

## INTRODUCTION

# Les journalistes sous observation : nouveaux regards sur le journalisme comme objet d'étude

*Marie-Ève Carignan, Université de Sherbrooke*

*Patrick White, Université du Québec à Montréal*

*Mathieu-Robert Sauvé, Université du Québec à Montréal*

Depuis une cinquantaine d'années, le journalisme est un objet de recherche récurrent en sciences de l'information et de la communication. Mais l'angle d'approche s'est constamment modifié. Falardeau (2020) observait que les objets d'étude des mémoires et thèses en communication au Québec, entre 1973 et 2015, portaient principalement sur des objets non médiatiques; 24% de ces productions traitaient des médias imprimés, 6,7% de la télévision et 3,4% d'autres objets médiatiques.

Les enjeux actuels dans le milieu des médias, tels que la montée du numérique, la crise des médias, la recherche de nouvelles solutions financières (Baillargeon et al., 2017; Coutant, Baillargeon et Carignan, 2021), la place des réseaux sociaux, l'intégration de l'intelligence artificielle dans les salles de presse (St-Germain et White, 2021), ou l'encadrement de la désinformation (Trudel, 2021; Sauvé et Coutant, 2023) invitent les chercheurs et chercheuses à revisiter cet objet de recherche.

Historiquement, quatre approches peuvent être identifiées dans la littérature pour appréhender la question journalistique. La première relève de l'analyse socio-économique macrosociale (Rebillard 2012, Neveu 2002). Descriptive ou critique, elle consiste à analyser la diversité des contenus proposés par les médias en la mettant en perspective avec leurs modèles de financement et le rôle réservé dans les théories de la démocratie.

La seconde est issue de l'analyse de discours ou de la sémiotique (Jost et Bonnafous, 2000). Concentrée sur les contenus produits, elle décortique de manière plus approfondie la façon dont les informations sont construites.

La troisième s'attache à composer et mettre à jour une sociologie des journalistes (Ruellan, 1992, Neveu, 2002). Plus descriptive que les précédentes, elle s'attache à faire ressortir les caractéristiques des personnes exerçant le métier et à décrire leurs trajectoires professionnelles.

La quatrième tradition concerne l'étude des publics de l'information (Dubois, 2021, Pélissier, 2010). Davantage menée par les chercheur.e.s s'intéressant à la réception, aux

publics ou aux usages des dispositifs d'information et de communication, elle s'intéresse cette fois à la manière dont les contenus produits circulent et se font approprier par la variété des publics.

Dans lesquels de ces grands axes les recherches actuelles s'inscrivent-elles? Visent-elles de nouvelles cibles? Les mutations de l'écosystème informationnel impliquent-elles une redéfinition ou un élargissement de ces axes ? Qu'est-ce qui intéresse les chercheurs et chercheuses de la relève en journalisme?

C'est pour répondre à ces questions que nous avons fait appel à différent-e-s auteurs et autrices dans ce cahier thématique. Il s'agissait de porter un regard sur les nouveaux objets de recherche en journalisme et de regrouper les recherches actuelles dans la Francophonie autour de deux thèmes généraux : « Le journalisme comme indicateur de changement social » et « Les réseaux sociaux et l'information : la guerre et la paix ».

Autour du premier thème, rappelons que, si les journalistes se croient neutres sur le terrain, du moins en théorie, ils et elles ont le potentiel de transformer durablement la structure ou le fonctionnement de l'organisation sociale d'une collectivité (Regueiro, 2013). Ce potentiel s'ancre notamment dans le choix des sujets traités, en particulier lorsque leurs enquêtes s'attaquent aux mondes politiques ou économiques (Delfosse et Faudeux, 2021). Un journalisme qui aborde les grandes questions sociétales pourrait redonner du sens à la profession et réconcilier les aspirations des jeunes journalistes avec la réalité du métier.

