

Quel rôle pour la presse d'actualité dans une démocratie délibérative à l'ère du numérique?

Marie-Danielle Tremblay, Université du Québec à Montréal
Michelle Stewart, Université du Québec à Montréal

Résumé

À une époque où la polarisation des idées fait craindre pour la santé des démocraties à travers le monde, les questions sur la manière de favoriser un débat constructif se font de plus en plus pressantes. Parmi les sujets abordés, la place prépondérante qu'occupent les médias socio-numériques dans nos échanges accapare une grande proportion des discussions, au point même d'éclipser certains questionnements centrés sur les médias traditionnels. Pour aider à corriger ce déséquilibre, nous avons décidé de remettre ces derniers au centre de l'attention en explorant la question du rôle de la presse d'actualité dans une démocratie délibérative à l'ère numérique. Plus précisément, nous avons cherché à comprendre les orientations stratégiques et les positionnements de quatre médias d'information québécois (*Radio-Canada*, *La Presse*, le *Journal de Montréal* et *Le Devoir*) en ce qui concerne leur participation à la dynamique du débat public. Les résultats de cette étude font apparaître trois conceptions distinctes du rôle de la presse en tant qu'acteur de la discussion démocratique, tout en mettant en évidence une tension entre deux approches privilégiées par les producteurs d'information pour mieux assumer cette fonction.

Abstract

At a time where the increasing polarization of ideas raises concerns for the health of democracies around the world, questions about how to foster constructive debate are becoming more pressing. Among the subjects addressed, the predominant place that social media occupy in our exchanges captures a large proportion of discussions, to the point of eclipsing any questioning centered on traditional media. To fill this gap, we have decided to bring the latter back into focus by exploring the role of news media in a deliberative democracy in the digital age. To be more precise, we aimed to explore the perceptions of four French-speaking newspapers (*Radio-Canada*, *La Presse*, *Le Journal de Montréal*, and *Le Devoir*) regarding their role and how these views are reflected in their practices. The results of this study reveal three distinct conceptions of the role of the press in social debates. It also highlights a tension between two approaches that the four major French-speaking information producers have chosen to adopt, to better fulfill their role.

À une époque où la polarisation croissante des idées fait craindre pour la santé des démocraties à travers le monde, les questions sur la manière de favoriser un débat constructif se font de plus en plus pressantes (Carothers, 2019). Parmi les sujets abordés, la place prépondérante qu’occupent les médias socio-numériques dans nos échanges accapare une grande proportion des discussions, au point même d’éclipser certains questionnements centrés sur les institutions traditionnelles, comme les gouvernements et les médias, qui forment pourtant l’épine dorsale des démocraties occidentales. Étant donné l’importance centrale de ces acteurs, on peut en effet s’étonner que le sujet de leurs responsabilités dans la tenue de débats sains à l’intérieur d’une société civile ne soit pas plus souvent mis en évidence. Pour cette contribution, nous avons donc tenté de corriger un peu ce déséquilibre en abordant la question du rôle de la presse d’actualité dans la dynamique du débat public à l’ère des médias numériques. Plus précisément, nous avons cherché à comprendre les positionnements de quatre producteurs d’information québécois (*Radio-Canada*, *La Presse*, le *Journal de Montréal* et *Le Devoir*) sur cette question et la manière dont ceux-ci se reflètent dans leurs orientations éditoriales. À noter que cette recherche s’inscrit dans un projet plus large nommé *infofiabiles* (et financé par le CRSH), qui a pour objectif de trouver des solutions concrètes aux débats concernant le sort du journalisme et de la démocratie à l’ère numérique.

Historiquement, la responsabilité de favoriser des échanges constructifs au sein d’une population revient en partie à la presse traditionnelle, du moins selon plusieurs philosophies, qui attribuent aux médias d’actualité un rôle clé dans le processus démocratique fondé sur le dialogue et la délibération (Habermas 1978 : 2022 ; Dewey 2001 [1927]) ; Zask, 2008 ; Lippmann 2018 [1922]). Grâce à leur pouvoir de diffusion à grande échelle, les organes de presse ont effectivement la capacité de concentrer l’attention du public sur des sujets spécifiques. En même temps, ils bénéficient d’une autorité reconnue dans la production d’informations fiables, ce qui facilite la diffusion des contenus et permet à une multitude de points de vue d’être pris en compte et débattus dans la sphère publique. Étant donné ces atouts, ces acteurs sociaux occupent une place centrale dans le fonctionnement de la démocratie. Selon plusieurs critiques toutefois, ils ne remplissent pas toujours cette responsabilité de manière satisfaisante (Badouard et Mabi, 2015 ; Miège, 1995 ; Gingras, 1995).

Bien avant l’émergence des médias sociaux, de nombreux auteurs remettaient déjà fréquemment en question la capacité de la presse traditionnelle à assumer pleinement ses responsabilités face au débat public. Parmi les reproches le plus souvent formulés, on dénonçait notamment leur manque de

neutralité, ainsi que leur tendance à cadrer les débats d'une manière qui favorise les pouvoirs en place (Chomsky et Herman, 2008 [1988] ; Lippmann, 2018 ; Champagne, 1990 ; Miège, 1995 ; Gingra, 2009 ; Badouard et Mabi, 2015). Dans la même veine, on soulignait aussi des enjeux importants concernant l'accessibilité à ces médias (Gingras, 1995 ; McChesney, 2020). À cet égard, plusieurs études ont en effet montré que les débats dans les journaux tendent à privilégier de manière quasi systématique l'expression de certains groupes tels que les politiciens, les organisations patronales et les universitaires, au détriment d'une diversité de perspectives plus large. Cette situation a pour effet d'orienter la discussion en faveur des intérêts de ces acteurs tout en réduisant considérablement la variété des points de vue disponibles (Gingras, 1995). Enfin, certains auteurs notent également que l'orientation commerciale des entreprises de presse, aujourd'hui combinée à l'influence croissante des algorithmes de sélection, a tendance à décourager la production de contenus axés sur l'analyse et l'argumentation, au profit de la diffusion de faits bruts et de divertissements (Postman, 2005[1985] ; Bourdieu, 1996 ; Miège, 1995 ; Boneville, 1995). Pour toutes ces raisons, les experts sont depuis longtemps réticents à considérer les quotidiens d'information comme un réel atout pour le débat public. Ce qui n'est pas le cas du web, qui a d'abord été salué avec un grand enthousiasme.

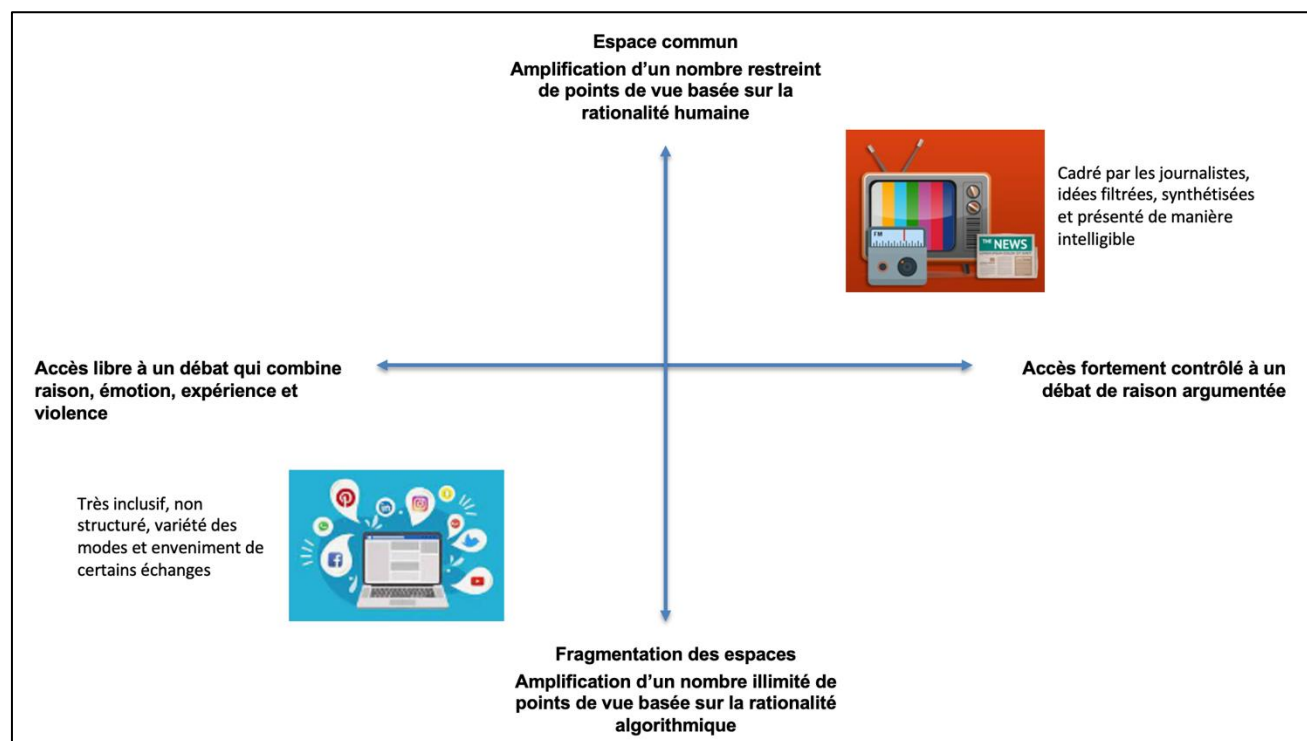
À ses débuts, Internet fut en effet considéré comme un outil puissant, qui allait transformer la démocratie en réduisant les barrières à l'information et en facilitant une communication plus ouverte et participative (Castells, 2003 ; Proulx, 2005 ; Breton, 2007 ; Flichy, 2008 ; Cardon, 2010). Contrairement aux médias de masse dont l'accès est contrôlé par des institutions, ce dispositif permet effectivement à chaque citoyen de partager librement ses expériences et ses points de vue, favorisant de ce fait la transmission d'opinions minoritaires, ainsi que la diffusion des idées démocratiques au-delà des frontières. Bien entendu, au fil du temps, cet optimisme s'est heurté à de nouvelles réalités. Au fur et à mesure que les plateformes numériques se sont développées, de nombreuses critiques ont émergé, soulignant notamment que le web, loin d'atteindre toutes ses promesses, renforce la désinformation et peut intensifier la polarisation politique. À ce propos, un des reproches les plus fréquents adressés aux débats en ligne est qu'il a tendance à se fragmenter en « chambre d'écho », un concept qui fait référence à l'isolement intellectuel causé par l'exposition à une sélection restreinte d'information (Pariser, 2011). Plus précisément, la consommation répétée d'articles filtrés donnerait lieu à un « silo d'informations » dans lequel les sources et les perspectives deviennent de plus en plus étroites, ce qui aurait notamment pour effet de renforcer les opinions personnelles, favorisant par le fait

