécial au Pakistan (même qu'au TS30)						<b>nouvelle</b> Mortaise droite : Reporter <b>Lieu :</b> Mortaise de droite-texte graphique <b>Islamabad, Pakistan</b>	
<b>Nb total de élé syntagmes</b>		<b>Durée totale (sec.)</b>			<b>Nb d'éléments de vulgarisation (texte narratif)</b>			<b>Nb d'éléments de vulgarisation (visuel)</b>
39		282			12			21

Nombre total d'éléments de vulgarisation (texte narratif + visuel)

**ANNEXE 3**  
**Grille d'analyse de contenu**  
**Nouvelle : 1B**

**Topiques de la nouvelle en générale :**  
**Le procès de Saddam Hussein en Irak et les réactions suscitées.**

	Description générale des télé syntagmes	Durée	Texte narratif	Topiques du texte	Éléments de vulgarisation	Description visuelle	Topiques visuels	Éléments de vulgarisation
TS1	Lecteur de nouvelle en plein écran avec image en mortaise du visage d'un homme	0 :30	Parlons de l'Irak, à Bagdad, c'est un Saddam Hussein bien vigoureux qui se proclame toujours président de l'Irak et qui a plaidé non-coupable à l'ouverture de son procès pour le massacre de 143 villageois, des chiites, en 1982. Un procès vite ajourné jusqu'au 28 novembre en raison de l'absence d'une quarantaine de témoins qui craignaient pour leur sécurité. Audience qui a été très suivie en Irak mais également dans les communautés d'expatriés irakiens aux États-unis. Deux reportages, Marc Godbout, Jean-Michel Leprince.	<p><b>Lieu :</b> Irak, à Bagdad</p> <p><b>Agent :</b> Saddam Hussein bien vigoureux</p> <p><b>Action :</b> qui se proclame toujours président de l'Irak</p> <p><b>Action :</b> qui a plaidé non-coupable</p> <p><b>Temps :</b> à l'ouverture de son procès</p> <p><b>Cause :</b> pour le massacre de villageois, des chiite</p> <p><b>Mesure :</b> 143</p> <p><b>Temps :</b> en 1982</p> <p><b>Agent :</b> Un procès</p> <p><b>État :</b> vite ajourné</p>	Quantification : 143 villageois	Lecteur de nouvelle plein écran devant une carte du monde en arrière plan. Mortaise à droite en haut de l'écran montrant le visage d'un homme et d'un drapeau sous laquelle est écrit : Procès S. Hussein.	<p><b>Agent :</b></p> <p><b>Lecteur de nouvelle</b></p> <p><b>Agent :</b></p> <p>Mortaise-image</p> <p><b>Visage de Saddam Hussein</b></p> <p>Mortaise-texte graphique</p> <p><b>Procès S.Hussein</b></p> <p><b>Lieu :</b></p> <p>Mortaise-image</p> <p><b>Drapeau de l'Irak</b></p>	<p>Répétition : (drapeau)</p> <p>Irak</p> <p>Répétition : (texte graphique) S.Hussein</p> <p>Répétition : (texte graphique) procès</p>

				<p><b>Temps :</b> jusqu'au 28 novembre</p> <p><b>Cause :</b> En raison de l'absence de témoins qui craignaient pour leur sécurité.</p> <p><b>Agent :</b> une audience</p> <p><b>État :</b> qui a été suivi</p> <p><b>Lieu :</b> en Irak</p> <p><b>Lieu :</b> et dans les communautés d'expatriés irakiens, aux États-Unis</p>				
TS2	Séquence vidéo de la salle du procès et voix du reporter	0 :07	C'est un Saddam Hussein rebelle, agressif, Coran en main, bousculant les gardiens au-dehors,	<p><b>Agent :</b> Saddam Hussein rebelle, agressif, Coran en main, bousculant les gardiens</p> <p><b>Lieu :</b> Au-dehors</p>		Séquence vidéo de la salle de procès. 8 hommes sont assis et un homme se lève. Au bas de l'écran, une bande graphique présente la photo de l'homme (même que TS1) superposée avec un drapeau. À droite de cette bande, on peut lire : Bagdad, Irak. Zoom sur l'homme qui est debout (TS2).	<p><b>Agents :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>8 hommes</b></p> <p>bande graphique :</p> <p><b>visage de Saddam Hussein</b></p> <p><b>Lieu :</b></p> <p>Bande graphique</p> <p><b>drapeau Irak</b></p> <p>Bande</p>	<p>Répétition : (texte graphique)</p> <p>Saddam Hussein</p>

							graphique <b>Bagdad, Irak</b> <b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>l'accusé</b> <b>État :</b> <b>est debout</b>	
TS3	Image plein écran du juge en chef et voix du reporter les sons de la salle en arrière plan	0 :05	qui s'est présenté devant le juge en chef Riskar Mohamed Amid, un Curde, et le seul des cinq juges dont on connaît le nom.	<b>État :</b> qui s'est présenté devant le juge en chef Riskar Mohamed Amid, un Curde, <b>Agent :</b> le seul des cinq juges <b>État :</b> dont on connaît le nom		Image plein écran, plan rapproché du juge en chef assis.	<b>Agent :</b> <b>Juge en chef</b> <b>État : est assis</b>	Répétition : (image) juge
TS4	Séquence vidéo montrant l'accusé et voix du reporter par-dessus les paroles de l'accusé	0 :17	Il a refusé de donner son identité. Tu es Irakien, tu sais qui je suis, a-t-il dit au juge. Je ne reconnais pas l'entité que vous représentez. Je réserve mes droits constitutionnels	<b>Agent :</b> Il (l'accusé) <b>Action :</b> a refusé de donner son identité. <b>Agent :</b> Tu (juge) <b>État :</b> est Irakien <b>État :</b> sais qui je (accusé) suis. <b>Agent :</b> il (l'accusé) <b>Action :</b> dit au		Séquence vidéo plein écran de l'accusé qui parle, plan moyen. Une bande de texte apparaît à l'écran : Saddam Hussein, ex-président de l'Irak.	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>l'accusé</b>  texte graphique : <b>Saddam Hussein, ex-président de l'Irak</b>	Répétition : (image) l'accusé

<p> <b>Agent :</b> Je (accusé)  <b>État :</b> ne reconnaît pas l'identité que tu (juge) représente.  <b>Agent :</b> Je (accusé)  <b>État :</b> réserve mes droits constitutionnels         </p>								
TS5	Même image et son que TS3	0 :01	en tant que président de l'Irak, a-t-il dit.	<b>Agent :</b> en tant que président <b>Lieu :</b> de l'Irak <b>Agent :</b> il <b>Action :</b> dit		Image plein écran, plan rapproché du juge en chef, la main au menton, qui écoute l'accusé.	<b>Agent :</b> Image <b>Juge en chef</b> <b>Action :</b> image <b>Écoute l'accusé</b>	
TS6	Image plein écran de l'accusé	0 :03	Plus tard, il a ajouté : je ne suis pas l'ex-président, je suis toujours le président.	<b>Temps :</b> plus tard <b>Agent :</b> il (Saddam Hussein) <b>Action :</b> a ajouté <b>Agent :</b> Je (Saddam Hussein) <b>État :</b> ne suis pas l'ex-président <b>État :</b> suis toujours le		Séquence vidéo de l'accusé assis qui parle, plan rapproché.	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>Accusé</b> <b>Action :</b> Parle	<b>Répétition :</b> (image) accusé

				président				
TS7	Même image que TS3 et voix du juge en chef en arrière plan et du reporter	0 :05	Le juge a énoncé les chefs d'accusation contre	<b>Agent :</b> juge <b>Action :</b> a énoncé les chefs d'accusation (meurtres délibérés prémédités avec tortures, destruction de maisons et de terres cultivées )		Image plein écran du juge en chef, plan rapproché qui fait la lecture d'un document.	<b>Agent :</b> Image <b>Juge</b> <b>Action :</b> Image <b>fait la lecture</b>	Répétition : (image) juge
TS8	Image plein écran de l'accusé	0 :01	Saddam Hussein et	(...)contre Saddam Hussein		Séquence vidéo montrant 1)de l'accusé plan rapproché de son profil.	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>L'accusé</b>	Répétition : (image) Saddam Hussein
TS9	Séquence vidéo des gens présent dans la salle de procès et voix du reporter par-dessus celle du juge en chef	0 :06	ses sept co-accusés : Meurtres délibérés, prémédités avec tortures, destruction de maisons et de terres cultivées. Accusé pour la féroce répression	(...) et ses 7 co-accusés <b>État :</b> (ont été) accusé pour la féroce répression		Plan rapproché d' homme. La caméra montre les autres hommes assis près de lui.	<b>Agents :</b> séquence vidéo <b>Les accusés</b>	Répétition : (image) accusés
TS10	Même image et son que TS7	0 :05	Qui a suivie l'attentat manqué contre le dictateur à <i>Duljahil</i> en 1982. 143 hommes	<b>Temps :</b> qui a suivi l'attentat manqué contre le dictateur <b>Lieu :</b> à Duljahil <b>Temps :</b> en 1982 <b>Mesure :</b> 143 hommes	Quantification : 143 hommes <i>*Remarque : il s'agit de la deuxième fois que l'on mentionne 143 hommes/villag éois</i>	Image plein écran du juge en chef, plan rapproché, qui fait la lecture d'un document.	<b>Agent :</b> Image <b>Juge en chef</b> <b>Action :</b> <b>Fait la lecture</b>	

TS11	Plan rapproché d'un homme et voix du reporter par-dessus celle du juge		Ont été exécutés sans jugement.	<b>État</b> : ont été exécutés sans jugement		Image plein écran, plan rapproché d'un homme	<b>Agent</b> : un accusé	
TS12	Même que TS7	0 :01	Plaidez-vous coupable?	<b>Agent</b> : vous <b>Action</b> : plaidez coupable		Image plein écran du juge en chef, plan rapproché.	<b>Agent</b> : Image <b>Juge en chef</b>	
TS13	Image de l'accusé et des gens assis autour de lui dans la salle de procès et voix du reporter par-dessus	0 :02	J'ai dit ce que j'ai dit et je ne suis pas coupable, a répondu Saddam Hussein. Les sept autres ont suivi avec un seul mot : innocent.	<b>Agent</b> : J' (Saddam Hussein) <b>Action</b> : ai dit que je ne suis pas coupable <b>Agent</b> : Saddam Hussein <b>Action</b> : a répondu <b>Agents</b> : les 7 autres <b>État</b> : on suivi avec un seul mot : innocent.		Séquence vidéo de la salle de procès. Plan éloigné montrant les huit hommes regroupés. Puis l'homme de TS11 se lève et se rassoit.	<b>Agents</b> : Séquence vidéo <b>Les accusés</b>	Répétition : (image) accusés
TS14	Image plein écran et voix du reporter	0 :07	Comme prévu, la défense a demandé un ajournement de 3 mois parce qu'elle n'a pas eu bien le temps de voir les accusés ni d'étudier la preuve et les dossiers. Le tribunal lui en a accordé la moitié, ce qui lui sera également profitable s'il veut corriger tous les défauts qu'on a remarqué et qui risquent de faire obstacle à des procès justes et équitables. Jean-Michel Leprince, Radio-Canada, Montréal.	<b>Agent</b> : la défense <b>Action</b> : a demandé un ajournement <b>Temps</b> : de 3 mois <b>Cause</b> : parce qu'elle n'a pas eu le temps de voir	Quantification : 3 mois-le tribunal en a accordé la moitié	Image plein écran du reporter, plan moyen. On voit en arrière plan une salle avec de l'équipement audiovisuel.	<b>Agent</b> : Image <b>reporter</b> <b>Lieu</b> : Image <b>Salle de nouvelles</b>	