Dans leur contribution, Jennifer-Ann Beaudry et Marie-Eve Carignan abordent le thème des défis des journalistes racisé.e.s dans les médias franco-qubécois. Elles démontrent notamment qu'une meilleure intégration de ces professionnels de l'information au sein des entreprises de presse du Canada pourrait avoir un effet positif sur la représentation des minorités culturelles dans ces médias. Les résultats des entretiens qu'elles ont menés démontrent notamment que les journalistes racisé.e.s peuvent parfois se questionner sur le motif de leur embauche, se décrivant comme une “case à cocher” pour atteindre des critères de diversité, d'équité et d'inclusion au lieu de sentir qu'ils sont embauchés en raison de leurs compétences professionnelles. Ces professionnels, peu représentés dans les rédactions, se sentent souvent observés et jugés plus sévèrement que leurs collègues. Ils croient que leur objectivité est plus facilement remise en question. Ce faisant, ils s'abstiennent parfois de proposer des nouvelles qui offrent une représentation plus positive de certains groupes culturels.

Thi Huong Dang, de l'Université Laval, approche les pratiques journalistiques dans les médias francophones vietnamiens qui sont orientées par le pouvoir politique. Elle rappelle que la presse vietnamienne est désignée « presse révolutionnaire » (*Báo chí cách mạng*) et est historiquement perçue comme un outil idéologique et culturel du Parti communiste vietnamien. L'idée selon laquelle « les journalistes sont les soldats révolutionnaires », tient pour acquis qu'ils et elles sont engagé·e·s de facto dans la lutte idéologique visant à défendre les principes communistes. L'autrice examine de quelle façon les pratiques journalistiques des médias francophones vietnamiens participent à la présentation et la promotion de l'image du Vietnam auprès du public francophone international, tout en

faisant face à des contraintes et défis professionnels. En s'appuyant sur des entretiens semi-dirigés avec six responsables de médias et six journalistes, l'étude met en évidence les liens étroits entre ces médias et le pouvoir politique, ainsi que l'influence de l'agenda politique sur la production et la diffusion des contenus médiatiques destinés à l'étranger.

Mathieu-Robert Sauvé cherche à comprendre, de son côté, si les lois peuvent être la solution à la désinformation galopante en Occident. Entre la loi du marché, qui dicte les voies à suivre à partir d'arguments principalement mercantilistes, et les décisions des pouvoirs législatifs et exécutifs, y a-t-il un terrain plus fertile qu'un autre? Son projet de recherche porte sur la perception des journalistes face à la loi contre la manipulation de l'information, adoptée en France lors du premier mandat d'Emmanuel Macron. Malheureusement, sa recherche démontre que l'exemple français n'est pas concluant. Il faut chercher ailleurs des solutions à la crise.

## **L'univers déformant des réseaux socionumériques**

Dans le second thème, nous proposons d'axer la réflexion sur la montée en puissance des réseaux socionumériques. Non seulement ont-ils depuis longtemps remis en question l'hégémonie de la presse dans la sphère communicationnelle, la crise des médias et les enjeux identitaires de la presse ébranlent sérieusement la légitimité des journalistes. Pour mieux comprendre ces mutations, il est essentiel d'analyser les développements sociétaux et les nouvelles technologies qui influencent le domaine du journalisme (ISFJ, 2022).

Dans son article sur les défis et opportunités liés à la diffusion de contenu journalistique sur TikTok, une plateforme souvent perçue comme centrée sur le divertissement, Laurence Grondin-Robillard apporte un éclairage différent des contenus des réseaux socionumériques, parfois qualifiés de « pourriture du cerveau ». L'originalité de son étude consiste à focaliser sur la prédominance de vidéos comportant de la désinformation sur un réseau populaire auprès des jeunes. L'algorithme favorise l'engagement et les formats courts, au détriment de la profondeur et de la rigueur journalistique. Les défis pour la circulation d'informations crédibles et fiables s'en trouvent relevés. Elle croit que l'éducation aux médias et à la littératie numérique (EMI), bien qu'essentielle, « ne peut suffire à elle seule pour relever ce défi. Le fardeau est trop lourd pour être uniquement porté par les citoyens ». Seule une action concertée permettra de rétablir la confiance envers les médias et autres institutions démocratiques.

Dans son article portant sur le discours méta-journalistique tel que perçu par les plateformes numériques, Samuel Lamoureux apporte un point de vue critique sur les « initiatives de relations publiques des géants du web Meta, Google et Microsoft, et ce surtout en période de conflits ». Sa recherche examine l'évolution des rapports de pouvoir entre les plateformes et les médias, et analyse ensuite de manière thématique les initiatives de relations publiques des plateformes, telles que le Meta Journalism Project, la Google News Initiative et le Microsoft Democracy Forward Program. Dans sa conclusion, l'auteur envisage une nouvelle façon d'interpréter les médias par les plateformes numériques : la « capture épistémique », c'est-à-dire la capture du savoir même sur le journalisme.