même la polarisation des opinions et rendant les débats plus houleux. (Garrett, 2009 ; Pariser, 2011 ; Tarleton, 2014 ; Jolly, 2014 ; Napoli, 2015 ; Targnion, 2019). Outre ce problème, une seconde critique fréquente porte sur l'anonymat offert par l'espace numérique, souvent lié à des comportements incivils tels que les insultes et les discours haineux (Lewis et al., 2017 ; Badouard, 2018 ; Leroux, 2020 ; Mabi, 2020 ; Mkhize et al., 2020). Dans un autre ordre d'idées, on reproche aussi au débat en ligne d'être compromis par la circulation rapide de fausses informations propagées massivement par des algorithmes, qui ont tendance à privilégier ce type de contenu plus sensationnaliste aux informations fiables produites par les organes de presse (Boyadjian, 2020 ; Badouard, 2021 ; Smyrniaios, 2017 ; Figeac et al., 2019 ; Powers, 2017). Cette situation est en outre aggravée par la surabondance d'informations en ligne, qui empêche une diffusion équitable des discours. Dans cet environnement où les messages qui remplissent des objectifs commerciaux sont priorisés, les acteurs sans ressources financières peinent à se faire entendre, ce qui, malgré l'égalité d'accès, rend plus difficile la visibilité des discours portés par des groupes en périphérie du débat dominant (Smith, 2018 ; Kaur Kapoor et al., 2018, Stark et al., 2020).

En somme, lorsqu'il s'agit de débattre des questions d'intérêt public, il apparaît évident que chaque média présente à la fois des forces et des faiblesses, reflétant en quelque sorte les limites de leurs qualités. Si d'un côté, on reproche aux journaux traditionnels leur tendance à orienter les débats et à favoriser l'expression de certains groupes au détriment d'un grand nombre de citoyens dont les expériences et les opinions sont peu représentées, ils offrent quand même l'avantage de filtrer, synthétiser et organiser les prises de position autour de grands thèmes, permettant ainsi au public de mieux saisir les enjeux. Cet avantage est en outre renforcé par le fait qu'ils ont la capacité de concentrer l'attention d'une plus grande partie de la population sur des sujets spécifiques, de même que sur les différents points de vue entourant ces sujets. D'un autre côté, bien que les médias sociaux aient le grand avantage d'offrir un accès beaucoup plus libre et inclusif au débat, on ne peut négliger le fait que ce dernier peut être moins structuré, moins fiable et parfois moins civil, quand il n'est pas complètement invisible à tous ceux qui ne sont pas passionnés du sujet. De façon imagée, cette situation peut être synthétisée dans un graphique (représenté ci-dessous) qui laisse entrevoir les opportunités d'améliorations pour chaque média.

Graphique 1

Représentation imagée des forces et faiblesses de différents médias dans le débat public



Dans cette perspective, le défi pour un producteur d'information écrite qui désire combler certaines de ses faiblesses serait en somme de réussir à utiliser les médias socio-numériques pour permettre un *meilleur accès*, et *publiciser un plus grand nombre de points de vue*, mais tout en conservant son caractère structuré et organisé. Pour cette contribution, nous avons donc voulu comprendre si les acteurs de l'information écrite au Québec *étaient conscients de ces défis* et dans quelle mesure ils avaient *le désir* de saisir cette opportunité.

Pour un débat public à la hauteur des idéaux démocratiques :

Quels objectifs viser ?

Pour cadrer notre réflexion, nous nous sommes avant tout référés au concept de *l'idéal* de l'espace public, dans l'optique de cerner les *principaux objectifs* que devrait viser un organe de presse qui aurait à cœur de remplir au mieux son rôle dans le débat démocratique. Bien que le concept d'espace public soit souvent associé à Jürgen Habermas (1978) en raison de ses travaux fondateurs sur le sujet, il ne faudrait pas voir en ce cadrage un sous-entendu à l'effet que l'espace public pourrait (ou même devrait)

prendre la forme décrite par Habermas. Cette référence nous sert essentiellement à définir des principes vers lesquels on *pourrait vouloir tendre* dans une démocratie délibérative (tels qu'une inclusivité totale ou une transparence absolue). En effet, Habermas décrit un idéal théorique et aspirationnel. Sans oublier que sa philosophie a en outre l'avantage d'ancrer et d'animer le discours de nombreux journalistes contemporains, ce qui facilite les discussions avec eux. Dans sa plus simple expression, le concept d'espace public représente un lieu d'expression collective où les opinions circulent librement et où les questions d'intérêt public sont débattues afin que la société puisse se faire une idée sur des sujets spécifiques. Pour que cette vision s'accomplisse, plusieurs conditions doivent cependant être remplies. Tout d'abord, cet espace doit être *complètement accessible* et la liberté d'expression doit y être complète. Autrement dit, tous les citoyens, sans exception, doivent pouvoir s'exprimer sans contrainte et sans peur, assurant ainsi une représentativité parfaite des idées et des opinions (Gingras, 1995). En second lieu, cet endroit doit pouvoir *capter l'attention des citoyens* (Habermas, 2022). Plus précisément, il doit servir de plateforme où les diverses opinions sur des enjeux politiques sont *portées à l'attention du plus grand nombre*, dans l'optique de permettre à chaque citoyen d'y réfléchir, de se former une opinion et de participer activement à ce que la volonté civique soit reflétée dans les décisions politiques. Par ailleurs, un autre point fondamental de l'espace public décrit par Habermas est que la discussion doit se dérouler *sur le mode argumentatif*. Dans ce contexte, une opinion n'est considérée comme valide que si elle est appuyée par des arguments solides et qu'elle peut être évaluée de manière critique. Cela augmente les chances qu'une idée se distingue par la qualité de son raisonnement, plutôt que par le statut de celui qui la défend ou par la force du nombre. Enfin, contrairement à une idée répandue, l'espace public idéal n'est pas un endroit où on recherche le consensus à tout prix. Il s'agit au contraire d'un lieu de controverse, conçu spécifiquement pour permettre la confrontation d'idées divergentes.

Ainsi, au regard de ces prérequis, il devient encore plus évident que les nouveaux dispositifs de communication présentent un potentiel significatif pour aider les producteurs d'information traditionnels à surmonter certaines de leurs faiblesses souvent critiquées. D'une part, ils offrent aux organismes la possibilité de rendre leurs plateformes *plus accessibles*, notamment en permettant aux citoyens *de s'exprimer librement* à travers les espaces de commentaires. D'autre part, ils *donnent accès* à une multitude de points de vue et d'opinions autrefois moins visibles, que les journalistes peuvent ensuite choisir d'amplifier s'ils souhaitent améliorer la représentativité des idées sur un sujet. C'est

donc sur ces points que nous nous sommes concentrés dans notre étude. En plus de questionner la manière dont les *acteurs de l'information écrite* au Québec *conçoivent leurs responsabilités dans le débat démocratique*, nous avons cherché à savoir s'ils avaient saisi l'opportunité offerte par Internet pour rendre leurs espaces plus *accessibles*. Nous leur avons également demandé s'ils utilisaient le web pour diffuser *une plus grande diversité d'opinions et d'arguments*, rendant ainsi plus visibles des idées auxquelles ils n'auraient peut-être pas eu accès auparavant. En nous focalisant sur ces éléments, nous espérions pouvoir tirer certaines conclusions préliminaires sur l'évolution du rôle et des pratiques de la presse québécoise à l'ère des médias numériques.