				<p>les accusés ni d'étudier la preuve et les dossiers.</p> <p><b>Agent :</b> le tribunal</p> <p><b>Action :</b> lui en a accordé la moitié</p> <p><b>Conséquence :</b> sera profitable s'il veut corriger tous les défauts qu'on a remarqué</p> <p><b>Agent :</b> (défauts)</p> <p><b>Action :</b> risquent de faire obstacle à des procès justes et équitables</p>				
TS15	Image plein écran séquence vidéo d'une femme dans un marché et voix du reporter	0 :20	On pourrait presque l'appeler	<p><b>Agent :</b> on (?)</p> <p><b>État :</b> pourrait presque l'appeler</p>		<p>Séquence vidéo, image plein écran, plan rapproché du visage d'une femme portant le hijab. Dans le bas de l'écran, on retrouve une bande graphique avec l'image d'un homme superposée à un drapeau (même que dans TS2 et à droite de cette bande, on peut lire : « Mort au tyran! ».</p>	<p><b>Agent :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>Femme</b></p> <p><b>Lieu :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>Marché</b></p> <p><b>Agent :</b></p> <p>Bande graphique-image</p> <p>Saddam Hussein</p> <p><b>Lieu :</b></p>	<p>Répétition : (image)</p> <p><b>Marché</b></p> <p><i>*Remarque :</i></p> <p>À part de focaliser sur lieu où les sujets sont interviewés, l'image de cette unité de sens n'est en rien un complément au texte dans le sens où il ne précise ou ne rappelle</p>

							<p>Bande graphique-image</p> <p><b>Drapeau irakien</b></p> <p><b>État :</b></p> <p>Bande graphique-texte</p> <p><b>« Mort au tyran ! »</b></p>	<p><i>aucune information du texte narratif, malgré son contenu informationnel important.</i></p>
TS16	<p>Séquence vidéo, image d'une dame (TS15) et la voix du reporter.</p>	0 :03	<p>le marché des souvenirs pénibles. La douleur reste vive.</p>	<p>(...) le marché des souvenirs pénibles</p> <p><b>Agent :</b> la douleur</p> <p><b>État :</b> reste vive</p>		<p>Image d'une femme portant le hijab qui fait son marché. La bande graphique est toujours dans le bas de l'écran avec la même image mais le texte est différent de TS15 : Dearborn, Michigan.</p>	<p><b>Agent :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>Femme</b></p> <p><b>Action :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>Fait son marché</b></p> <p><b>Lieu :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>Marché</b></p> <p><b>Agent :</b></p> <p>Bande graphique-image</p> <p><b>Saddam</b></p>	

							<p><b>Hussein</b></p> <p><b>Lieu :</b></p> <p>Bande graphique-texte</p> <p><b>Dearborn, Michigan</b></p>	
TS17	Image plein écran, plan rapproché d'un homme et sa voix en arrière plan. La voix du reporter	0:12	Elle s'étale dans la mémoire autant des plus vieux que des plus jeunes. Saddam a détruit ma vie. Il est responsable de la mort de ma femme et de tous mes frères. Je serai bientôt venger.	<p><b>Agent :</b> Elle ( la douleur)</p> <p><b>État :</b> s'étale dans la mémoire autant des plus vieux que des plus jeunes.</p> <p><b>Agent :</b> Saddam</p> <p><b>Action :</b> a détruit ma vie</p> <p><b>Agent :</b> Il (Saddam)</p> <p><b>Action :</b> est responsable de la mort de ma femme et frères</p> <p><b>Agent :</b> Je (?)</p> <p><b>État :</b> serai venger</p> <p><b>Temps :</b> bientôt</p>		Image plein écran, plan rapproché du visage d'un homme qui parle.	<p><b>Agent :</b> un homme</p> <p><b>Action :</b> parle</p>	
TS18	Image plein écran, plan moyen d'une femme et sa voix. La voix du reporter est par-dessus	0:03	Elle a vu sa grand-mère assassinée par le régime.	<p><b>Agent :</b> Elle (?)</p> <p><b>Action :</b> a vu sa grand-mère assassinée par le régime</p>		Image plein écran, plan moyen d'une femme portant le hijab devant un comptoir de légumes.	<p><b>Agent :</b></p> <p>Image</p> <p><b>une femme</b></p> <p><b>Lieu :</b></p>	

							Image <b>devant comptoir de légumes</b>	
TS19	Image plein écran, plan rapproché de la femme TS18 et sa voix. La voix du reporter est par-dessus	0 :02	Cette image de son enfance la hante toujours	<b>Agent</b> : Cette image de son enfance <b>État</b> : la hante toujours		Image plein écran, plan rapproché du visage de la femme en TS18.	<b>Agent</b> : Image <b>Une femme</b>	
TS20	Image plein écran, plan rapproché de la bouche d'un homme qui parle.	0 :02	Saddam nous a volé	<b>Agent</b> : Saddam <b>Action</b> : nous a volé		Image plein écran, plan rapproché de la bouche d'un homme qui parle, puis de ses yeux et ensuite de son visage	<b>Agent</b> : Un homme <b>Action</b> : parle	
TS21	Image plein écran, plan moyen de l'homme TS20 et sa voix. La voix du reporter est par-dessus	0 :06	Nos espoirs et nos rêves.	(...) nos espoirs et nos rêves		Plan moyen de l'homme en TS20 devant la caisse d'un commerce. L'homme se met à pleurer et se cache le visage avec sa main.	<b>Agent</b> : Image <b>un homme</b> <b>Lieu</b> : Image <b>devant la caisse d'un commerce</b> <b>Action</b> : Image <b>pleure</b>	
TS22	Image plein écran, plan rapproché du reporter et sa	0 :10	Jusqu'à sa chute, Saddam Hussein faisait encore peur ici. Ils sont des dizaines de milliers d'Irakiens à avoir fuit les persécutions du régime	<b>Temps</b> : jusqu'à sa chute <b>Agent</b> : Saddam	Quantification : Des dizaines	Image plein écran, plan moyen du reporter qui se trouve dans une rue, devant un commerce affiché dans	<b>Agent</b> : Image	

	voix		et avoir trouvé refuge en banlieue de détroit.	<p>Hussein</p> <p><b>État</b> : faisait encore peur</p> <p><b>Lieu</b> : ici (É-U).</p> <p><b>Agent</b> : irakiens</p> <p><b>Mesure</b> : dizaines de milliers</p> <p><b>État</b> : à avoir fuit les persécutions du régime</p> <p><b>État</b> : ont trouvé un refuge</p> <p><b>Lieu</b> : en banlieue de Détroit.</p>	de milliers	une langue étrangère.	<p><b>Reporter</b></p> <p><b>Lieu</b> : Image <b>devant un commerce dans la rue</b></p>	
TS23	Image plein écran, plan rapproché d'un homme	0 :01	Alors, ils étaient prêts	<p><b>Agents</b> : ils (les irakiens en banlieue de Détroit)</p> <p><b>État</b> : étaient prêts</p>		Image plein écran, plan rapproché du visage d'un jeune homme qui fume une pipe.	<p><b>Agent</b> : Image <b>un jeune homme</b></p> <p><b>Action</b> : Image <b>fume</b></p>	
TS24	Image plein écran, plan moyen de deux hommes et la voix du reporter	0 :01	à passer la nuit debout	(...) à passer la nuit debout		Image plein écran, plan moyen de deux hommes assis côte à côte, celui de droite tenant une pipe à chicha.	<p><b>Agent</b> : Image <b>deux hommes</b></p> <p><b>État</b> : Image <b>assis</b></p>	<i>*Remarque : drôle de choix d'expression et d'image : « ils étaient prêts à passer la nuit debout » pourtant l'image montre des hommes</i>

								assis...
TS25	Image plein écran, plan moyen de 6 individus et la voix du reporter	0 :01	Pour ne pas manquer ce moment historique	<b>But :</b> pour ne pas manquer ce moment historique		Image plein écran, plan moyen de 6 jeunes adultes, tous assis un à côté de l'autre sur une banquette. Un de ceux-ci fume la chicha.	<b>Agent :</b> Image <b>6 Jeunes adultes</b> <b>État :</b> Image <b>Assis et fument</b>	
TS26	Image plein écran, en avant plan un homme et en arrière plan une télévision. La voix du reporter	0 :01	Après des heures d'attente	<b>Temps :</b> après des heures d'attentes		Image plein écran, plan moyen du profil d'un homme regardant en direction de la télévision. On peut voir à l'écran de la télévision qu'il regarde un homme portant le (nom du foulard).	<b>Agent :</b> Image <b>Télévision</b>	
TS27	Image plein écran d'une séquence vidéo diffusée à la télévision et le son de cette séquence. La voix du reporter en par-dessus	0 :01	Les premières images et une première frustration. Il n'arrive pas à croire que le procès est déjà ajourné.	<b>Agent :</b> premières images <b>Agent :</b> première frustration <b>Agent :</b> il (?) <b>État :</b> n'arrive pas à croire que le procès est déjà ajourné		Image plein écran de l'écran de télévision dans lequel on voit 1) le juge en chef en plan rapproché en plein écran. Au haut de l'écran, un texte graphique : Moments ago.  Puis au bas de l'écran, une bande graphique du (nom de ce genre de logo) CNN et le texte suivant : First video of Saddam Hussein at his trial puis 2) le profil d'un homme (même image qu'en TS8 ) en plan rapproché	<b>Agent :</b> Image de la télévision <b>Juge en chef</b> <b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>homme</b> <b>État :</b> Séquence vidéo <b>Regarde la télévision</b>  *le texte de la bande	

							graphique à la télévision est considéré même s'il est en anglais.	
TS28	Image plein écran, plan rapproché d'un homme et sa voix.	0 :02	* L'homme parle anglais, ce texte ne sera donc pas considéré			Image plein écran, plan rapproché d'un homme qui parle à la caméra	<b>Agent :</b> Image <b>Homme</b> <b>Action :</b> parle	
TS29	Image plein écran, plan moyen d'un homme et sa voix. La voix du reporter est par-dessus.	0 :02	L'Imam Hassan Qazwini	<b>Agent:</b> Imam Hassan Qazwini		Image plein écran, plan moyen d'un homme qui a un turban et qui parle au micro devant un podium. Un livre est déposé sur le podium.	<b>Agent :</b> Image <b>homme à turban</b> <b>Action :</b> Image <b>Parle</b> <b>Lieu :</b> Image <b>Sur un podium</b>	
TS30	Image plein écran de l'audience d'une salle et la voix de l'Imam (TS29). La voix du reporter est par-dessus.	0 :02	Invite ses compatriotes à la patience.	<b>Action :</b> invite ses compatriotes à la patience		Image plein écran de la salle devant laquelle l'homme (TS28) parle. Les personnes de l'auditoire sont filmés de dos. On peut apercevoir des personnes portant le hidjab et des enfants qui se retournent vers la caméra.	<b>Agent :</b> Image <b>Auditoire</b> <b>Lieu :</b> Image <b>Salle</b>	

TS31	Image plein écran d'un homme en plan rapproché	0 :02	Pourtant, les hommes de Saddam ont assassiné 14 membres de sa famille.	<b>Agent</b> : les hommes de Saddam <b>Action</b> : ont assassiné des membres de sa famille <b>Mesure</b> : 14	Quantification : 14	Image plein écran, plan rapproché du visage d'un homme. On peut voir en arrière plan d'autres hommes et un enfant. Puis l'homme en plan rapproché devient flou et le point focal est réglé sur les hommes et l'enfant en arrière-plan.	<b>Agent</b> : Image <b>hommes et un enfant</b>	
TS32	Image plein écran, plan rapproché de l'Imam et sa voix. La voix du reporter est par-dessus	0 :03	Il est un des premiers à tirer une certaine	<b>Agent</b> : il (Imam) <b>État</b> : est un des premiers à tirer une certaine		Image plein écran, plan rapproché du profil de l'Imam (TS29) qui parle au micro.	<b>Agent</b> : Image <b>Imam</b> <b>Action</b> : Image <b>parle</b>	
TS33	Image plein écran de la salle	0 :02	Satisfaction des images du tyran en accusé	(...) satisfaction des image du tyran en accusé		Image plein écran montrant l'imam en plan éloigné et une partie de l'auditoire et de la salle.	<b>Agent</b> : Image <b>imam</b> <b>Agent</b> : Image <b>l'auditoire</b> <b>Lieu</b> : Image <b>Salle</b>	
TS34	Image plein écran de l'Imam et sa voix. Voix du reporter par-dessus	0 :02	Nous avons été des millions à être humiliés	<b>Agent</b> : Nous (?) <b>État</b> : avons été humiliés <b>Mesure</b> : des millions	Quantification : des millions	Image plein écran, plan moyen de l'Imam assis qui parle à la caméra. En arrière-plan, on voit une bibliothèque. Une bande texte au bas de l'écran affiche : Imam Hassan Qazwimi, The Islamic Centre	<b>Agent</b> : Image <b>Imam</b> <b>Agent</b> : Bande texte	

						of America.	<b>Imam Hassan Qazwimi</b> <b>Lieu :</b> Bande texte <b>The Islamic Centre of America</b>	
TS35	Image plein écran de l'Imam, plan moyen et sa voix. La voix du reporter est par-dessus	0 :06	À son tour de l'être. L'homme ne prend pas de détour : justice égale exécution.	<b>Agent :</b> l'homme <b>Action :</b> ne prend pas de détour <b>Agent :</b> justice <b>État :</b> égale exécution		Image plein écran, plan éloigné de l' Imam (TS34) assis dans un chaise devant un bureau et une bibliothèque.	<b>Agent :</b> Image <b>Imam</b> <b>Lieu :</b> Image <b>un bureau</b>	Répétition : (image) l'Homme (Imam)
TS36	Image plein écran de l'imam et sa voix	0 :03	*le texte est en anglais. Il ne sera donc pas analysé.			Image plein écran (même que TS34)		
TS37	Image plein écran, plan rapproché d'un homme avec bande de texte	0 :03	La communauté irakienne n'a pas de doute sur	<b>Agent :</b> La communauté irakienne <b>État :</b> n'a pas de doute		Image plein écran, plan rapproché d'un homme. Une bande texte au bas de l'écran indique : <i>Imam Hassan Qazwimi, The Islamic Centre of America</i>	<b>Agent :</b> Image <b>Imam</b> <b>Agent :</b> Bande texte <b>Imam Hassan Qazwimi</b> <b>Lieu :</b> Bande texte <b>The Islamic Centre of</b>	