Dans leur article portant sur les jeunes publics usagers de la plateforme numérique Les As de l'info, un média francophone destiné aux jeunes de 8 à 12 ans, les auteurs Pudens Malibabo Lavu, Marie-Eve Carignan et Olivier Champagne-Poirier démontrent que ces jeunes interagissent de façon réfléchie avec les contenus proposés, qui leur permettent notamment de développer leur esprit critique et d'apprendre à repérer la désinformation. Le projet des As de l'info met en lumière le rôle positif des plateformes d'information destinée aux jeunes publics dans l'éducation aux médias et démontre que de tels outils sont efficaces tant chez les jeunes que dans leur entourage immédiat.

Ainsi, si les réseaux socionumériques créent des défis majeurs pour les médias traditionnels, ce numéro met également en lumière certaines opportunités que ces plateformes offrent leur permettre de rejoindre différemment le public.

## Conclusion

De façon générale, ce numéro thématique présente quelques pistes de réflexion sur l'état actuel des préoccupations des chercheurs et chercheuses de la Francophonie en communication. Si les citoyens et citoyennes croient que les médias traditionnels d'information sont inutiles, ils et elles n'ont pas encore montré que les alternatives sont capables de jouer leur rôle en matière de communication. Les recherches présentées dans ce numéro des *Cahiers du journalisme et de l'information* montrent un dynamisme rafraîchissant et une ouverture sur de nouveaux champs de recherche qu'il sera intéressant de surveiller.

*Marie-Ève Carignan est professeure titulaire à l'Université de Sherbrooke*

*Patrick White est professeur à l'Université du Québec à Montréal*

*Mathieu-Robert Sauvé est doctorant à l'Université du Québec à Montréal*

---

## Références

Baillargeon, D., Coutant, A., Carignan, M. E., Dionne, E., & Tourigny, M. (2017). Confrontations et convergences éthiques entre marketing et information autour de la publicité native. *Revue Communication & professionnalisation*, (5), 28-53.

Coutant, A., Baillargeon, D., & Carignan, M. È. (2021). Gérer la pratique, gommer l'éthique: analyse des chartes et codes pour encadrer les pratiques de dépublicitarisation. *Communication management*, 18(2), 91-113.

Delfosse, C. et Faudeux L (2021), « [Évolution de la presse et attentes citoyennes : quels constats pour le journalisme français en 2021?](#) », Méta-Média.

Dubois J. (2021). *Journalisme, médias sociaux et intérêt public. Enquête auprès de 393 journalistes québécois*. Presses de l'Université Laval.

Falardeau, M.-C. (2020). *La recherche universitaire en communication au Québec. Caractéristiques des mémoires et des thèses (1973-2015) et évolution des contextes institutionnels*, thèse, Trois-Rivières, Université du Québec à Trois-Rivières, 327 p.  
Institut supérieur de formation du journalisme (ISFJ), 2022, « [Quelles sont les différentes mutations du journalisme?](#) ».

Jost, F et Bonnafous, S. (2000). Analyse de discours, sémiologie et tournant communicationnel. *Réseaux*, 100.

Neveu, E. (2002). *Sociologie du journalisme*. La Découverte.

Pélissier, N. (2010). Journalisme et études culturelles : de nouveaux positionnements de la recherche française ?. *Questions de communication*, 17, 273-290.

Rebillard, F. (2012). Modèles socioéconomiques du journalisme en ligne et possibilités d'une information diversifiée. *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec, Université Grenoble 3.

Reguero, M. (2013). *Le journaliste, acteur de changement social ?*. Groupe et société.

Ruellan, D. (1992). Le professionnalisme du flou. *Réseaux*, 51.

Sauvé, M. R., & Coutant, A. (2023). Loi française contre la manipulation de l'information en période électorale et pratiques professionnelles des journalistes face au phénomène des fake news. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 231(S1), 103-122.

St-Germain, N., & White, P. (2021). Les impacts de l'intelligence artificielle sur les pratiques journalistiques au Canada. *Available at SSRN 3840582*.

Trudel, P. (2021). Fausses nouvelles et réseaux sociaux. *Éthique, intégrité scientifique et fausses nouvelles*. Dalloz.