Les rôles journalistiques dans la littérature

Cette étude s'inscrit dans le prolongement des recherches portant sur les multiples rôles attribués aux professionnels de l'information et aux entreprises de presse. Sur ce sujet, la littérature regorge de références qui envisagent les responsabilités des journalistes d'un point de vue tant analytique, que normatif (Hanitzsch et Vos, 2018). Parmi les travaux fondateurs sur ce thème, la création en 1942 de la Commission Hutchins aux États-Unis constitue un jalon important. Mise en place durant la Seconde Guerre mondiale, ce groupe de travail avait pour mission d'examiner la fonction de l'information dans une société démocratique. Ce comité, officiellement appelé en anglais « *Commission on Freedom of the Press* », est connu pour avoir été un des premiers à décréter de manière aussi officielle que les quotidiens d'actualité étaient essentiels à la stabilité des sociétés modernes. Dans leur rapport, les treize participants à la commission ont assigné aux journalistes cinq devoirs fondamentaux, qui sont : fournir un *accès total aux informations du jour*, présenter un compte rendu *complet et véridique* des événements de manière à leur *donner un sens*, remplir le rôle de *forum d'échange* où il est possible de partager commentaires et critiques, présenter une *image des groupes constitutifs de la population* et, finalement, *présenter et clarifier les objectifs de la société*, de même que ses *valeurs* (Gingras, 2009). Suite à cette commission, de nombreux auteurs ont proposé leurs propres typologies des rôles des journalistes. Or, comme le soulignent Christians et al. (2009), la plupart de ces classifications s'accordent sur des tâches similaires, qui se résument à *l'observation et la transmission d'informations*, la participation à la vie publique à travers des *commentaires*, la transmission de *conseils et de plaidoyers* et l'accès à *une diversité de points de vue*. De plus, s'inscrivant dans la perspective normative, la pensée d'Habermas accorde, comme on l'a dit, une attention particulière à la fonction de « *forum d'échange* » ou de « *transmission de plaidoyers* » attribuée au journalisme, et ajoute que le

débat public doit se dérouler de manière rationnelle, inclusive et exempte de toute forme de contrainte. L'espace public, tel qu'il le conçoit, doit favoriser une circulation ouverte des idées et permettre aux citoyens de confronter leurs opinions de manière argumentée, dans le respect des principes de réciprocité, de transparence et d'égalité.

À ces typologies de nature normative, s'ajoute une perspective analytique, fondée sur des travaux empiriques visant à documenter la réalité à travers des enquêtes, des entretiens ou des observations. Selon Hanitzsch et Vos (2018), l'un des premiers auteurs à avoir marqué ce champ est Cohen (1963), qui propose de distinguer deux rôles journalistiques, soit le rôle « *neutre* » et le rôle de « *participant* ». Alors que le journaliste neutre se limite à rapporter les faits de manière objective, sans exprimer de position, le journaliste participant s'engage activement dans les événements ou les débats, allant même parfois jusqu'à défendre certaines causes. Cette classification dichotomique a ensuite été enrichie par de nombreux chercheurs, parmi lesquels Weaver et Wilhoit (1996) occupent une place centrale. Après avoir mené des enquêtes empiriques approfondies sur la manière dont les journalistes perçoivent leur mission au sein de la société, ces auteurs ont proposé une typologie qui distingue quatre rôles fondamentaux. Premièrement, le *diffuseur* (disseminator) se définit comme un transmetteur neutre et objectif. Il privilégie l'exactitude, la rapidité et la neutralité, s'inscrivant ainsi dans une tradition de journalisme factuel. À l'inverse, l'*interprète* (interpreter) va au-delà du simple récit des faits. Il cherche à les expliquer, les contextualiser et à en dévoiler les enjeux sous-jacents. En troisième lieu, l'*adversaire* (adversarial) adopte une posture critique qui lui permet de surveiller les pouvoirs en place et de révéler les abus. Enfin, le *mobilisateur populiste* (populist mobilizer) se veut la voix du peuple. Il défend les intérêts des citoyens, affichant souvent une attitude critique envers les élites. À noter que cette typologie met en évidence les tensions inhérentes à la notion de rôle journalistique, exposant souvent les professionnels à des dilemmes entre le factuel et l'interprétatif, ou entre la neutralité et l'engagement. Elle invite également à envisager les fonctions de la presse en les organisant selon une double grille d'analyse. C'est d'ailleurs ce que proposent Donsbach et Patterson (2004), qui organisent ces rôles selon deux continuums, dont l'un va du passif à l'actif, et l'autre va du neutre au défenseur. Dans ce cadre d'analyse, le premier axe mesure le *degré d'autonomie* dont disposent les rédacteurs dans le traitement de l'information. À une extrémité, le journaliste passif se limite à transmettre les messages émanant de ses sources, sans les remettre en question ni leur apporter d'éclairage critique. À l'autre extrémité, le journaliste sélectionne les sujets, mène des enquêtes, interprète les données et

confronte les sources. Le second axe, quant à lui, interroge *le positionnement politique* des professionnels de l'information, allant d'une posture de stricte impartialité jusqu'à un engagement déclaré. Alors qu'un rédacteur neutre s'abstient de toute prise de position dans les débats publics, le journaliste engagé soutient ouvertement certaines valeurs ou causes. En croisant ces deux axes, cette typologie offre un cadre pour appréhender la diversité des positionnements journalistiques.

Toujours dans la tradition analytique, une autre classification intéressante est celle proposée par Hanitzsch (2007), notamment parce qu'elle intègre la dimension commerciale dans l'analyse des rôles journalistiques. Plus précisément, cet auteur propose une grille articulée autour de trois dimensions, qui sont *le degré d'interventionnisme des journalistes*, leur *distance au pouvoir* et leur tendance à *s'orienter en fonction des marchés*. Comme dans les autres typologies, une première dimension, celle de *l'interventionnisme*, évalue le niveau d'implication idéologique, selon une échelle allant de l'engagement à la neutralité. Le pôle engagé s'applique aux rédacteurs qui cherchent à influencer l'opinion ou à défendre des causes, tandis que le pôle neutre désigne ceux qui préfèrent adopter une posture centrée sur l'observation objective. En second lieu, la *distance au pouvoir* désigne l'attitude adoptée face aux autorités politiques et économiques. Ici, le rôle « d'adversaire » est attribué aux professionnels qui considèrent que leur mission implique d'enquêter sur les abus et de défendre l'intérêt public. À l'inverse, le rôle de « collaborateur » s'applique à ceux qui se considèrent comme des partenaires du pouvoir, voire même des facilitateurs dans l'application des politiques publiques. Enfin, *l'orientation vers le marché* questionne la relation entre les journalistes et le public. Une forte inclinaison commerciale incite à produire des contenus attrayants qui sont destinés à une large audience, alors qu'une faible orientation marchande pousse à favoriser les articles à valeur civique.

Ainsi, ce dernier aspect attire l'attention sur une autre tension fondamentale à laquelle les journalistes sont régulièrement confrontés, soit celle qui oppose la mission sociale des entreprises de presse aux exigences économiques, lesquelles les contraignent à répondre aux logiques de rentabilité et de concurrence sur le marché de l'information. Sur ce sujet, il existe effectivement un consensus assez large dans la littérature à l'effet que le marché exerce une influence énorme sur le travail des producteurs d'actualité, une thèse qui a du reste été vérifiée et confirmée à plusieurs reprises (Adorno et Horkheimer, 1983 [1944] ; Chomsky et Herman, 2008 [1988] ; Bonville, 1995 ; Tseng, 2001 ; Bernier, 2008 ; Rebillard et Smyrniotis, 2010 ; Slattery et al., 2001 ; George, 2015). Cette situation a en outre été accentuée par l'émergence du web, qui a réduit le contrôle des entreprises de presse sur la

distribution de l'information, affaiblissant ainsi leur rôle traditionnel de « gatekeeping », c'est-à-dire leur pouvoir de sélectionner les nouvelles destinées au public. Aujourd'hui, la fonction de rendre visible ou non une information est, effectivement, largement entre les mains des plateformes, qui ont un poids majeur sur le choix des contenus qui sont consommés par leurs utilisateurs (Nielsen, 2014 ; Trielli et Diakopoulos, 2019 ; Roth, 2024 ; Vos et Heinderyckx, 2015 ; Rebillard et Smyrnaio, 2019). En plus de porter atteinte aux pouvoirs des médias traditionnels, ce transfert de responsabilité a un impact sur le type d'informations diffusées, ainsi que sur la perception du rôle journalistique. En effet, selon Demers (2007), la perte d'autorité sur la nouvelle aurait modifié la perception que les journalistes ont de leur rôle, en détachant certains d'entre eux de leur mission de service public au profit d'une adaptation aux exigences du marché.