TS38	Image plein écran, en avant plan un homme dos à la caméra et en arrière-plan l'homme de TS37 et leurs voix. La voix du reporter est par-dessus.	0 :03	L'issue du procès. Ici,	<p><b>Agent :</b> issue du procès</p> <p><b>Lieu :</b> ici (?)</p>		Image plein écran, plan moyen de deux hommes. L'homme est avant plan fait dos à la caméra et discute avec l'homme en arrière-plan qui se trouve derrière un comptoir.	<p><b>America</b></p> <p><b>Agent :</b> Image</p> <p><b>deux hommes</b></p> <p><b>Action :</b> Image</p> <p><b>discutent</b></p> <p><b>Lieu :</b> Image</p> <p><b>chaque côté d'un comptoir</b></p>	
TS39	Image plein écran, séquence vidéo de deux hommes et la voix de l'homme en avant plan. La voix du reporter est par-dessus.	0 :10	Le désir de vengeance est sur tous les visages. Il aurait dû être exécuter dès le premier jour de son procès. Qu'il souffre et subisse les mêmes supplices qu'il a infligé à mes proches.	<p><b>Agent :</b> le désir de vengeance</p> <p><b>État :</b> est sur tous les visages.</p> <p><b>Agent :</b> il (Saddam)</p> <p><b>État :</b> aurait dû être exécuter</p> <p><b>Temps :</b> dès le premier jour de son procès.</p> <p><b>Agent :</b> qu'il (Saddam)</p> <p><b>État :</b> souffre et subisse les mêmes supplices qu' il a infligé à</p>		Image plein écran , séquence vidéo, plan éloigné de deux hommes. Celui de gauche parle directement à la caméra (même homme que dans TS21) .Celui de droite est derrière le comptoir caisse d'un commerce. Puis deux enfants passent derrière l'homme de gauche.	<p><b>Agent :</b> Séquence vidéo</p> <p><b>un homme</b></p> <p><b>Action :</b> Séquence vidéo</p> <p><b>parle</b></p>	

				mes proches				
TS40	Image plein écran, plan rapproché d'un homme et le son d'un chanson.	0 :02	Aucun texte			Image plein écran, plan rapproché de deux mains tenant deux livrets.	<b>Agents :</b> deux mains <b>Action :</b> tiennent des livrets	
TS41	Image plein écran, séquence vidéo de personnes qui s'agenouillent. Le son du chant (TS40) continue et la voix du reporter par-dessus	0 :05	Dans cette communauté «essoudée » par les épreuves du passé, on ne se fait pas d'illusion.	<b>Lieu :</b> dans cette communauté essoudée par les épreuves du passé <b>Agent :</b> on (?) <b>État :</b> ne se fait pas d'illusion		Séquence vidéo plein écran, plan rapproché de mains d'un homme élevées et ouvertes vers son visage et son profil. Puis l'homme s'agenouille. On voit d'autres hommes s'agenouiller	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>mains et visage d'un homme</b> <b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>Un homme</b> <b>Action :</b> Séquence vidéo <b>S'agenouille</b> <b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>Hommes</b> <b>Action :</b> Séquence vidéo <b>S'agenouillent</b>	

TS42	Image plein écran d'un toit. Le son du chant (TS41 continu) et la voix du reporter est par-dessus	0 :04	Le procès de l'ennemi commun ne ramènera pas les disparus	<b>Agent</b> : le procès de l'ennemi commun <b>État</b> : ne ramènera pas les disparus		Image plein écran d'un toit illuminé dans la nuit sur lequel il y a un croissant de lune.	<b>Agent</b> : toit illuminé et le croissant de lune	
TS43	Image plein écran d'un toit. Le son du chant (TS42) continue et la voix du reporter est par-dessus	0 :02	Mais il rallume l'espoir que le tyran avait éteint.	<b>Agent</b> : il (le procès) <b>action</b> : rallume l'espoir que le tyran avait éteint		Image plein écran, plan rapproché des pignons d'un toit d'un bâtiment blanc illuminé dans la nuit.	<b>Agent</b> : toit d'un bâtiment illuminé	Métaphore : (image) il rallume-bâtiment illuminé
TS44	Image plein écran, plan moyen d'un bâtiment. Le son du chant continu (TS43) et la voix du reporter est par-dessus	0 :03	Marc Godbout, Radio-Canada, Pierborn, Michigan.			Image plein écran, plan éloigné d'un bâtiment illuminé dans la nuit (celui en TS43).	<b>Agent</b> : toit d'un bâtiment illuminé	
<b>Nb total de télé syntagmes</b>		<b>Durée totale (sec)</b>			<b>Nb total d'éléments de vulgarisation (texte narratif)</b>			<b>Nb total d'éléments de vulgarisation (visuel)</b>
44		255			6			13

**Nombre total d'éléments de vulgarisation (texte narratif + visuel)**  
19

**ANNEXE 4**  
**Grille d'analyse de contenu**  
**Nouvelle : 2A**  
**Topiques de la nouvelle en générale :**  
 Tremblement de terre au Pakistan

	Description générale des télé syntagmes <sup>57</sup>	Durée	Texte narratif	Topiques du texte	Éléments de vulgarisation	Description visuelle	Topiques visuels	Éléments de vulgarisation
S1	Image plein écran, séquence vidéo de la lectrice de nouvelle et sa voix	0 :07	Si vous avez écouté les nouvelles en fin de semaine, vous êtes sûrement au courant qu'un très gros tremblement de terre s'est produit au Pakistan.	<p><b>Condition :</b> Si vous avez écouté les nouvelles en fin de semaine</p> <p><b>Agent :</b> Vous (télé spectateurs)</p> <p><b>État :</b> êtes sûrement au courant qu'un gros tremblement de terre s'est produit</p> <p><b>Lieu :</b> au Pakistan</p>	<p><i>*Remarque :</i></p> <p><i>Amorce qui interpelle le public</i></p>	<p>Image plein écran, plan moyen de la lectrice de nouvelle à gauche de l'écran. Derrière elle il y a un fond bleu sur lequel apparaissent des lignes blanches de temps à autre. À la droite de l'écran, il y a une partie de carte géographique de couleur vert. Cette carte indique les pays suivant en vert plus foncé : PAKISTAN et INDE. Une partie de la carte est en jaune et à gauche de cette partie il y a plusieurs cercles rouges. On peut y lire CACHEMIRE en rouge et blanc.</p> <p>Une bande texte apparaît dans le bas de l'écran : Catherine Mercier.</p>	<p><b>Agents :</b></p> <p>Image :</p> <p><b>La lectrice de nouvelle</b></p> <p>Bande de texte :</p> <p><b>Catherine Mercier</b></p> <p><b>Lieu :</b> Carte géographique</p> <p>Texte sur la carte :</p> <p><b>Pakistan</b></p> <p><b>Inde</b></p> <p><b>Cachemire</b></p>	<p>Répétition : (texte graphique) Pakistan</p> <p>Répétition : (Carte)</p> <p><i>*Remarque : La place qu'occupe la lectrice de nouvelle est la même que celle qu'occupe l'image présentant une carte géographique. Le Téléjournal réserve toujours au lecteur de</i></p>

<sup>57</sup> La bande texte qui défile au bas de l'écran ne sera pas analysée parce qu'elle ne fait pas partie de la nouvelle mais de la chaîne qui présente le bulletin de nouvelle, RDI.

<i>nouvelle une proportion plus grande de l'écran et une plus petite à la mortaise présentant l'agent de la nouvelle.</i>								
'S2	Image plein écran d'une carte géographique et la voix de la lectrice de nouvelle.	0 :06	L'épicentre du séisme, c'est-à-dire, l'endroit où il a frappé le plus fort, se trouve dans le nord du pays, près d'une région qu'on appelle le Cachemire	<p><b>Agent :</b> épicentre du séisme, c'est-à-dire,</p> <p><b>Agent :</b> l'endroit</p> <p><b>Action :</b> où il a frappé le plus fort</p> <p><b>État :</b> se trouve</p> <p><b>Lieu :</b> dans le nord du Pays,</p> <p><b>Lieu :</b> près d'une région qu'on appelle</p> <p><b>Lieu :</b> Le Cachemire</p>	Simplifier : épicentre, l'endroit où il a frappé le plus fort	Image plein écran d'une carte géographique (vert sur laquelle sont identifiés les pays suivants (en vert foncé) : AFGHANISTAN, PAKISTAN. Une partie de la carte est de couleur jaune sur laquelle est écrit : CACHEMIRE (en rouge et blanc)	<p><b>Lieu :</b> Carte géographique</p> <p>Texte sur la carte</p> <p><b>Afghanistan</b></p> <p><b>Pakistan</b></p> <p><b>Cachemire</b></p>	<p>Répétition : (texte graphique)</p> <p>Cachemire</p> <p>Répétition : Carte</p>
'S3	Séquence vidéo, plein écran d'hommes et la voix de la lectrice de nouvelles.	0 :04	C'est d'ailleurs là que les dégâts sont les plus importants. Plusieurs édifices se sont effondrés et	<p><b>Lieu :</b> là (le Cachemire)</p> <p><b>Agent :</b> dégâts</p> <p><b>État :</b> sont les plus importants.</p> <p><b>Agent :</b> plusieurs édifices</p> <p><b>État :</b> se sont effondrés</p>		Séquence vidéo, plan moyen d'hommes. On voit à droite des l'écran des débris et un homme qui a le bas du visage couvert regarde la caméra. Une bande de texte apparaît dans le bas de l'écran : Muzaffarabad, Pakistan.	<p><b>Agent :</b> <b>hommes</b></p> <p><b>Agent :</b> <b>débris</b></p> <p><b>Lieu :</b> bande de texte</p> <p><b>Muzaffarabad, Pakistan</b></p>	<p>Répétition : (image)</p> <p>dégâts -édifices effondrés = débris</p>