Lorsqu'on s'intéresse aux différentes fonctions des producteurs d'information, il importe toutefois de prendre en compte que les rôles définis par la recherche ne correspondent pas nécessairement à la façon dont les professionnels du secteur se perçoivent eux-mêmes. C'est du moins le constat de Hanitzsch et ses collaborateurs (2019) qui ont observé le fait que, lorsqu'on les invite à réfléchir à leur place dans la société, les journalistes structurent généralement leur réponse autour de différents concepts qui renvoient à la fois à ce qu'ils *pensent devoir* faire, à ce qu'ils *aimeraient* faire, à ce qu'ils *font réellement* et à ce qu'ils *déclarent* faire. Au terme d'une vaste étude comparative menée auprès de 27 500 journalistes dans 67 pays, les auteurs ont plus précisément identifié quatre dimensions « analytiquement distinctes » autour desquelles se regroupent les représentations que les journalistes ont de leur fonction soit : la dimension *normative* (normative), la dimension *cognitive* (cognitive), la dimension *pratiquée* (practiced) et la dimension *narrée* (narrated). Souvent évoqué en premier, le rôle normatif est lié aux attentes de la société envers les journalistes, telles que la mission de présenter un compte rendu fidèle des événements ou de défendre la démocratie. Il s'agit d'un cadre de référence qui indique aux professionnels ce qu'ils doivent accomplir pour servir au mieux l'intérêt public. En parallèle, le rôle *cognitif* concerne les motivations personnelles et les aspirations professionnelles des journalistes, autrement dit ce qu'ils souhaitent réaliser dans l'exercice de leur métier. Entre ces deux conceptions de leur identité, des écarts peuvent néanmoins survenir. C'est ce qui explique la présence d'un rôle *pratiqué*, qui correspond plus précisément à ce que les journalistes font réellement au cours de leur journée de travail, souvent sous l'influence de contraintes politiques, économiques ou éditoriales. Enfin, le rôle *narré* désigne la manière dont les journalistes décrivent ou justifient leurs

actions, participant ainsi à la construction de leur image professionnelle, qui diffère en outre parfois des pratiques réelles. Comprendre ces quatre dimensions permet de mettre en perspective les propos des journalistes quand on les interroge sur leur rôle, notamment les tensions entre idéaux et réalités.

Pour clore cette section, mentionnons enfin que, dans le prolongement des travaux portant sur les fonctions journalistiques, plusieurs études se sont également penchées sur les différentes orientations des *entreprises de presse* en fonction du rôle qu'ils entendent jouer dans l'espace public. Or, trois grandes tendances se dégagent de cette littérature. La première regroupe les éditeurs dits *orientés information*, ou encore les médias *d'information dure*, qui sont caractérisés par une forte priorité accordée à l'actualité quotidienne et aux faits bruts (Hallin et Mancini, 2004 ; Marty, 2010). Dans cette structure, l'opinion est minimisée, à l'exception des tribunes externes clairement identifiées comme telles. Selon l'analyse de Marty (2010), ce modèle se retrouve notamment dans les médias gratuits, comme les agences de presse, ou encore les radiodiffuseurs publics. La deuxième catégorie concerne les salles de presses dites *équilibrées*, qui tentent de maintenir une distinction claire entre les faits rapportés et les opinions exprimées. Issu principalement de la tradition anglo-américaine, ce type de journaux combine l'information objective à des contenus d'analyse ou d'opinion, tout en veillant à séparer les deux (Chalaby, 1996 ; Hallin et Mancini, 2004). Enfin, la troisième catégorie regroupe les journaux *engagés* ou les *médias d'opinion*, qui n'hésitent pas à revendiquer une orientation idéologique explicite, voire à se positionner en tant qu'acteurs militants au service d'une cause (Hallin et Mancini, 2004 ; Marty, 2010). Ici, il est intéressant de mentionner que, selon les travaux de Marty (2010), ces trois orientations éditoriales seraient notamment liées aux conditions concrètes de production de l'information. Dans son analyse, le modèle *orienté vers l'information* est typiquement associé à la presse gratuite, dont le financement par la publicité impose une production rapide, standardisée et majoritairement dépolitisée. L'objectif est de toucher une large part de la population, sans s'exposer à des controverses susceptibles de le rebuter une partie du lectorat. Toujours selon la thèse de Marty (2010), le modèle plus *équilibré* est, quant à lui, associé surtout à ce que l'auteur appelle la *Presse Quotidienne Nationale*, qui s'adresse à un public plus restreint et cultivé, et repose sur un modèle économique mixte combinant ventes et publicité. Ce positionnement permet une couverture plus approfondie de l'actualité, tout en restant contraint par les exigences de crédibilité et de rentabilité. Enfin, le modèle *engagé*, propre aux pure players indépendants en ligne, évolue dans un cadre éditorial plus autonome, grâce à des modes de financement alternatifs tels que les dons, le mécénat ou le

bénévolat. Ce contexte favorise un journalisme critique, souvent militant, fondé sur des partis pris assumés et sur une volonté de rompre avec les logiques dominantes du marché médiatique. Au sujet de cette étude, il convient toutefois de préciser qu'elle a été menée spécifiquement dans le contexte français, ce qui pourrait en limiter la généralisation à d'autres marchés. En outre, il est également important de noter que, dans la pratique, ces modèles ne se présentent probablement pas de manière aussi distincte, ni aussi rigide. Comme le souligne Fisher (2016), les productions journalistiques ne se répartissent pas toujours de manière binaire entre faits et opinions. Chaque contenu peut aussi se situer sur un continuum allant du plaidoyer minimal (reportage strictement factuel) au plaidoyer explicite (journalisme orienté et argumentatif). Malgré ces nuances, cette typologie peut constituer un outil analytique précieux.

Regards croisés sur quatre médias d'information écrite au Québec

Dans l'optique de pouvoir confronter différentes approches journalistiques et visions du rôle, nous avons choisi d'inclure dans notre analyse les quatre principaux organes de presse écrite francophones de la province, c'est-à-dire *La Presse*, *Le Devoir*, *Le Journal de Montréal* (et *Le Journal de Québec*) et *Radio-Canada*. Ainsi, la première entreprise que nous avons étudiée est *Le Devoir*, un quotidien d'information indépendant qui offre des contenus en format papier et en ligne. Considéré par plusieurs comme un média de référence pour une élite intellectuelle (Comeau et Desrochers, 1996), le modèle d'affaires de ce journal, qui rejoint environ 1,3 million lecteurs par semaine (*Le Devoir*, Trousse média, 2023), est basé sur la vente de ces éditions papier et sur les abonnements, en plus de la publicité. Il est aussi associé à la Fondation du *Devoir*, qui aide l'organisme à conserver son indépendance éditoriale et à se financer à travers des donations et des legs. En second lieu, nous nous sommes intéressés à *La Presse*, un autre quotidien francophone montréalais qui rejoint mensuellement plus de 4 millions de personnes sur ses différentes plateformes numériques (Rapport annuel, 2024). Reconnu notamment pour son journalisme d'investigation et pour sa couverture diversifiée, ce journal évolue dans une structure sans but lucratif, ce qui implique que les profits sont entièrement réinvestis dans la production. En troisième lieu, nous nous sommes intéressés au *Journal de Montréal* et par extension au *Journal de Québec*, deux tabloïds qui offrent des contenus en format papier et en ligne. Fondé dans les années 1960 sous l'impulsion de Pierre Péladeau, *Le Journal de Montréal* applique un modèle axé sur les faits divers, le sport et le sensationnalisme (Edge, 2011). Inauguré en 1967, *Le Journal de Québec* suit la

même formule. Ces deux quotidiens font partie de Québecor qui est une entreprise cotée en bourse et dont l'actionnariat est constitué d'investisseurs institutionnels et individuels.

Enfin, la dernière organisation que nous avons étudiée est *Radio-Canada*, notre partenaire principal dans le projet Infofiabiles et le diffuseur public francophone national. Financé en grande partie par le gouvernement fédéral (1,4 milliard en 2024-25), ce distributeur offre des contenus informationnels à la télé, à la radio et en ligne. Notre étude portant spécifiquement sur *les médias écrits*, nous avons toutefois écarté la dimension audiovisuelle de *Radio-Canada* afin de nous concentrer *exclusivement sur la plateforme numérique* (ici.radio-canada.ca/info), qui propose un contenu rédactionnel riche composé d'articles, d'analyses et de nouvelles écrites. À ce propos, il convient de spécifier que, bien que *Radio-Canada* ne soit pas, à strictement parler, un média écrit, sa mission de service public l'amène à investir les plateformes numériques à travers des contenus textuels, ce qui place l'organisme en concurrence directe avec les journaux traditionnels et les « pure players ». Cette redéfinition des frontières médiatiques offre notamment à l'organisme l'opportunité d'intégrer à ses plateformes les commentaires des lecteurs et de dialoguer plus directement avec le public en ligne, ce qui justifie son inclusion dans notre étude. Sur le plan pratique, il est également important de souligner que, chez *Radio-Canada*, la conception et la diffusion des contenus numériques relèvent de *l'équipe des Médias numériques*, une entité distincte qui fonctionne de *manière autonome* par rapport aux équipes de la radio et de la télévision. Or, cette séparation organisationnelle peut entraîner des écarts significatifs dans les stratégies adoptées. Autrement dit, les décisions prises par l'équipe web, en matière de traitement de l'information, de format ou de ton, ne reflètent pas nécessairement les orientations adoptées par les autres branches de la société d'État. Dans ce contexte, il sera essentiel, lors de l'analyse des résultats, d'éviter toute généralisation. Les observations et conclusions présentées dans le cadre de cette recherche doivent être comprises comme s'appliquant exclusivement aux contenus écrits diffusés sur la plateforme *Radio-Canada Info*, sans prétendre représenter l'ensemble des pratiques éditoriales de l'organisation.