S4	Séquence vidéo, plein écran d'hommes et la voix de la lectrice de nouvelles.	0 :05	Les victimes se compte par milliers. Il y a d'ailleurs de nombreux enfants parmi les victimes.	<p><b>Agent :</b> les victimes</p> <p><b>État :</b> se comptent</p> <p><b>Mesure :</b> par milliers</p> <p><b>Agent :</b> de nombreux enfants parmi les victimes</p>	<p>Quantification : milliers</p> <p><i>* Remarque : on précise qu'il y a de nombreux enfants parmi les victimes dans le cadre d'une émission qui s'adresse aux enfants. Cette précision rejoint donc directement le public visé. Sans être un élément de vulgarisation quantifiable, il s'agit d'un élément qui interpelle quelque chose de connu et la fonction émotive.</i></p>	Séquence vidéo plein écran, plan moyen d'hommes alignés	<p><b>Agent :</b> hommes</p> <p><b>État :</b> alignés</p>	
S5	Séquence vidéo d'une rue et la voix de la lectrice de nouvelle	0 :05	L'aide humanitaire commence à arriver dans les zones dévastées mais c'est une zone très montagneuse, c'est donc difficile d'aller secourir	<p><b>Agent :</b> L'aide humanitaire</p> <p><b>Action :</b> commence à arriver</p> <p><b>Lieu :</b> dans les zones dévastées</p> <p><b>Agent :</b> une zone</p>		Séquence vidéo plein écran, plan éloigné d'une rue et de ses passants. On voit que la rue est inondée, et qu'il y a des débris. Deux femmes voilées (plan moyen) passent devant la caméra	<p><b>Agent :</b> Séquence vidéo</p> <p><b>Rue</b></p> <p><b>État :</b> Séquence vidéo</p>	

				très montagneuse <b>Conséquence :</b> c'est donc difficile d'aller secourir			<b>est inondée et contient des débris</b> <b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>Femmes voilées</b> <b>Action :</b> Séquence vidéo <b>marchent</b>	
S6	Séquence vidéo d'une rue et la voix de la lectrice de nouvelles	0 :04	Les gens qui se retrouvent complètement dépourvus. Même si ce tremblement de terre est une immense tragédie,	<b>Agent :</b> les gens <b>État :</b> qui se retrouvent complètement dépourvus <b>Agent :</b> ce tremblement de terre <b>État :</b> est une immense tragédie		Séquence vidéo plein écran (plan éloigné)d'une rue et de ses passants. On voit que la rue est inondée et qu'il y a des précipitations. Un homme marche vers la caméra avec un enfant couverts dans ses bras.	<b>Agents :</b> Séquence vidéo <b>Rue et ses passants</b> <b>État :</b> Séquence vidéo <b>est inondée</b> <b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>précipitation s</b> <b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>un homme</b> <b>Action :</b>	

							Séquence vidéo <b>marche avec un enfant couvert dans ses bras</b>	
S7	Séquence vidéo d'individu dans un camion et le son de la rue. La voix de la lectrice de nouvelles est par-dessus	0 :02	Ça ne veut pas dire qu'il constitue une surprise, en fait,	<b>Agent</b> : Ça (tragédie) <b>État</b> : ne veut pas dire qu'il (tremblement) constitue une surprise		Séquence vidéo plein écran, plan éloigné, d'individus grim pant à bord d'un camion.	<b>Agent</b> : Séquence vidéo <b>Individus</b> <b>Action</b> : Séquence vidéo <b>Grimpent à bord d'un camion</b>	
S8	Séquence vidéo d'individus, le son de la rue et la voix de la lectrice de nouvelle par-dessus.	0 :04	Dans cette région du monde, les tremblements de terre sont choses fréquentes, comme vous allez le voir dans le reportage.	<b>Lieu</b> : dans cette région du monde <b>Agent</b> : les tremblements de terre <b>État</b> : sont choses fréquentes <b>Agent</b> : vous (télé spectateurs) <b>Action</b> : allez le voir <b>Lieu</b> : dans le reportage		Séquence vidéo, plein écran, plan moyen, d'hommes filmés de dos qui sont agités et s'agrippent les uns aux autres.	<b>Agent</b> : Séquence vidéo <b>Hommes</b> <b>Action</b> : Séquence vidéo <b>Sont agités et s'agrippent les uns aux autres</b>	
S9	Séquence vidéo d'animation présentant la sphère terrestre		La croûte terrestre est formée d'immenses plaques sans cesse en mouvement.	<b>Agent</b> : La croûte terrestre <b>État</b> : est formée		Séquence d'animation graphique montrant un globe terrestre se rapprochant de l'écran sur	<b>Agent</b> : Animation graphique	Répétition : (animation) croûte terrestre-

	et la voix du reporter.			d'immenses plaques sans cesse en mouvement		lequel des lignes rouge sont tracées sur les continents et dans les océans	<b>Globe terrestre avec des lignes rouges délimitant des espaces précis</b>	globe terrestre  Répétition : (animation) plaques- traces rouges
S10			L'Inde, à l'origine s'est détachée de l'Afrique, puis après une longue dérive	<b>Agent :</b> L'inde <b>Temps :</b> à l'origine <b>État :</b> s'est détachée <b>Lieu :</b> de l'Afrique <b>Temps :</b> après une longue dérive		Une animation graphique tridimensionnelle montrant deux parties de couleur vert identifiées en blanc  Afrique et Inde divisée par une couleur bleu. Sous ces couleurs, il y a une étendue orange. Les deux partie de couleur vert s'éloignent une de l'autre.	<b>Agent :</b> Animation <b>Deux parties</b> <b>Action :</b> Animation <b>s'éloignent une de l'autre</b> <b>Lieu :</b> Texte sur l'image <b>Afrique</b> <b>Lieu :</b> Texte sur l'image <b>Inde</b>	Répétition : (texte graphique) Inde  Répétition : (texte graphique) Afrique  Répétition : (animation) s'est détachée
S11			Est venue buter sur le continent euro-asiatique	<b>État :</b> est venue buter sur le continent euro-asiatique		Animation graphique montrant le continent asiatique et européen. Une partie de ce qui ressemble à un pays flotte sur l'océan et se rapproche	<b>Agent :</b> Animation <b>un pays</b> <b>Action :</b>	Répétition : (animation) dérive-flotte

						du continent	<p><b>Animation</b></p> <p>flotte</p> <p><b>Lieu :</b></p> <p>Animation</p> <p><b>vers le continent européen et asiatique</b></p>	<p>Répétition :</p> <p>(animation)</p> <p>continent européen et asiatique</p>
S12			L'Inde se glissant sous l'Asie. Un phénomène qui, il y a 50 millions d'années,	<p><b>Agent :</b> L'Inde</p> <p><b>Action :</b> se glissant</p> <p><b>Lieu :</b> sous l'Asie</p> <p><b>Agent :</b> un phénomène</p> <p><b>Temps :</b> il y a 50 millions d'années</p> <p><b>Action :</b> va soulever la chaîne de l'Himalaya</p>	Quantification : 50 millions d'années	Animation graphique montrant une partie de terre se glissant sous une autre partie. On y voit de l'eau (bleu). Plus la partie se glisse sous l'autre plus l'autre se soulève.	<p><b>Agent :</b></p> <p>Animation</p> <p><b>partie de terre</b></p> <p><b>Action :</b></p> <p>Animation</p> <p>se glisse</p> <p><b>Lieu :</b></p> <p>Animation</p> <p><b>sous une autre partie</b></p> <p><b>Agent :</b></p> <p>Animation</p> <p><b>une partie</b></p> <p>Action :</p> <p>Animation</p> <p><b>se soulève</b></p>	<p>Répétition :</p> <p>(animation)</p> <p>se glissant sous l'Asie</p> <p>Répétition :</p> <p>(animation)</p> <p>se soulève</p>
S13	Séquence d'animation graphique montrant le relief	0 :03	Va soulever la chaîne de l'Himalaya projetant le fond des mers de l'époque à plus de 8 milles mètres d'altitude.	<p><b>Action :</b> projetant</p> <p>le fond des mers</p> <p><b>Temps :</b> de l'époque</p>	Quantification : 8 milles mètres	Une animation graphique présente une partie du continent asiatique et son relief. Des couleurs	<p><b>Lieu :</b></p> <p>Continent asiatique</p>	<p>Répétition :</p> <p>(animation)</p>

d'une partie du monde et la voix du reporter.

**Mesure :** plus de 8 milles mètres d'altitude

différentes sont utilisées pour présentés les différence de relief et l'Himalaya est de couleur plus foncée. Les parties plus pales (en vert) se rapproche entres elles et viennent surélever l'Himalaya qui devient plus importante et plus foncée.

**Lieu :** Himalaya altitude- hauteur

**Agent :** les parties de terre

**Action :** se rapprochent pour surélever l'Himalaya

**Agent :** L'Himalaya

**Action :** devient plus importante en hauteur

S14	Séquence d'animation graphique de la sphère terrestre.	0 :05	Aujourd'hui encore, l'Himalaya est une chaîne de montagnes qui se construit séismes après séismes.	<p><b>Temps :</b> Aujourd'hui</p> <p><b>Agent :</b> L'Himalaya</p> <p><b>État :</b> est une chaîne de montagnes</p> <p><b>Action :</b> qui se construit</p> <p><b>Moyen :</b> séismes après séismes</p>		L'animation fait faire une rotation au globe terrestre 3D (sur lequel le relief est mis en évidence) et s'arrête de façon à ce que le continent asiatique soit plein écran. Il y a ensuite un zoom sur le continent asiatique et ensuite un zoom sur l'Himalaya.	<p><b>Lieu :</b> la terre</p> <p><b>Lieu :</b> continent Asiatique</p> <p><b>Lieu :</b> Himalaya</p>	Répétition : (animation) Himalaya
S15	Image plein écran, séquence vidéo d'un spécialiste et sa voix	0 :07	Les contraintes s'accroissent le long d'une grande faille, au pied de l'Himalaya, l'Himalaya lui-même, il a grimpé à cause de cette collision,	<p><b>Agent :</b> les contraintes</p> <p><b>Action :</b> s'accroissent</p> <p><b>Lieu :</b> le long d'une grande faille</p> <p><b>Lieu :</b> au pied de l'Himalaya</p>		Séquence vidéo montrant un homme en plan moyen devant une carte géographique identifiant l'Inde, l'Himalaya, le Tibet. Il parle à la caméra et utilise la carte pour illustrer son texte. Deux flèches jaunes pointent l'Himalaya et un autre point sur la	<p><b>Agent :</b> Homme</p> <p><b>Lieu :</b> devant une carte géographique</p> <p><b>Lieu :</b> Inde</p> <p><b>Lieu :</b> Himalaya</p>	<p>Répétition : (texte graphique) Himalaya</p> <p>*Remarque : Ici la carte n'est</p>

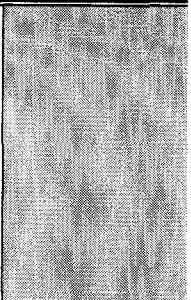
				<p><b>Agent :</b> L'Himalaya lui-même</p> <p><b>Action :</b> a grimpé</p> <p><b>Cause :</b> à cause de cette collision</p>		carte	<p><b>Lieu :</b> Tibet</p> <p><b>Action :</b> parle en utilisant la carte</p> <p><b>Lieu :</b> Himalaya (flèche jaune)</p>	<p><i>pas un ajout graphique mais fait partie de l'image. Le texte sur cette carte sera considéré comme le texte graphique car il s'agit de mots visibles à l'écran.</i></p>
S16	Image plein écran, séquence vidéo d'un spécialiste et sa voix	0:12	Et cette faille, elle se bloque, elle se bloque pendant un certain temps. À la vitesse de 5 centimètres par an, si elle reste bloquée cent ans pendant la vie d'un homme, et bien elle aura, 5 mètres à rattraper d'un coup. Et c'est ce rattrapage qui cause ces grands tremblements de terre.	<p><b>Agent :</b> cette faille</p> <p><b>Action :</b> se bloque</p> <p><b>Temps :</b> pendant un certain temps</p> <p><b>Mesure :</b> à la vitesse de 5 centimètres par an,</p> <p><b>condition :</b> si elle (la faille)</p> <p><b>Action :</b> reste bloquée</p> <p><b>Mesure :</b> cent ans</p> <p><b>Temps :</b> pendant la vie d'un homme</p> <p><b>Conséquence :</b> et bien, elle aura à rattraper d'un coup</p> <p><b>Mesure :</b> 5 mètres</p>	<p>Quantification : 5 centimètres par an</p> <p>Exemple : si elle reste bloquée cent ans pendant la vie d'un homme, elle aura à rattraper d'un coup 5 mètres</p>	Même séquence vidéo qu'en TS12 mais une bande de texte apparaît au bas de l'écran : Vincent Courillot, Directeur Institut physique du globe de Paris	<p><b>Agent :</b> homme</p> <p><b>Lieu :</b> devant une carte géographique</p> <p><b>Lieu :</b> Inde</p> <p><b>Lieu :</b> Himalaya</p> <p><b>Lieu :</b> Tibet</p> <p><b>Action :</b> parle en utilisant la carte</p> <p><b>Lieu :</b> (flèche jaune) Himalaya</p> <p><b>Agent :</b> bande graphique</p> <p><b>Vincent Courillot, Directeur</b></p>	<p><b>Répétition :</b> (image) la faille (l'homme la montre en donnant son explication)</p>

				<b>Agent :</b> ce rattrapage <b>État :</b> est <b>Conséquence :</b> ce qui cause ces grands tremblements de terre			<b>Institut physique du globe</b> <b>Lieu :</b> Bande graphique <b>de Paris</b>	
S17	Image plein écran de (tracé du mouvement) et la voix du reporter	0 :04	Samedi, l'intensité de la secousse principale était de 7, 6	<b>Temps :</b> Samedi <b>Agent :</b> l'intensité de la secousse principale <b>État :</b> était <b>Mesuré :</b> 7, 6	Quantification :7,6	Image plein écran d'un sismogramme en haut duquel on peut lire : October 8th 2005- Pakistan, M=7.6	<b>Agent :</b> sismogramme <b>Mesure :</b> M=7,6 <b>Lieu :</b> Pakistan	<b>Répétition :</b> (graphique) Intensité de la secousse (par le sismogramme)  <b>Répétition :</b> (texte graphique) 7,6
S18	Animation graphique d'une carte géographique et la voix du reporter	0 :01	Sur l'échelle de richter.	<b>Lieu :</b> sur l'échelle de richter		Image plein écran d'une animation graphique montrant une carte géographique sur laquelle l'Inde est de couleur différente (vert). Sur cette carte, on peut lire le nom des pays identifiés suivants : Inde, Pakistan, Tibet. L'Himalaya est aussi identifié. Un petit carré indique l'endroit du séisme et une animation imite des ondes (par des cercles clignotant). On peut lire à gauche de cette animation : Pakistan 8	<b>Lieu :</b> Inde <b>Lieu :</b> Inde, Pakistan, <b>Lieu :</b> Tibet <b>Lieu :</b> Himalaya <b>Lieu :</b> endroit du séisme <b>Agent :</b> ondes <b>Lieu :</b> Pakistan <b>Temps :</b> 8	<b>Répétition :</b> (animation graphique) (les ondes) la secousse principale

						octobre 2005	octobre 2005	
S19	Animation graphique d'une carte géographique (TS15) et graphique texte et voix du reporter	0 :05	Et plus de 200 répliques ont suivis d'intensités comprises entre 6 et 5.	<p><b>Mesure :</b> plus de 200</p> <p><b>Agent :</b> répliques</p> <p><b>État :</b> ont suivis</p> <p><b>Mesure :</b> d'intensités comprises entre 6 et 5</p>	<p>Quantification : plus de 200 répliques</p> <p>Quantification : d'intensités comprises entre 6 et 5</p>	Même animation graphique qu'en TS15. Un encadré vert apparaît en haut à droite de l'écran dans lequel est écrit : <b>Secousse principale</b> (de couleur noir) <b>7, 6</b> (de couleur jaune). Sous ce titre, il est écrit : <b>Répliques entre</b> (de couleur blanche) <b>6</b> (jaune) <b>et</b> (blanc) <b>5</b> (jaune)	<p><b>Lieu :</b> Inde</p> <p><b>Lieu :</b> Inde, <b>Lieu :</b> Pakistan, <b>Lieu :</b> Tibet</p> <p><b>Lieu :</b> Himalaya</p> <p><b>Lieu :</b> endroit du séisme</p> <p><b>Agent :</b> ondes</p> <p><b>Lieu :</b> Pakistan</p> <p><b>Temps :</b> 8 octobre 2005</p> <p><b>Agent :</b> Encadré</p> <p><b>secousse principale</b></p> <p><b>Mesure :</b> Encadré 7,6</p> <p><b>Agent :</b> Encadré</p> <p><b>Répliques</b></p> <p><b>Mesure :</b> encadré</p> <p><b>Entre 6 et 5</b></p>	Répétition : (texte graphique) réplique entre 6 et 5
S20	Image plein écran, séquence	0 :07	Pour des raisons physiques, les plus violents se produisent toujours aux extrémités ouest et est	<b>Cause :</b> pour des		Séquence vidéo plein écran pendant laquelle la	<b>Lieu :</b> mouvement	Répétition :

	vidéo d'une partie de carte géographique et voix du reporter		du grand chevauchement frontal Himalaya.	<p>raisons physiques</p> <p><b>Agent</b> : les plus violents (tremblements de terre)</p> <p><b>Action</b> : se produisent</p> <p><b>Temps</b> : toujours</p> <p><b>Lieu</b> : aux extrémités ouest et est du grand chevauchement frontal Himalaya</p>		<p>caméra se déplace de gauche à droite (d'ouest en est) en filmant une carte géographique (la même qu'en TS12) identifiant dans l'ordre (de gauche à droite) : Pakistan, le point du séisme par un carré rouge, chevauchement frontal Himalaya, Himalaya, Tibet</p>	<p>de la caméra</p> <p><b>Ouest en est (gauche à droite)</b></p> <p><b>Lieu</b> : Pakistan</p> <p><b>Lieu</b> : Le point du séisme</p> <p><b>Lieu</b> : chevauchement frontal Himalaya</p> <p><b>Lieu</b> : Himalaya</p> <p><b>Lieu</b> : Tibet</p>	<p>(image)</p> <p>Ouest en est</p> <p>Répétition : (texte graphique)</p> <p>Chevauchement frontal Himalaya</p>
S21	Image plein écran, séquence vidéo d'un spécialiste et sa voix	0 :18	<p>Vous voyez que l'Inde est un peu comme une bête à cornes qui enfonce particulièrement la croûte de l'Asie dans ces régions, et bien c'est là, à la terminaison de la grande faille, qui a causé le tremblement de terre de Sumatra et le tremblement de terre et le Tsunami, que va sans doute se produire un prochain très grand tremblement de terre. C'est là qu'il faut faire le plus attention.</p>	<p><b>Agent</b> : vous (téléspectateurs)</p> <p><b>Action</b> : voyez que</p> <p><b>Agent</b> : l'Inde</p> <p><b>État</b> : est un peu comme une bête à cornes</p> <p><b>Action</b> : qui enfonce la croûte</p> <p><b>Lieu</b> : de l'Asie</p> <p><b>Lieu</b> : dans ces régions</p>	<p>Métaphore : L'Inde est un peu comme une bête à cornes qui enfonce la croûte...</p>	<p>Même que TS12. Le spécialiste utilise ses mains pour décrire la forme de l'Inde et son mouvement.</p>	<p><b>Agent</b> : homme</p> <p><b>Lieu</b> : devant une carte géographique</p> <p><b>Lieu</b> : Inde</p> <p><b>Lieu</b> : Himalaya</p> <p><b>Lieu</b> : Tibet</p> <p><b>Action</b> : décrit la forme de mouvements</p>	<p>Répétition : (Image)</p> <p>- de l'action-avec le mouvement des mains</p> <p>Répétition : (texte graphique)</p> <p>L'Inde</p>

				<p><b>Lieu :</b> là</p> <p><b>Lieu :</b> à la terminaison de la grande faille qui a causé le tremblement de terre et le Tsunami</p> <p><b>Agent :</b> un prochain très grand tremblement de terre</p> <p><b>Action :</b> va sans doute se produire</p> <p><b>Lieu :</b> c'est là</p> <p><b>Agent :</b> le plus d'attention</p> <p><b>Action :</b> doit être fait (il faut)</p>			<p><b>Lieu :</b> de l'Inde</p>	
S22	Séquence animation graphique montrant une carte géographique et son relief et la voix du reporter.	0 :09	Au siècle dernier, quatre tremblements de terre supérieurs à 8 sur l'échelle de Richter ont bouleversé la région. Et les hommes qui habitent ici,	<p><b>Temps :</b> Au siècle dernier</p> <p><b>Mesure :</b> quatre</p> <p><b>Agent :</b> tremblements de terre</p> <p><b>Mesure :</b> supérieurs à 8</p> <p><b>Lieu :</b> sur l'échelle de Richter</p> <p><b>Action :</b> ont bouleversé la région.</p>	<p>Quantification : quatre</p> <p>Quantification : supérieurs à 8</p>	Séquence d'animation vidéo montrant le relief de l'Asie sur la surface de la sphère terrestre et indiquant les reliefs suivants (dans l'ordre) : Chaîne du Pamir, Chaîne du Karakoram, Bassin du Kashmir	<p><b>Lieu :</b> sphère terrestre</p> <p><b>Lieu :</b> Asie</p> <p><b>Lieu :</b> Chaîne du Pamir</p> <p><b>Lieu :</b> Chaîne du Karokoram</p> <p><b>Lieu :</b> Bassin du Kashmir</p>	<p><i>Remarque :</i> Bien que la bande visuelle présente plusieurs lieux qui ne sont pas mentionnés, dans le texte, c'est lieux permette de situer la région entourant le lieu principale de l'événement et/ou de l'explication des causes du</p>

				<b>Agent :</b> les hommes <b>État :</b> qui habitent <b>Lieu :</b> ici				séisme.
S23	Séquence vidéo, image plein écran d'un hélicoptère et le son d'un hélicoptère et d'une foule et la voix du reporter.	0 :04	Impuissants à empêcher ces séismes, ne peuvent que subir et apprendre à vivre avec.	<b>Agent:</b> impuissants (les hommes) à empêcher ces séismes <b>État :</b> ne peuvent que subir et apprendre à vivre avec.		Séquence vidéo, plan éloigné, dans laquelle on voit un hélicoptère décoller et dans le bas de l'écran, sous l'hélicoptère qui décolle, il y a une foule.	<b>Agent :</b> Séquence vidéo <b>Hélicoptère</b> <b>Action :</b> décolle	
Nb total éléments		<b>Durée totale (sec.)</b>			<b>Nb d'éléments de vulgarisation (texte narratif)</b>			<b>Nb d'éléments de vulgarisation (visuel)</b>
<b>23</b>		<b>255</b>			<b>12</b>			<b>26</b>

**Nombre total d'éléments de vulgarisation (texte narratif + visuel)**

**38**

**ANNEXE 5**  
**Grille d'analyse de contenu**  
**Nouvelle : 2B**  
**Topiques de la nouvelle en générale :**  
**Le procès de Saddam Hussein a lieu aujourd'hui, à Bagdad, Irak**

	Description générale des télé syntagmes <sup>58</sup>	Durée	Texte narratif	Topiques du texte	Éléments de vulgarisation	Description visuelle	Topiques visuels	Éléments de vulgarisation
S1	Image plein écran de la lectrice de nouvelle et une image d'un homme à droite de l'écran (mortaise <sup>59</sup> ) et sa voix	0 :15	À une certaine époque, il ne se passait pas une émission sans qu'on vous parle de Saddam Hussein, l'ex-président de l'Irak. Vous vous souvenez sûrement, c'est lui qui était à la tête du pays quand les américains ont commencé la guerre là-bas. Et bien, le procès de Saddam Hussein a commencé aujourd'hui, à Bagdad.	<p><b>Temps</b> : à une certaine époque</p> <p><b>Situation</b> : il ne se passait pas une émission sans</p> <p><b>Agent</b> : on (RDI Junior)</p> <p><b>Action</b> : vous parle de Saddam Hussein, l'ex-président de l'Irak.</p> <p><b>Agent</b> : vous (télé spectateurs)</p> <p><b>Situation</b> : vous (télé spectateurs) souvenez sûrement</p> <p><b>Agent</b> : c'est lui (Saddam Hussein)</p> <p><b>État</b> : qui était à la tête du pays</p> <p><b>Temps</b> : quand les Américains ont commencé</p>	<p><i>* remarque : il s'agit d'une amorce qui interpelle le public, un des éléments de vulgarisation.</i></p> <p>Simplification (ex-président...)</p> <p>: c'est lui qui était à la tête du pays...</p>	Plan moyen de la lectrice de nouvelle à gauche de l'écran. À droite de l'écran, il y a l'image d'un homme superposée à celles d'une statue et d'une partie du globe terrestre en arrière-plan. En haut de cette image, il y a un drapeau.	<p><b>Agent</b> :</p> <p>À gauche</p> <p><b>la lectrice de nouvelle</b></p> <p><b>Agent</b> :</p> <p>À droite</p> <p><b>un homme</b> (Saddam Hussein)</p> <p><b>Agent</b> :</p> <p>À gauche superposée</p> <p><b>une statue</b></p> <p><b>Lieu</b> :</p> <p>À gauche superposée</p> <p>globe</p>	<p>Répétition :</p> <p>(image)</p> <p>Saddam Hussein</p> <p>Répétition :</p> <p>(drapeau)</p> <p>Irak</p>

<sup>58</sup> La bande texte qui défile au bas de l'écran ne sera pas analysée parce qu'elle ne fait pas partie de la nouvelle mais de la chaîne qui présente le bulletin de nouvelle, RDI.