Brève histoire de l'opinion dans les journaux québécois

Avant de nous pencher sur le positionnement de ces quatre médias dans le débat public, il nous a semblé pertinent de retracer très brièvement l'évolution de la place de l'opinion et du débat dans les médias imprimés de la province. Bien qu'aujourd'hui, l'expression de points de vue soit souvent encadrée, voire limitée, dans plusieurs salles de rédaction nord-américaine, cette situation n'a pas toujours été la

norme (Hamelin et Beaulieu, 1966). Historiquement, plusieurs journaux québécois ont en fait servi de relais à des partis politiques, à des mouvements sociaux ou à des groupes idéologiques. Dans un article intitulé « *Aperçu du journalisme québécois d'expression française* », Jean Hamelin et André Beaulieu (1966) expliquent qu'à ses débuts, la presse québécoise était largement dominée par ce que les auteurs appellent une presse « de combat », engagée au service de causes religieuses ou politiques qui structuraient alors le débat public. Chaque courant idéologique disposait alors de ses titres. Vers le début du XXe siècle, le modèle de presse militante a toutefois commencé à s'essouffler, cédant le pas à une presse plus commerciale, désireuse de rallier un public plus large en proposant une couverture plus neutre et moins marquée idéologiquement.

C'est dans ce contexte de transformation du paysage médiatique que *La Presse* a été fondée en 1884. S'inspirant du modèle anglo-américain, les éditeurs de ce nouveau quotidien ont, dès le départ, opté pour une information factuelle et accessible, présentée dans une mise en page soignée et attrayante, dans le but de capter l'attention d'un lectorat élargi. Toutefois, à la même époque, certains journaux maintiennent une ligne éditoriale militante. C'est notamment le cas du *Devoir* qui, lors sa fondation en 1910, « *tente d'établir solidement une presse de combat indépendante du pouvoir établi, sans perdre de vue les intérêts catholiques et nationalistes* » (Hamelin et Beaulieu, 1966, p.324). Bien que l'époque privilégie alors des publications au ton un peu moins combatif, le journal choisit néanmoins de s'inscrire dans une démarche intellectuelle et politique engagée, en offrant une tribune aux idées nationalistes et à la défense des valeurs traditionnelles québécoises. (Comeau et Desrochers, 1996). À leurs débuts, *La Presse* et *Le Devoir* incarnaient donc deux conceptions distinctes du rôle des médias dans l'espace public, l'une tournée vers une information accessible et commerciale, l'autre ancrée dans un engagement intellectuel et politique affirmé.

C'est dans un tout autre registre que paraît, cinquante ans plus tard, *Le Journal de Montréal*, lancé par une entreprise commerciale. Conçu pour un large public, le quotidien adopte un format tabloïd et une ligne éditoriale d'apparence neutre, sans affiliation politique affirmée, bien qu'il soit parfois perçu comme modérément « gauche populaire » sur certaines questions sociales, en raison de sa proximité avec les préoccupations de la classe moyenne (Edge, 2011). Ce positionnement évolue toutefois avec l'arrivée de Pierre Karl Péladeau à la direction qui succède à son père, le fondateur. À partir de ce moment, plusieurs analyses relèvent un virage marqué vers la droite sur l'échiquier politique, une orientation qui se reflète dans de nombreux éditoriaux et chroniques, ce qui vaut au journal d'être classé comme biaisé à droite par certains observateurs (Vezina, 2024 ; Therrien, 2019 ; Edge, 2011).

Aujourd'hui, ce journal s'inscrit malgré tout, comme les deux autres, dans un modèle plus large que Hallin et Mancini (2004) qualifient de « libéral », soit un modèle caractérisé par la prédominance du journalisme d'information neutre et la séparation revendiquée entre les faits et les opinions.

Radio-Canada, pour sa part, occupe une position distincte dans ce paysage. Opérant depuis peu dans le registre de la presse écrite, le média d'État n'a effectivement pas le même héritage partisan que la presse écrite traditionnelle. Depuis ses débuts, sa mission centrée sur l'intérêt public s'est d'ailleurs traduite par un engagement fort envers la neutralité, la rigueur et l'impartialité journalistique. Cette orientation se reflète clairement dans les Normes et pratiques journalistiques de la Société (2025), où il est précisé que la désignation, par le directeur de l'Information, d'un chroniqueur autorisé à exprimer des opinions personnelles constitue une mesure « exceptionnelle ». En conséquence, les commentaires ou prises de position sur des enjeux importants proviennent généralement d'invités ou de commentateurs, dont la présence demeure toutefois plus limitée dans les formats écrits de l'information en ligne. Ainsi, les pages éditoriales et les tribunes d'opinion occupent une place marginale dans l'offre écrite de *Radio-Canada Info*, l'essentiel du contenu reposant sur le reportage et le journalisme d'enquête, considérés par la Société comme un pilier du journalisme rigoureux.

C'est donc dans ce contexte que nous avons entamé notre étude visant à interroger la façon dont les acteurs de la presse écrite au Québec *envisagent leur rôle dans le débat démocratique*. Pour rappel, notre premier objectif était de comprendre si la direction de ces organismes avait saisi les possibilités offertes par Internet pour *élargir l'accessibilité à leurs plateformes*. En parallèle, nous avons cherché à savoir s'ils utilisaient le web pour *favoriser la circulation d'une pluralité d'opinions* et d'arguments, en donnant une *visibilité accrue à des points de vue* moins visibles. En nous concentrant sur ces dimensions, notre intention était de dégager des pistes de réflexion sur l'évolution des fonctions et des pratiques journalistiques en tant qu'acteurs légitimes du débat public à l'ère numérique.

Une étude exploratoire

Cette étude s'inscrit dans une perspective exploratoire, ce qui signifie qu'elle vise avant tout à faire émerger des pistes de réflexion, et non à fournir une analyse exhaustive du sujet. Comme le souligne Robert A. Stebbins (2001), la recherche exploratoire ne cherche pas à tester des hypothèses

préalablement établies, mais à ouvrir de nouvelles pistes de compréhension. Elle se révèle donc particulièrement pertinente lorsque l'objet d'étude est encore flou ou peu documenté, comme c'est le cas de la perception qu'ont les éditeurs de presse écrite de leur rôle dans le débat public. Dans cette optique, notre objectif principal est d'esquisser un premier cadre d'analyse, capable de nourrir des réflexions futures et de servir de fondement à des recherches plus approfondies. Par cette approche, nous avons plus précisément cherché à dégager un aperçu des *orientations stratégiques* que les acteurs de la presse écrite adoptent à l'égard des discussions publiques et du débat citoyen. Autrement dit, il ne s'agissait pas ici d'observer les pratiques journalistiques concrètes ou le contenu éditorial quotidien, mais bien de *cerner les intentions, les discours et les lignes directrices formulés au niveau décisionnel*, là où se dessinent les positionnements et les choix éditoriaux de fond.

Dans ce cadre, le recueil des données a principalement été réalisé par le biais d'entretiens semi-directifs, un format qui permettait aux personnes interrogées de développer leurs idées, tout en restant orienté autour de thématiques précises. L'échantillon a été constitué selon une logique *non probabiliste* et *raisonnée*, c'est-à-dire que les participants ont été sélectionnés pour leur capacité à éclairer la problématique étudiée, en fonction de critères tels que leur rôle, leur positionnement hiérarchique ou leur situation particulière. À noter que l'échantillon a également été ajusté au fil de la recherche, en fonction des enseignements tirés des premiers entretiens.