<sup>59</sup> Les mortaises du RDI juniors sont différentes du Téléjournal

				<p>la guerre</p> <p><b>Lieu :</b> là-bas (Irak).</p> <p><b>Agent :</b> le procès de Saddam Hussein</p> <p><b>Action :</b> a commencé</p> <p><b>Temps :</b> aujourd'hui</p> <p><b>Lieu :</b> à Bagdad</p>			<p>terrestre</p> <p><b>quelque part dans le monde</b></p> <p><b>Lieu :</b></p> <p>À gauche</p> <p><b>drapeau</b> (irakien)</p>	
S2	Image plein écran, séquence vidéo de la salle de procès et la voix de la lectrice de nouvelle	0 :13	L'ancien président est accusé d'avoir massacré, en 1982, 143 habitants d'un village qui s'opposaient à lui. Saddam a déjà dit qu'il n'était pas coupable et que le tribunal n'avait pas le droit de le juger. Beaucoup de témoins	<p><b>Agent :</b> l'ancien président</p> <p><b>État :</b> est accusé d'avoir massacré les habitants d'un village qui s'opposaient à lui</p> <p><b>Temps :</b> 1982</p> <p><b>Mesure :</b> 143</p> <p><b>Agent :</b> Saddam</p> <p><b>Action :</b> a dit qu'il n'était pas coupable</p> <p><b>Temps :</b> déjà</p> <p><b>Agent :</b> le tribunal</p> <p><b>Action :</b> n'avait pas le droit de le juger</p> <p><b>Agent :</b> Beaucoup de témoins</p>	Quantification : 143 habitants	Séquence vidéo, montrant des individus assis et l'accusé qui arrive et s'assoit guidé par la sécurité. Il y a un zoom sur le visage de l'accusé. Une bande texte apparaît : Bagdad, Irak.	<p><b>Agent :</b> Séquence vidéo</p> <p><b>accusés</b></p> <p><b>Action :</b> Séquence vidéo</p> <p><b>un des accusés (Saddam Hussein) s'assoit</b></p> <p><b>Agent :</b> Séquence vidéo (zoom)</p> <p><b>L'accusé (Saddam Hussein)</b></p> <p><b>Lieu :</b> Bande de texte</p> <p><b>Bagdad, Irak</b></p>	Répétition : (image) Saddam Hussein, accusé

S3	Image plein écran d'un homme <sup>60</sup> et la voix de la lectrice de nouvelle	0 :02	Ne se sont pas présentés parce qu'ils ont peur d'être mal traités.	<b>Action</b> : ne se sont pas présentés <b>Cause</b> : parce qu'ils ont peur d'être mal traités		Image plein écran, plan moyen d'un homme.	<b>Agent</b> : un homme (juge)	
S4	Image plein écran de l'accusé et sa voix en arrière plan et la voix de la lectrice de nouvelle par-dessus	0 :04	C'est que Saddam Hussein a encore beaucoup d'amis en liberté qui pourraient vouloir le venger	<b>Agent</b> : Saddam Hussein <b>Situation</b> : a encore beaucoup d'amis en liberté <b>Conséquence</b> : qui pourraient vouloir le venger		Image plein écran, plan moyen de l'accusé qui parle.	<b>Agent</b> : l'accusé (Saddam Hussein) <b>Action</b> : parle	Répétition : (image) Saddam Hussein
S5	Image plein écran d'un homme (même que TS3) et sa voix et la voix de la lectrice de nouvelle par-dessus.	0 :02	C'est le premier procès pour des crimes de guerre en Irak, il y en aura d'autres	<b>Agent</b> : le premier procès pour des crimes de guerre <b>Lieu</b> : en Irak <b>État</b> : il y (Irak) en aura d'autres (procès)		Image plein écran, plan moyen de l'homme en TS3 qui parle.	<b>Agent</b> : homme (juge) <b>Situation</b> : parle	
S6	Image plein écran du profil de l'accusé et la voix en arrière plan de l'homme en TS3 et la voix de la lectrice de nouvelle par-dessus.	0 :01	Car durant le règne de Saddam Hussein	<b>Temps</b> : durant le règne de Saddam Hussein		Image plein écran, plan rapproché du profil de l'accusé <sup>61</sup>	<b>Agent</b> : accusé (Saddam Hussein)	Répétition : (image) Saddam Hussein
S7	Image plein écran de l'homme en TS3	0 :03	De nombreuses personnes ont été torturées et tuées.	<b>Agent</b> : de nombreuses personnes <b>Situation</b> : ont été torturées et tuées		Même que TS3	<b>Agent</b> : un homme (juge)	
S8	Image plein écran, séquence vidéo de la salle de procès	0 :01	L'armée américaine a renversé Saddam Hussein	<b>Agent</b> : l'armée américaine <b>Action</b> : a renversé Saddam Hussein		Séquence vidéo, plan éloigné d'hommes assis derrière l'accusé qui lui est debout et parle.	<b>Agent</b> : Séquence vidéo <b>hommes</b>	Répétition : (image) Saddam

<sup>60</sup> Même image qu'un des TS dans le *Téléjournal*

<sup>61</sup> Même image qu'un des TS du *Téléjournal*

							<p><b>accusés</b></p> <p><b>situation :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>sont assis</b></p> <p><b>Agent :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>Accusé (Saddam Hussein)</b></p> <p><b>Action :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>parle</b></p>	Hussein
S9	Image plein écran de l'accusé et sa voix en arrière plan. La voix de la lectrice de nouvelles par dessus.	0 :01	En avril 2003.	<b>Temps :</b> en avril 2003		Séquence vidéo, plan moyen de l'accusé qui parle.	<p><b>Agent :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>Accusé (Saddam Hussein)</b></p> <p><b>Action :</b></p> <p>Séquence vidéo</p> <p><b>Parle</b></p>	

<b>Nb total de éléments</b>	<b>Durée totale (sec)</b>
<b>9</b>	<b>42</b>

<b>Nb d'éléments de vulgarisation (texte narratif)</b>	<b>Nb d'élément de vulgarisation (visuel)</b>
<b>2</b>	<b>6</b>

**Nombre total d'éléments de vulgarisation (texte narratif + visuel)**

**8**

**ANNEXE 6**  
**Questionnaire 1**  
**Questionnaire de présélection des participants**

Je réalise une thèse de maîtrise en communication sur l'information dans les bulletins de nouvelles. Merci de prendre le temps de répondre aux quelques questions suivantes. Toutes les informations fournies demeureront confidentielles.

**Veillez encercler votre choix.**

**Vous ne pouvez qu'encercler une seule réponse par question.**

**1- Dans quel groupe d'âge vous situez-vous ?**

18-20 ans      21-23 ans      24-26 ans      27-30 ans      autre : \_\_\_\_\_

**2- Quel est votre sexe ?**

Homme      femme

**3- Quelle est votre nationalité ?**

canadienne      autre ( précisez : \_\_\_\_\_ )

**4- Avez-vous déjà habité au Québec ?**

OUI      NON

**4.1** Si vous avez encerclé « OUI » à la question 4, pendant combien de temps avez-vous habité au Québec ?

Moins d'un an      1-2 ans      3-4 ans      plus que 4 ans

**5- Quelle est votre langue maternelle ?**

Français      Anglais      Autre (précisez : \_\_\_\_\_)

**6- Quelles études avez-vous complétées ?**

collégiales/cégep      1<sup>er</sup> cycle universitaire      2<sup>e</sup> cycle universitaire      Aucune de ces réponses

**7- Regardez-vous les bulletins de nouvelles à la télévision ?**

OUI      NON

**7.1** Si vous avez répondu « OUI » à la question 7, à quelle chaîne de télévision regardez-vous les bulletins de nouvelles le plus souvent ?

Télévision Quatre-Saisons (TQS)

TVA

Radio-Canada (SRC)

RDI

CBC

CTV

Autre (précisez : \_\_\_\_\_)

**8- Consentez-vous à participer à mon étude comportant le visionnement de nouvelles télévisées et la complétion de questionnaires (15 minutes)?**

OUI

NON

**8.1 Si vous avez répondu « OUI » à la question 8, veuillez indiquer ci-dessous si vous préférez que je vous appelle ou que je vous écrive.**

**Je préférerais que vous me contactez : PAR TÉLÉPHONE**

**PAR COURRIEL**

**Mon nom :** \_\_\_\_\_

**Mon numéro de téléphone :** \_\_\_\_\_

**Mon adresse courriel :** \_\_\_\_\_

Cette étude requiert le choix de participants correspondant à des critères pré-établis. Seuls les participants retenus seront rejoints.

Merci de votre collaboration!

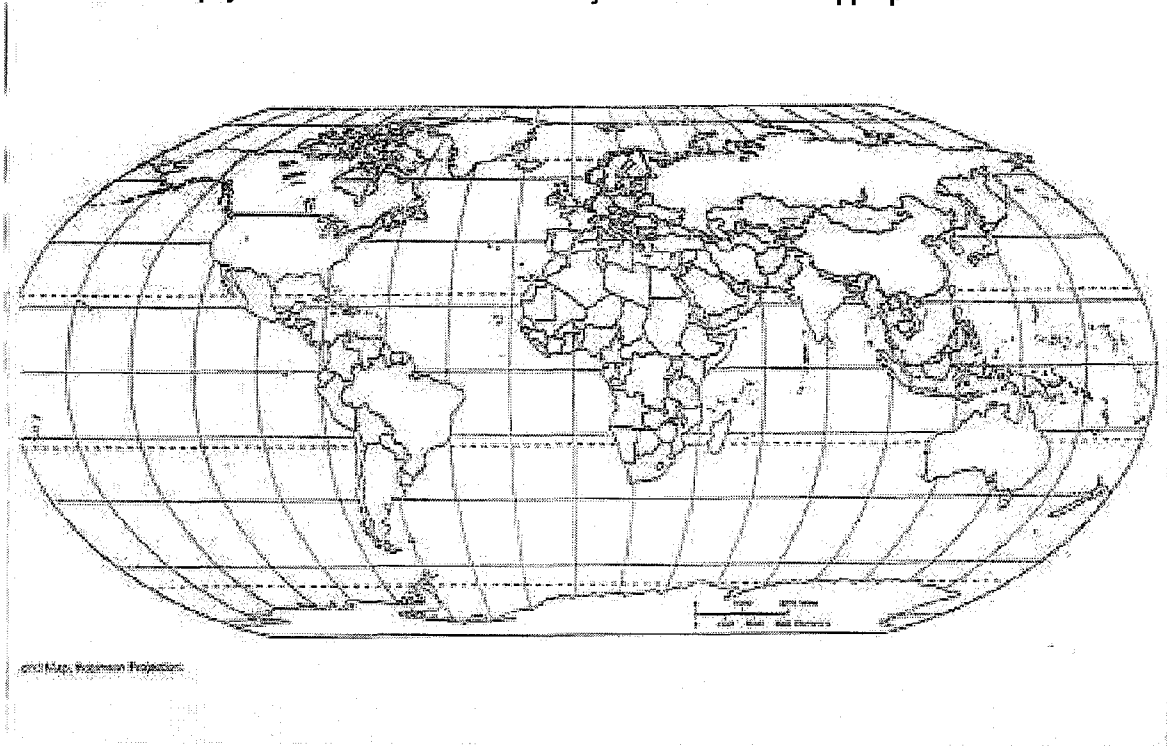
**ANNEXE 7**  
**Questionnaire 2A**

Ce questionnaire doit être complété avant le visionnement de la nouvelle A.  
Toutes les informations fournies demeureront confidentielles.

Nom du participant : \_\_\_\_\_

En octobre 2005, un tremblement de terre a secoué le Pakistan.

1- Situez ce pays sur la carte ci-dessous en traçant un X à l'endroit approprié



2- Quelles sont les caractéristiques géographiques de ce pays ?

\_\_\_\_\_

3- Quelle est la religion majoritairement pratiquée dans ce pays?