En tout et pour tout, nous avons recueilli les propos de quinze personnes occupant diverses fonctions dans ces organisations, mais dont la plupart avaient une connaissance directe du sujet étudié. Dans chacun des médias, nous avons d'abord rencontré un haut responsable de la section dédiée aux débats ou aux interactions avec le public. À La Presse, ce rôle est assuré, entre autres, par la directrice des rubriques « Contexte et Dialogue ». Au *Devoir*, il s'agit de la directrice de la section « Opinion ». Au Journal de Montréal, cette fonction est remplie par un rédacteur en chef. Enfin, chez *Radio-Canada*, nous avons rencontré un directeur dédié au marketing et l'engagement sur les plateformes numériques, en même temps que l'une des stratèges de ce même département. En plus de nous présenter la stratégie globale adoptée par leur organisation en matière de débat public et d'interaction avec les lecteurs, ces interlocuteurs nous ont orientés vers d'autres membres de leur équipe susceptibles d'avoir des connaissances spécifiques du sujet, ou encore, une expérience concrète avec le lectorat, ce qui nous a permis d'approfondir notre enquête. Par exemple, chez *Radio-Canada*, il nous a été recommandé de rencontrer un rédacteur en chef de ici.radio-canada.ca, ainsi qu'une journaliste spécialisée dans la couverture de sujets controversés en ligne et une autre chargée des contenus destinés aux réseaux

sociaux. Nous avons également rencontré des stratèges affectés au contenu web ou aux données numériques. Au *Devoir*, nous avons été mis en contact avec la directrice de l'information numérique, responsable des espaces de commentaires. Du côté de *La Presse*, on nous a orientés vers les journalistes de la section Dialogue. Au final, seul le responsable rencontré au Journal de Montréal/Journal de Québec ne jugeait pas nécessaire de nous référer à d'autres membres de l'équipe. Cette position ne nous a toutefois pas empêchés de contacter nous-mêmes certains journalistes, dont le profil nous paraissait particulièrement pertinent pour nourrir notre analyse. Dans tous les cas, nous avons donc pris soin d'interroger des acteurs situés à différents niveaux hiérarchiques au sein des rédactions, dans le but notamment de pouvoir identifier d'éventuels écarts de perception face à la stratégie globale exprimée par les responsables. À noter que cette approche s'inscrit notamment dans la lignée des recommandations de David M. Ryfe dans son ouvrage *Can Journalism Survive?* (2012). Selon lui, les discours et les perceptions au sein d'un même journal peuvent différer de manière significative entre les cadres décisionnels et les journalistes. C'est pourquoi nous désirions absolument rencontrer des représentants issus de ces deux niveaux hiérarchiques. Cette démarche nous a permis d'accéder à une compréhension plus nuancée des dynamiques internes et des visions parfois contrastées qui coexistent au sein des organisations médiatiques. Ici, il convient toutefois de rappeler que le principal objectif de cette recherche exploratoire n'était pas d'analyser en détail les pratiques journalistiques quotidiennes, mais plutôt de cerner les intentions, les réflexions stratégiques et les orientations globales des quatre organisations étudiées. Dans cette optique, nos entretiens ont porté moins sur les opinions individuelles des journalistes que sur leur compréhension et leur interprétation des lignes directrices formulées par la direction, avec des questions comme : « En gros, pouvez-vous me dire comment (votre média) conçoit-il/ aborde-t-il la question du dialogue avec les publics » ? ou « Pourquoi (votre média) a-t-il mis en place des pratiques pour encourager le dialogue ou la communication avec le public ? » ou encore « À la rédaction de (votre média) quel rôle le journaliste est-il appelé à jouer dans les débats publics? ». Cette démarche visait en somme à comprendre les intentions qui sous-tendent les choix éditoriaux, en s'appuyant sur l'analyse du discours des participants.

Parallèlement aux processus d'entrevues, l'analyse des résultats a été réalisée selon une démarche itérative, propre aux approches inductives. Ainsi, après chaque entretien, nous réexaminions les données recueillies à la lumière des premières interprétations, en les confrontant aux hypothèses émergentes. Ce retour régulier sur le matériel nous permettait d'ajuster nos axes d'analyse, de réorienter certaines pistes de réflexion, et de reformuler nos catégories analytiques, nous donnant ainsi

l'opportunité d'affiner constamment notre compréhension du phénomène. Sur ce sujet, il est important de mentionner que la posture interprétative du chercheur a aussi joué un rôle clé (Coenen-Huther, 2003). En effet, comme dans toutes recherches qualitatives, c'est le regard de l'analyste, imprégné de son expérience et de sa sensibilité, qui a permis d'établir des connexions entre les différents témoignages et de donner une profondeur supplémentaire à la compréhension des perspectives partagées. Loin de constituer une limite, cette dimension subjective s'inscrit pleinement dans la démarche qualitative, où l'humain est au cœur du processus de compréhension et où on attend de lui qu'il contribue à dévoiler les facettes les plus complexes des phénomènes, tout en faisant ressortir des éléments parfois inattendus dans l'interprétation des données. À terme, cette démarche réflexive nous a permis d'identifier certains modèles explicatifs, susceptibles d'éclairer une dynamique jusque-là peu documentée.

Néanmoins, bien que l'approche exploratoire fondée sur des entretiens semi-directifs permette une analyse riche et une compréhension approfondie des phénomènes étudiés, il est important de souligner qu'elle présente aussi certaines limites méthodologiques, notamment au niveau de la portée et de la validité. Tout d'abord, les participants ayant été sélectionnés pour leur connaissance du sujet plutôt que pour leur représentativité statistique, les possibilités de généralisation des résultats sont limitées (Coenen-Huther, 2003). Par ailleurs, comme dans toute recherche qualitative basée sur des entretiens, les données recueillies reposent largement sur des perceptions, ce qui implique un risque de biais, lié par exemple au désir des participants de projeter une image positive ou de satisfaire les attentes du chercheur (Schelings, 2021). Ces facteurs peuvent introduire un écart entre les discours recueillis et les pratiques effectives (Deutscher, 1973 ; Coenen-Huther, 2003 ; Ryfe, 2020). Sur ce point, Coenen-Huther (2003) rappelle d'ailleurs qu'un entretien procure généralement plusieurs différents types d'information. En plus de fournir un certain nombre de faits concernant des pratiques concrètes, il renseigne sur des interprétations et il peut aussi être l'expression d'un certain état d'esprit. Dans le cas précis de notre recherche, ces explications méritent aussi d'être mises en parallèle avec une étude déjà mentionnée de Hanitzsch et al. (2019), qui aborde directement la question des entrevues avec des journalistes, nous apprenant que leurs réflexions à propos de leurs rôles s'articulent souvent autour de quatre concepts fondamentaux. Plus précisément, leurs représentations font apparaître une articulation complexe entre ce qu'ils *perçoivent comme leur devoir professionnel*, ce qu'ils *aspirent à accomplir* dans leur métier, ce qu'ils *réalisent au quotidien*, et ce qu'ils *choisissent d'exprimer* lorsqu'ils sont

interrogés. Ces différents niveaux de discours appellent donc une analyse nuancée, car peu de données recueillies peuvent être considérées comme des faits vérifiables. Par ailleurs, dans le cas des journalistes, les résultats des entretiens peuvent également être biaisés par le fait qu'une grande partie de leur pratique repose sur des automatismes et des routines, ce qui rend parfois difficile l'explication précise de leurs actions (Ryfe, 2020).

Pour toutes ces raisons, il est souvent recommandé de ne pas se fier uniquement aux discours recueillis, mais de croiser les données d'entretiens avec des résultats obtenus par d'autres méthodes, telles que l'observation directe. Or, dans le cadre de cette étude exploratoire, nous n'avons pas eu l'opportunité de procéder à de telles observations, ce qui limite la robustesse et la portée de nos conclusions. Finalement, il est à noter que la portée de notre étude est encore diminuée par son caractère très contextuel, qui restreint les possibilités d'appliquer les résultats à d'autres situations semblables. En somme, les résultats de nos travaux doivent être *interprétés avec prudence*. Ils ne prétendent pas à la généralisation, mais visent plutôt à nourrir la réflexion et à orienter des recherches ultérieures, plus ciblées et approfondies.

Les résultats

Concernant notre premier sujet d'intérêt, c'est-à-dire la perception du rôle des médias dans le débat démocratique, notre recherche suggère que l'émergence des médias sociaux-numériques n'a pas significativement transformé la manière dont les producteurs d'information écrite envisagent leurs responsabilités à cet égard. Dans les grandes lignes, les intervenants qui se sont exprimés continuent d'adhérer aux fonctions traditionnellement associées aux organismes de presse, tels que la transmission de l'information et l'accès à une pluralité de points de vue (Christians et al., 2009). Toutefois, une analyse plus fine des propos recueillis met en évidence une diversité de perceptions au sein même de l'industrie. En effet, bien que les journalistes soient souvent les premiers à revendiquer un rôle de premier plan dans le débat public, nous avons remarqué que leurs discours divergent lorsqu'il s'agit de définir ce rôle. En même temps, on peut relever certaines constantes dans les discours tenus au sein d'une même publication, ce qui semble confirmer que les entreprises de presse adoptent des lignes éditoriales distinctes vis-à-vis du débat public. Ces différentes cultures rédactionnelles semblent d'ailleurs s'inscrire dans les trois grandes tendances identifiées dans la littérature. Plus précisément, les entreprises que nous avons étudiées peuvent être rattachées à l'une des catégories suivantes : les organismes dits « orientés information », qui privilégient l'objectivité et la présentation de faits bruts,

les éditeurs dits « équilibrés », qui accordent une place importante à l'analyse et à la chronique tout en maintenant une distinction rigoureuse entre faits et opinions, et enfin, les journaux « engagés », qui assument plus ouvertement leur orientation idéologique (Chalaby, 1996 ; Hallin et Mancini, 2004 ; Marty, 2010).