\_\_\_\_\_

4- Quelles sont les autres caractéristiques ou faits historiques que vous connaissez de ce pays?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**5- Y a-t-il eu d'autres catastrophes naturelles dans cette région dans les 10 dernières années?**

OUI

NON

(Encerclez votre choix)

**5.1- Si vous avez répondu « OUI » à la question 3, pouvez-vous nommer les catastrophes naturelles auxquelles vous faites référence?**

---

---

---

**6- Quels sont les moyens utilisés par le gouvernement du Canada pour venir en aide aux pays touchés par des catastrophes du genre ?**

---

---

## ANNEXE 8

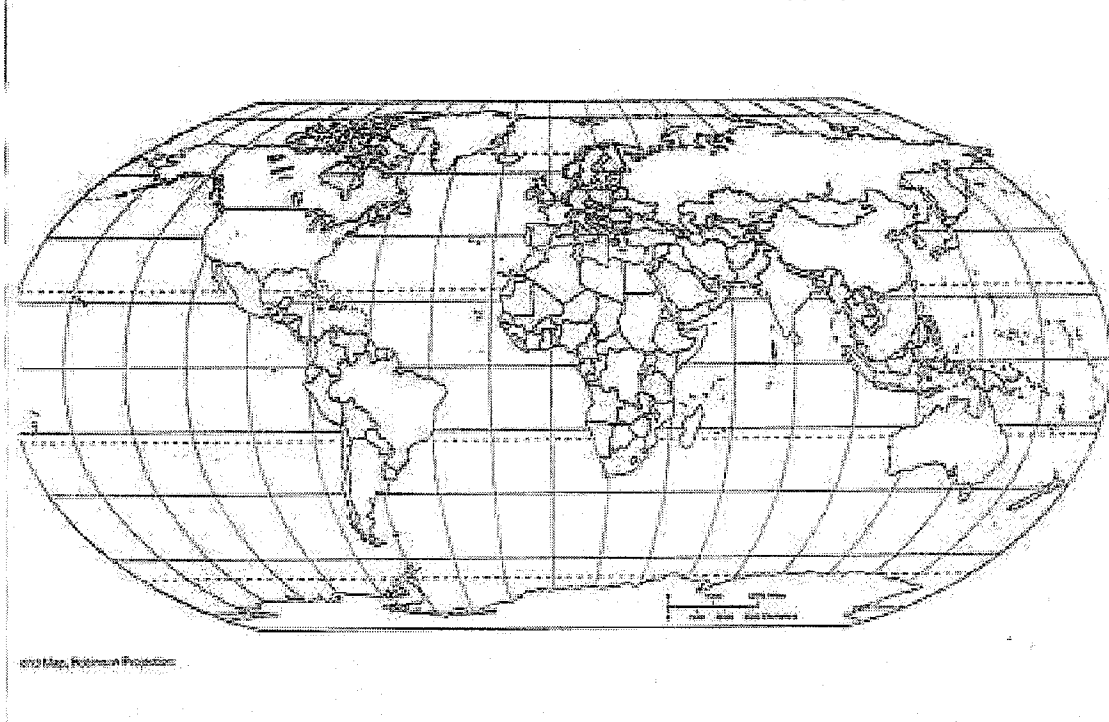
### Questionnaire 2B

Ce questionnaire doit être complété après le visionnement de la nouvelle A.  
Toutes les informations fournies demeureront confidentielles.

Nom du participant : \_\_\_\_\_

En octobre 2005, un tremblement de terre a secoué le Pakistan.

1-Situez ce pays sur la carte ci-dessous en traçant un X à l'endroit approprié



2-Quelles sont les caractéristiques géographiques de ce pays ?

\_\_\_\_\_

3- Quelle est la religion majoritairement pratiquée dans ce pays?

\_\_\_\_\_

4- Quelles sont les autres caractéristiques ou faits historiques que vous connaissez de ce pays?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5- Y a-t-il eu d'autres catastrophes naturelles dans cette région dans les 10 dernières années?

OUI

NON

(Encerlez votre choix)

**5.1- Si vous avez répondu « OUI » à la question 3, pouvez-vous nommer les catastrophes naturelles auxquelles vous faites référence?**

---

---

**6- Quels sont les moyens utilisés par le gouvernement du Canada pour venir en aide aux pays touchés par des catastrophes du genre ?**

---

---

## ANNEXE 9 Questionnaire 3A

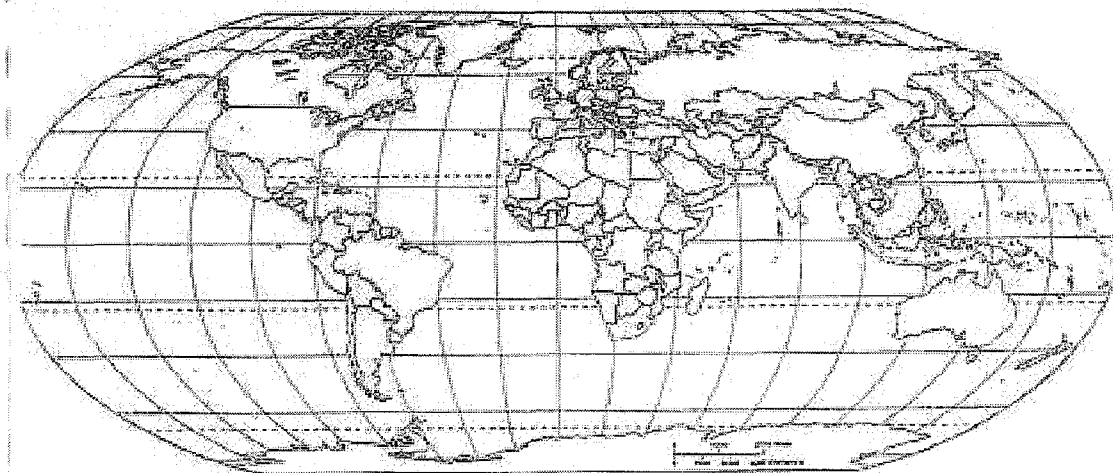
Ce questionnaire doit être complété avant le visionnement de la nouvelle B.  
Toutes les informations fournies demeureront confidentielles.

Nom du participant : \_\_\_\_\_

1- Qui est Saddam Hussein ? \_\_\_\_\_

2- De quel pays vient-il ? \_\_\_\_\_

3- Situez ce pays sur la carte ci-dessous en traçant un X à l'endroit approprié



©2011 Map, Esri/Arno Projections

4- Quelle est la religion majoritaire de ce pays ? \_\_\_\_\_

5- Savez-vous ce qu'est un *sunnite* ? OUI NON  
(Encerclez votre réponse)

6- Savez-vous ce qu'est un *chiite*? OUI NON  
(Encerclez votre réponse)

7- Quelle est la langue officielle de ce pays? \_\_\_\_\_

8- Quelles sont les autres caractéristiques ou faits historiques que vous connaissez de ce pays?

---

---

---

**9- Saddam Hussein a été arrêté le 13 décembre 2003.**

**9.1 Par qui a-t-il été arrêté? \_\_\_\_\_**

**9.2 De quoi est-il accusé? \_\_\_\_\_**

## ANNEXE 10

### Questionnaire 3B

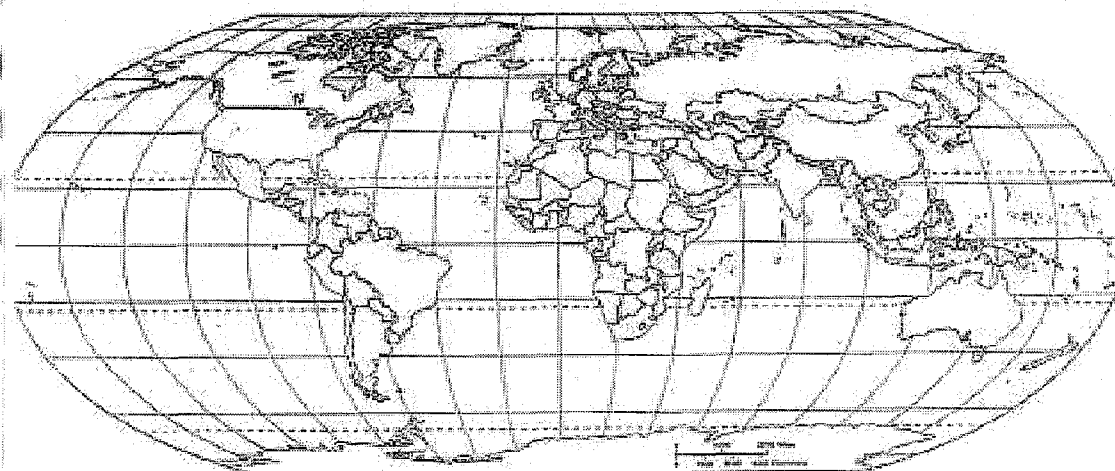
Ce questionnaire doit être complété après le visionnement de la nouvelle B.  
Toutes les informations fournies demeureront confidentielles.

Nom du participant : \_\_\_\_\_

1- Qui est Saddam Hussein ? \_\_\_\_\_

2- De quel pays vient-il ? \_\_\_\_\_

3- Situez ce pays sur la carte ci-dessous en traçant un X à l'endroit approprié



4- Quelle est la religion majoritaire de ce pays ? \_\_\_\_\_

5- Savez-vous ce qu'est un *sunnite* ? OUI      NON  
(Encerclez votre réponse)

6- Savez-vous ce qu'est un *chiite* ? OUI      NON  
(Encerclez votre réponse)

7- Quelle est la langue officielle de ce pays ? \_\_\_\_\_

8- Quelles sont les autres caractéristiques ou faits historiques que vous connaissez de ce pays?

---

---

---

**9- Saddam Hussein a été arrêté le 13 décembre 2003.**

**9.1 Par qui a-t-il été arrêté?** \_\_\_\_\_

**9.2 De quoi est-il accusé?** \_\_\_\_\_

---

*La prochaine étape de votre participation à l'étude consiste en une entrevue téléphonique d'une durée maximale de 10 minutes. Quand préférez-vous que je vous appelle?*

*Le mardi 7 février 2006 à \_\_\_\_\_*  
*(Indiquez l'heure)*

*Le jeudi 9 février 2006 à \_\_\_\_\_*  
*(Indiquez l'heure)*

*À quel numéro préférez-vous que je vous appelle?* \_\_\_\_\_

**Merci de votre participation !**

**ANNEXE 11**  
**Questionnaire 4**  
**L'entrevue téléphonique**

Ces questions doivent être posées au participant par l'étudiante pendant l'entrevue téléphonique. Toutes les informations fournies demeureront confidentielles.

Nom du participant : \_\_\_\_\_

1- Par quel type de nouvelles à la télévision êtes vous le plus intéressé ?

- a) La politique
- b) Les arts et divertissement (cinéma, vedettes, spectacles, etc.)
- c) Les sports
- d) L'économie ou les finances
- e) Les faits divers ( meurtres, incendies, accidents, etc.)

1.1-Pourquoi vous sentez-vous interpellés par cette information?

---

---

---

2- Suivez-vous l'actualité en général?

OUI                      NON

2.1- Si oui, quel est le média que vous préférez pour vous informer?

---

3- Suivez-vous l'actualité internationale ?

OUI                      NON

3.1- Si OUI, quel est le média que vous préférez et pourquoi?

---

---

---

3.2- Si NON, donnez-moi une ou plusieurs raisons qui expliquent pourquoi vous ne suivez pas l'information internationale?

---

---

4- Parmi les éléments suivants, lequel d'après vous suscite le plus **vosre intérêt** lorsque vous regardez les nouvelles à la télévision?