Comme mentionné précédemment, la question des rôles journalistiques constitue un concept à la fois complexe et multidimensionnel, ce qui ouvre la voie à une pluralité d'interprétations et de pratiques. Ainsi, les journalistes, tout comme les organisations, peuvent endosser divers rôles dans différents contextes. Parmi ces rôles, l'un de ceux couramment évoqués dans la littérature s'inscrit dans une tradition de journalisme factuel, conforme aux normes classiques de la profession. (Cohen, 1963 ; Weaver et Wilhoit, 1996). Dans sa forme la plus rigide, cette approche tend à donner une place plus marginale au débat, perçu comme porteur d'opinions, et donc de subjectivité. Même lorsqu'ils sont encadrés par des formats journalistiques précis, les prises de position sont ici considérées comme susceptibles de brouiller la frontière entre faits et opinions, ce qui pourrait compromettre la crédibilité du média (Harcup, 2003 ; Bernier, 2006 ; Kovach et Rosenstiel, 2007). Or, dans le cadre de notre recherche, ce point de vue théorique a trouvé un écho dans les témoignages recueillis auprès de plusieurs intervenants de *Radio-Canada*. Nombre d'entre eux ont ainsi exprimé leurs craintes quant aux effets potentiellement polarisants des débats médiatiques. Selon ces professionnels, la mise en forme de controverses tend en outre à accentuer la polarisation entre différents camps, un phénomène que certains perçoivent comme étant en contradiction avec leur mission journalistique. À ce sujet, un directeur au sein de cet organisme nous a par exemple exprimé que : « le rôle d'un média public est de créer du commun, ce qui veut dire de créer des valeurs communes et des références communes. Bien sûr on se rend compte quand même qu'on ne peut pas mettre tout le monde d'accord ». Or, ce point de vue semble partagé par divers participants au sein de la même organisation, qui ont en outre précisé que le rôle des journalistes n'est pas nécessairement d'orchestrer le débat, mais surtout de créer les conditions propices à ce qu'il ait lieu au sein de la population. Pour ce faire, ils estiment que l'une des meilleures façons d'assainir la discussion publique consiste à présenter les faits de manière contextualisée, en veillant à fournir aux citoyens l'information la plus objective et complète possible. Ainsi outillés, les publics seraient en mesure de débattre par eux-mêmes et de prendre des décisions éclairées. Dans les mots d'un éditeur en chef affecté à l'information sur ici.radio-canada.ca/info la mission du média est plus précisément : « d'informer sur ce qui se passe dans la société, de contribuer

à la démocratie en s'assurant que les faits sont véhiculés, d'être le reflet de la société dans laquelle on vit, donc vraiment d'alimenter le débat, pas au sens d'en être une partie prenante, mais de contribuer en informant les gens pour que, eux-mêmes, puissent participer au débat ». Ce type d'observation nous ont donc conduits à classer la plateforme parmi les organes que nous qualifions « d'orientés information », une conclusion qui rejoint d'ailleurs les observations de Marty (2010), lequel associait ce modèle aux médias gratuits, tels que les agences de presse ou les radiodiffuseurs publics.

Parallèlement aux journalistes qui préfèrent demeurer plus neutres face à la discussion démocratique, d'autres cherchent à expliquer l'information et à en révéler les enjeux sous-jacents, favorisant ainsi l'émergence du débat au sein de la population (Weaver et Wilhoit, 1996). Ces journalistes exercent généralement dans des rédactions que la littérature qualifie « d'équilibrées », en ce sens qu'elles tentent de concilier l'information factuelle et la mise en perspective, tout en maintenant une distinction claire entre les faits et les points de vue. (Chalaby, 1996 ; Hallin et Mancini, 2004). Dans notre échantillon, deux entreprises (*Le Devoir* et *La Presse*) ont clairement défendu cette vision, qui correspond en outre à la conception Habermassienne d'une presse qui a la responsabilité de structurer les espaces publics des États démocratiques. Selon ce modèle, il en va de la responsabilité des producteurs d'information de présenter des argumentaires entourant les grandes questions d'actualité et de faire ressortir les opinions différentes ou opposées sur un même sujet, dans l'espoir notamment de permettre aux audiences de réfléchir et de se forger une pensée générale éclairée. En organisant et en modérant des débats, les journalistes ont donc ici le sentiment de permettre aux citoyens de mieux comprendre les enjeux et de voir les problèmes sous différents angles. À ce sujet, un responsable du journal *Le Devoir* nous exprimait d'ailleurs : « On est beaucoup dans l'esprit de donner des clés pour comprendre. On donne la trame de base, mais en plus, on invite des penseurs, on prend le temps d'aller chercher l'avis de toute sorte de spécialistes et ça, ça fait pari de notre ADN, depuis le tout début. Et c'est un peu la même chose qu'on va chercher avec l'opinion, parce qu'on estime que nos seules voix ne suffisent pas ». Un peu plus tard dans l'entrevue cette intervenante a précisé la philosophie du journal en disant : « On veut à la fois être dans la nouvelle, mais aussi essayer de la comprendre et voir ce qu'elle a comme impact dans la vie de tous les jours, donc on n'essaie pas de prendre position à la place des gens, mais on essaie de leur donner vraiment le plus de clés possible ». Sur le même sujet, une participante à *La Presse* nous a, pour sa part, expliqué que : « à la base, le travail journalistique est de présenter des faits qui sont d'intérêt public. Mais une fois que ces faits sont établis, il faut donner de la perspective, et

l'opinion, c'est la perspective dont on a besoin pour se forger notre propre opinion, c'est le pas de plus pour donner du sens ». En résumé, contrairement aux responsables et intervenants œuvrant sur la plateforme numérique de *Radio-Canada*, qui se montraient plutôt hésitants à l'égard de la place du débat, les participants rencontrés à *La Presse* et au *Devoir* l'ont clairement défendu comme un aspect essentiel de la mission journalistique. Selon eux, la présentation d'idées divergentes, même lorsqu'elles sont très conflictuelles, enrichit la compréhension collective des enjeux et contribue à faire progresser la société vers davantage de dialogue.

À noter que selon les intervenants que nous avons rencontrés, cette vision du rôle s'accompagne de certaines responsabilités. Par exemple, un élément crucial, mentionné aussi bien par *La Presse* que par *Le Devoir*, est de veiller à l'équilibre des points de vue, c'est-à-dire s'assurer qu'aucune perspective ne soit surreprésentée, ce qui, selon les participants issus de ces journaux, représente un grand défi pour diverses raisons. D'une part, le recrutement des auteurs pour les chroniques et les pages d'opinion tend à limiter la diversité des perspectives, ces derniers provenant généralement de cercles académiques, politiques ou professionnels homogènes, ce qui conduit à une répétition des mêmes points de vue et à une sous-représentation de certaines voix. D'autre part, les personnes issues de groupes marginalisés ont généralement moins de ressources pour accéder aux plateformes médiatiques traditionnelles. Elles n'ont souvent pas le temps, les moyens ou même le désir de soumettre des tribunes libres ou des articles d'opinion aux grands journaux, ce qui empêche leur voix d'être entendue. Pour contrer cette difficulté, *une personne au Devoir* nous a expliqué que l'entreprise avait mis en place un processus actif pour identifier et solliciter directement les contributions venant de groupes sous-représentés, de manière à pouvoir amplifier aussi leurs perspectives et assurer un meilleur équilibre des points de vue. *La Presse* a pour sa part revu son positionnement face à l'opinion, comme nous l'expliquerons en détail un peu plus loin.

Enfin, un troisième rôle identifié par la recherche et endossé par certains journalistes est celui que différentes études ont qualifié « d'engagés » (Hanitzsch, 2011), « d'adversaire » (Weaver et Wilhoit, 1996) ou encore de « défenseurs » (Donsbach et Patterson, 2004). Proche dans leur nature, ces rôles se caractérisent par une volonté affirmée de prendre position, de soutenir certaines causes ou groupes sociaux, et d'utiliser le journalisme comme un levier de changement social ou politique. Dans une certaine mesure, ce positionnement a pu être observé dans les propos des personnes interrogées au *Journal de Montréal* (ou au *Journal de Québec*), ce qui nous a amenés à classer ces publications parmi les médias que nous qualifions de plus « engagés » (Chalaby, 1996 ; Hallin et Mancini, 2004 ; Marty,

2010). Bien entendu, cette posture n'a pas été exprimée explicitement par les participants, en ce sens qu'aucun des journalistes ne nous a dit se considérer comme *engagé*. Malgré tout, une analyse fine des propos a permis de faire ressortir une vision plus active du rôle, soulignant notamment l'importance de « défendre les causes importantes pour le journal » et de dénoncer les abus, les injustices et les dysfonctionnements au sein de la société. À ce sujet, un responsable du *Journal de Montréal* nous a ainsi souligné que : « révéler ce que le pouvoir ne veut pas qu'on révèle et qui sont des choses d'intérêt public, c'est ça notre rôle. C'est d'être le quatrième pouvoir, un contre-pouvoir ». En parlant des lettres d'opinions qu'ils choisissaient de publier, ce même responsable nous a aussi expliqué que : « il faut que l'opinion soit sur des sujets qui nous intéressent comme média, donc tout ce qui concerne la langue française, la nation québécoise, le sort des consommateurs, le sort de la classe moyenne, toutes ces questions nous intéressent, donc c'est un des critères que nous mettons de l'avant ». À noter que l'aspect plus « engagé » du *Journal de Montréal* a aussi été évoqué par les participants des autres médias qui ont été nombreux à nous parler du ton souvent appuyé de ce compétiteur, une orientation qui s'incarne notamment dans le travail des chroniqueurs qui défendent vigoureusement des positions claires et des opinions tranchées. À ce propos, une participante à *La Presse* nous a par exemple exprimé : « Par exemple, Quebecor, on a parfois l'impression qu'ils ont une réunion le matin et qu'ils décident de faire peur au monde avec des titres comme "l'immigration est un danger", ou "l'homme blanc est en danger". Ça, c'est leur stratégie. Ils veulent changer les choses en faisant du bruit, alors que nous, on veut réduire le bruit ». Pour certains de ces observateurs externes, cette posture relève probablement d'un choix à visée commerciale. Sur ce point, il convient toutefois de souligner qu'il ne s'agit nullement de la perception des intervenants du *Journal de Montréal*. Selon eux, le fait d'exprimer des prises de position claires sur des causes jugées importantes constitue une manière d'assumer leur responsabilité sociale et morale, tout en affirmant le rôle du journaliste comme acteur de changement et défenseur des valeurs démocratiques.