- a) Les images
- b) Les spécialistes interviewés
- c) L'endroit où à lieu l'événement (ex. dans ma ville, des pays que j'ai visité)
- d) Les témoins interrogés
- e) Des personnalité publiques connues
- f) Les conséquences de l'événement sur ma vie
- g) Les explications fournies sur l'événement

**ANNEXE 12**  
**Profil des téléspectateurs (saison 2005-2006) fourni par la Société Radio-Canada**

**Profil selon le sexe et l'âge du Téléjournal / Le Point  
 Francophones du Québec  
 Saison 2005-06\***

	Téléjournal / Le Point 22h-22h30		Téléjournal / Le Point 22h30-23h	
	(000)	(%)	(000)	(%)
<b>Tous 2 ans +</b>	352	100	205	100
2-11 ans	11	3	5	2
12-17 ans	12	3	6	3
18-34 ans	49	14	31	15
35-49 ans	71	20	40	20
50-59 ans	86	24	47	23
60 ans +	124	35	76	37
<b>Femmes 18ans +</b>	166	47	106	52
18-34	22	6	13	6
35-49	35	10	20	10
50-59	40	11	26	13
60 ans+	70	20	47	23
<b>Hommes 18ans +</b>	164	46	88	43
18-34	27	8	18	9
35-49	36	10	21	10
50-59	47	13	21	10
60 ans+	54	15	29	14

\* Du 5 septembre 2005 au 9 avril 2006

## BIBLIOGRAPHIE

- Attallah, P. et Regan, L. (2002). *Mediascapes : New Patterns in Canadian Communication*. Canada : Thomson-Nelson.
- Ball-Rockeach , S.J., et De Fleur, M.L. (1976). A dependency model of mass media effects. *Communication Research*. Beverly Hills, CA : Sage.
- Batscha,R. (1975). *Foreign Affairs News and the Broadcast Journalist*. New York : Praeger Publishers.
- Bennett, W.L.(2001). *News: The politics of illusion*. New York : Addison, Wesley, Longman.
- Berelson, B. (1952). Content Analysis. *Communication Research*. New York : Free Press, 1952.
- Bignell, J. (2004). *An Introduction to Television Studies*. London-NewYork : Routledge.
- Blumler J.G. & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Brin, C., Charron, J., et de Bonville, J. (2004). *Nature et transformation du journalisme : Théorie et recherches empiriques*. Québec : Les presses de l'Université Laval.
- Boudon, R. (1986). *L'idéologie ou l'origine des idées reçues*. Paris : Fayard.
- Bourges, H. (2003). Dans le désordre croissant de la planète, où va le journalisme?. *Les Cahiers du journalisme-Les promesses et les pièges de l'information international.*, no12, 12-30.
- Cadotte, L. (2002). La construction de la signification des reportages télévisuels chez de jeunes adultes. *Communications*, vol.22, no1,
- Cadinot, V. (2006). Science et Vie : une position d'exception dans la presse de vulgarisation scientifique. *Les Cahiers du journalisme-Médias&Science*, no15, 44-65.
- Cauchon, P. (2005). Médias : Du bon usage de la provocation, *Le Devoir*, consulté le 18 avril 2005, <http://www.ledevoir.com/cgi-bin/imprimer?path=/2005/04/18/7606.html>.
- Centre d'étude sur les médias. (2002). Nouvelles télévisées : Les téléspectateurs recherchent la qualité quand les annonceurs se mêlent d'information, consulté le 17 février 2006, <http://www.cem.ulaval.ca/OBSERVATIONS64.html>.
- Coulomb-Gully, M. (1995). *Les informations télévisés*. Paris : Presse universitaire de France.
- Corner, J. (1999). *Critical Ideas in Television Studies*. New York: Oxford University Press Inc.
- Comeau, P.A. (1980). L'information internationale, parent pauvre? *Les journalistes : dans les coulisses de l'information*. 2e éd, 239-260.
- Consortium Canadien De Recherche sur Les Média. (2004). Consulté le 2 avril 2006, <http://cmrccrm.ca/francais/reportcard2004/05.html>
- Curran, J. (1970). The Impact of TV on the Audience for National News Paper. *Media Sociology*, 104-181.
- Dahlgren, P. (1983). *Making Sense of the News : an Ethnographic Perspective*. Montréal :McGill University.

- Dahlgren, P. and Sparks, C. (1992). *Journalism and Pop Culture*. London : Sage Publications.
- De bonville, J. (2000). *L'analyse de contenu des médias : de la problématique au traitement statistique*. Paris ; Bruxelles : De Boeck université
- De Bonville, J. et Vermette, J. (1989). Le journal télévisé : proposition d'une méthode d'analyse de la télévisualisation. *Communication et Information*, vol.10, no1, 63-93.
- Deleu, C. (2006). Les journalistes et la science : représentation des pratiques professionnelles dans les journaux d'information des médias télévisuels généralisés. *Les Cahiers du journalisme- Médias & Science*, no15, p.66-85.
- Desbarats, P. (1996). *Guide to Canadian News Media*, second edition. United States : Harcourt Brace Canada.
- Fiske, J et Hartley, J. (1978). *Reading Television*. London : Methuen
- Ganz, P. (1988). *Le reportage radio et télé*. Paris : CFPJ.
- Geertz, C. (1986). *Savoir local, savoir global : les lieux du savoir*. Paris : Presse universitaire de France.
- Gerbner, G., Gross, L, Morgan, M, and Signorielli, N. (1986). Living With Television: The Dynamics of the Cultivation Process. *Perspectives on Media Effects*.
- Ghosn, C. (2003). Stéréotype et information télévisuelle. *Les Cahiers du journalisme-Les promesses et les pièges de l'information internationale*, no12, 97-111.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. *Culture, Media, Language, Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979*, London, Hutchinson : CCCS, University of Birmingham.
- Johnson-Cartee, K. (2005). *News Narratives and News Framing: Constructing Political Reality*. United States : Rowman&Littlefield Publisher.
- Just, M., Cligler and Neuman (1996). Cognitive and affective dimensions of political conceptualization. *The Psychology of Political Communication*.
- Katz, E. et Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence*. New York : Free Press.
- Kline, S. (1982). Les informations télévisées : structure de leur interprétation de l'actualité. *Communication Information*, vol.4 no.3, 125-155.
- Le petit Robert (1981). Le Robert, France.
- Labasse, B. (1997, juin) Repenser l'information, vieux schémas et ancien enjeu. *Les cahiers du Journalism*. consulté le 25 mars, 2005, de <http://www.univ-lyon1.fr/spr/GEV/REPENINFO.html>.
- Labasse, B. (2003). Qui prendra l'information au sérieux?. *Cahier no 29, Millénaire 3 et Économie&Humanisme*. consulté le 25 mars, 2005, de [http://www.millénaire3.com/ressources.php?ou=a\\_fiche.php&quoi=c:SCS=ouvrages&id=179](http://www.millénaire3.com/ressources.php?ou=a_fiche.php&quoi=c:SCS=ouvrages&id=179)
- Laramée, A. et Vallée, B. (1991). *La recherche en communication. Éléments de méthodologie*. Sillery et Sainte-Foy : Presse de l'Université du Québec/Télé-université.

- Laville, C. (2003). Le traitement de l'actualité internationale : avenir...et mirages de l'information planétaire. *Les Cahiers du journalisme-Les promesses et les pièges de l'information internationale*, no12, 32- 40.
- Malavoy, S. (1999). *Guide pratique vulgarisation scientifique*. Montréal : ACFAS.
- Martin, Louis (1980). «Radio-Canada: miroir des élites» dans F.Sauvageau, G.Lessage & J. de bonville, *Dans les coulisses de l'information : Les journalistes* (163-177). Montréal : Québec-Amérique
- McChesney, R. (2000). *Riche media, poor democracy : Communications politics in dubious times*. New York : The New Press.
- McQuail, D. (1994.) *Mass Communication Theory: An Introduction. 3rd edition*, London : Sage.
- Mercier, A. (1996). *Le journal télévisé : politique de l'information et information politique*. Paris : Presses de la fondation nationale des sciences politiques.
- Merritt, D et McCombs, M. (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge, England : Polity Press (2004)
- Ministère de la justice Canada (2004, août, 31). *Loi sur la radiodiffusion*. consulté le 25 mars, 2005, de <http://lois.justice.gc.ca/fr/B-9.01/87887.html#rid-87888>.
- Morley, D. (1992). *Television, Audiences & Cultural Studies*. London : Routledge.
- Mucchielli, A. (2000). *La nouvelle communication*. Paris : Armand Colin
- Neveu, E. (2004). *Sociologie du journalisme*. Paris : Édition La Découverte.
- Nelson, T., Clawson et Oxley (1999). Issue framing on a civil liberties conflict and its effect on tolerance. *American Political Science Review* 91..
- Office de la langue française (2001, mai, 27 ). *Le grand dictionnaire terminologique*. consulté le 30 mai, 2005 de <http://www.granddictionnaire.com>
- Price, V, Tewksbury, D. et Powers, E. (1997). Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses. *Communication Research* 24 (5): 481-506.
- Pritchard, D. et Sauvageau, F. (1999). *Les journalistes canadiens : Un portrait de fin de siècle*. Canada : Les Presses de l'Université Laval.
- Raboy, M. (1992). *Les médias québécois : presse, radio, télévision, câblodistribution*. Boucherville : G. Morin.
- Raboy, M. (2000). *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*. Montréal-Paris : Gaetan Morin Editeur.
- RÉSEAU ÉDUCATION-MÉDIAS (2005a). *Le format du téléjournal : de quoi est-il composé?* consulté le 25 mars, 2005, de [http://www.educationmedias.ca/francais/ressources/educatif/documents\\_accompagnement/format\\_telejournal.cfm](http://www.educationmedias.ca/francais/ressources/educatif/documents_accompagnement/format_telejournal.cfm).
- RÉSEAU ÉDUCATION-MÉDIAS (2005b). *Documentation pédagogique : entrevue (Interview)*. consulté le 25 mars, 2005, de <http://www.actualiteenclasse.com/documentation/49.html>.

- Rosengren, K., Wenner, L. et Palmgreen, P. (1985). *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. California: Sage Publications.
- Saussez, T. (1990). *Nous sommes ici par la volonté des médias*. Paris :Laffont.
- Schudson, M. (1995). *The Power of News*. London: Harvard University Press.
- Selltiz, C., Wrightsman, L. et Cook, S. (1977). *Les méthodes de recherche en sciences sociales*. Montréal :Éditions HRW.
- Shanor, Donald R. (2003). *News From Abroad*. New York. Columbia University Press.
- Shaw, D. (1977). *The emergence of American political issues: the agenda-setting function of the press*. St-Paul : West pub.Co.
- Siracusa, J. (2001). *Le JT, machine à décrire : sociologie du travail des reporters à la télévision*. Bruxelles : De Boeck Université.
- SOCIÉTÉ RADIO-CANADA (2005). *Rapport annuel de Radio-Canada*. 2004-2005.
- Soderlund, W., Lee, M. et Gecelowsky, P. (2002). Trends in Canadian Newspaper Coverage of International News, 1988-2000: Editors' Assessments, *Canadian Journal of Communication*, vol.27, 73-87.
- Sormany, P. (2000). *Le métier de journaliste*. Montréal : Boréal.
- STATISTIQUES CANADA (2004, octobre , 15). Les 15 pays les plus visités par les Canadiens (2003). *Le Canada en statistiques*. consulté le 25 mars, 2005, de [http://www.statcan.ca/francais/Pgdb/arts37a\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/Pgdb/arts37a_f.htm)
- Szuchewycs, B. et Sloniowski, J. (2002). *Canadian Communications : Issues in Contemporary Media and Culture, 2<sup>nd</sup> edition*. Toronto : Prentice Hall.
- Thibeault, J. (1999). Les étudiants universitaires, les médias et l'actualité. *Communication*, vol.19, n.1, 145-160.
- Truong, D. (2002). Bande à part : Quand l'information jeunesse mise sur l'intelligence. *Le 30*, octobre, 10-11.
- UNIVERSITY OF COLORADO (2002). *Meta discourses theory for communication*. consulté le 1er mars, 2005, de <http://www.colorado.edu/communication/meta-discourses/Theory/culturalstudies/sld007.htm>
- UNIVERSITEIT TWENTE (2004, septembre, 9). *Two Step Flow Theory* . consulté le 1er mars, 2005, de [http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Mass%20Media/Two\\_Step\\_Flow\\_Theory-1.doc/](http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Mass%20Media/Two_Step_Flow_Theory-1.doc/)
- UNIVERSITEIT TWENTE (2004, septembre, 6). *Knowledge Gap*. Consulté le 1er mars, 2005, de [http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Mass%20Media/knowledge\\_gap.doc/index.html](http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Mass%20Media/knowledge_gap.doc/index.html).
- Veizin, L. (1979). *Aspects constructifs de la compréhension d'énoncés et acquisition de connaissances*. Paris : édition du CNRS.

Watine, T. (2003). De la convergence des métiers de la communication publique à l'hybridation des pratiques professionnelles : la nouvelle posture journalistique . *Les Cahiers du journalisme-Les promesses et les pièges de l'information internationale*, no12, 242-277.

Wenner, L. (1985). *Media gratifications research: current perspectives*. Beverly Hills, Calif. : Sage Publications

Wolton, D. (2003). Les journalistes ont-ils encore du pouvoir? *Hermès 35 Cognition, Communication, Politique*. Paris : CNRS Éditions.