En somme, il semble y avoir trois conceptions différentes du rôle du journalisme dans le débat démocratique au Québec. Or, l'arrivée du web et la montée en puissance du numérique ne semblent pas avoir radicalement transformé ces positions, ce qui ne signifie pas pour autant qu'il n'y a eu aucun changement. En effet, si la perception du rôle journalistique est restée globalement la même, la façon de l'exercer pourrait avoir connu une légère évolution. Dans la seconde partie de notre étude, nous nous sommes donc penchés sur ces évolutions et sur les raisons qui les ont motivées. Sur ce point, il convient

cependant de préciser que ces transformations ne résultent pas toujours d'une réflexion structurée ou d'un désir explicite de mieux remplir un rôle démocratique. D'après les propos recueillis lors des entretiens, elles semblent parfois simplement répondre au besoin de suivre une tendance ou de rester pertinent face aux nouvelles dynamiques médiatiques. Ici encore, chaque média que nous avons étudié a suivi sa propre démarche et possède sa propre manière d'envisager les changements. Nous examinerons ces raisonnements en détail dans les pages suivantes.

Deux types de stratégies pour renforcer le rôle des médias dans le débat démocratique

Soyons d'abord clairs sur un point : le rôle des médias dans le débat démocratique n'est pas au cœur des préoccupations quotidiennes de la majorité des producteurs d'information que nous avons rencontrés qui, pour la plupart, se sont montrés plus enclins à nous parler de leurs obligations plus concrètes. Dans la routine de tous les jours, les journalistes doivent le plus souvent se concentrer sur leurs tâches immédiates, comme trouver des histoires, vérifier les faits et écrire des articles, une réalité qui laisse peu de place à une réflexion philosophique sur les responsabilités démocratiques liées à leur profession. D'après nos observations, cet aspect de leur mission est souvent perçu comme implicite et sous-jacent à leur travail, sans forcément être discuté au quotidien. En l'absence de telles discussions, il nous est toutefois apparu que les différents acteurs du milieu ne réalisent pas pleinement que ce rôle, considéré comme allant de soi, n'est pas compris de manière uniforme au sein de l'industrie. Cette réalité pourrait ainsi engendrer des malentendus, non seulement entre les médias eux-mêmes, mais surtout avec le public. Précisons quand même ici que bien que ce type de réflexion ne semble pas prioritaire, il n'est pas totalement étranger à l'esprit de plusieurs des participants avec qui nous avons échangé. En fait un des producteurs de notre échantillon nous a même confié s'être récemment penché sur le sujet.

Parmi les médias que nous avons contactés, seule *La Presse* a mentionné avoir mené une réflexion consciente et structurée sur l'évolution de ses responsabilités dans le contexte numérique, un questionnement qui a abouti à des changements dans la présentation des opinions et la gestion de la parole publique. À l'issue de cet exercice de réflexion, le quotidien a notamment décidé de transformer sa section « Débat » en une section intitulée « Dialogue », caractérisée par un désir de proposer des avis plus nuancés et des prises de position moins tranchés, ainsi que d'offrir au public davantage de

clés pour affiner leur compréhension et se forger leur propre point de vue. Par ailleurs, contrairement à d'autres médias qui ont choisi de donner une plus grande place à leur audience sur leurs plateformes, les représentants de *La Presse* ont estimé que les opportunités d'expression sur le web étaient déjà suffisantes, et que leur responsabilité résidait plutôt dans *l'articulation des points de vue au sein de textes organisés*. Au sujet de cette décision, une responsable haut placée nous a plus précisément expliqué que « Le numérique a tout changé et c'est pour ça que notre rôle doit être différent. Tu sais des places pour se chicaner, il y en a, il y en a, il y en a partout. On est enseveli d'informations, enseveli de notifications, enseveli d'opinions, partout, tout le temps. Donc, tout le bruit que le numérique a apporté autour de nous fait en sorte que pour se démarquer il faut miser sur le sens. Sur ce qu'on apporte comme sens dans tout ça. C'est ça qui va faire en sorte qu'on va pouvoir changer les choses. Aujourd'hui c'est du sens qu'on cherche. »

À noter que ce commentaire d'une intervenante à *La Presse* illustre parfaitement une *tension* qui semble exister entre *deux approches* pouvant être adoptées par les médias pour exercer leur fonction dans l'espace public, soit l'approche qui consiste à *rendre leurs plateformes plus accessibles d'une part*, et celle qui consiste à *organiser et promouvoir le débat public d'autre part*. En fait, plus un média insiste sur l'importance d'offrir un espace de discussion libre et ouvert à tous, moins l'idée de filtrer, de synthétiser, et de mettre en avant certains arguments semble présente. En termes de stratégie, les médias que nous avons rencontrés se divisent donc plus ou moins en deux, soit ceux qui misent plutôt sur l'accessibilité et ceux qui préfèrent miser sur la structure et le sens.

Dans le premier groupe, on retrouve notamment *Radio-Canada* qui prévoit lancer bientôt une plateforme de débat permettant à tous les Canadiens de s'exprimer librement et en toute sécurité sur les sujets d'actualité de leur choix. Comme indiqué précédemment, ce projet s'appuie sur une conception du journalisme qui considère que le rôle d'un média d'État ne consiste pas à présenter ou alimenter la controverse, mais plutôt à favoriser un climat propice à l'émergence du débat au sein de la population. Selon cette logique, il revient aux citoyens de s'approprier les enjeux, d'échanger des points de vue et de faire vivre la discussion démocratique. En conséquence, le projet ne prévoit pas que les journalistes interviennent dans la structuration des débats ou mettent en avant certains points de vue. Cette posture découle, selon un des responsables que nous avons rencontrés, de la conviction qu'il ne revient pas aux professionnels d'amplifier certaines prises de parole exprimées sur la plateforme, car : « sélectionner un commentaire pour le développer introduit des biais ». Aux yeux de cet intervenant, toute tentative de sélection ou de mise en avant de la parole publique par les journalistes

est perçue comme biaisée, car influencée par leur expérience personnelle et nécessairement partielle face à la pluralité des échanges, d'où la préférence pour une libre expression des publics sur les plateformes, sans intervention éditoriale.

À l'instar de *Radio-Canada*, c'est aussi la voie qu'a choisi d'emprunter le *Journal de Montréal*, qui permet les commentaires sous toutes ses publications, avec pour seul objectif de donner aux gens une occasion de : « se rencontrer et discuter comme ils le faisaient auparavant sur les marches de l'église ». Dans les deux cas, ces espaces sont conçus comme des lieux spécifiquement dédiés aux échanges entre lecteurs, sans pour autant avoir pour vocation de faire avancer le débat avec la participation de la rédaction. Les journalistes ne sont ni obligés de tenir compte des propos qui y sont partagés ni d'intégrer ces échanges dans leur processus éditorial. Dans cette perspective, les espaces de commentaire en ligne sont vus comme des lieux séparés où les médias ne jouent pas un rôle actif. Pour le *Journal de Montréal*, l'espace de commentaires semble essentiellement vu comme un service rendu à la population. Selon les intervenants à qui nous avons parlé, ce dispositif répond à un besoin, car il offre aux lecteurs un lieu pour échanger des opinions et débattre sur des sujets d'actualité. Qui plus est, il donne une voix aux citoyens ordinaires, en leur permettant de s'exprimer sur des thèmes qui les concernent. En ce sens, la stratégie du *Journal de Montréal*, tout comme celle de *Radio-Canada*, est surtout basée sur l'objectif de rendre le média plus accessible et de permettre à tous de s'exprimer.

Sur ce sujet, les représentants des deux médias ont en outre précisé que le fait de rendre des espaces de commentaires complètement accessibles aux publics nécessite des ressources importantes, notamment pour embaucher (ou sous-traiter) des modérateurs qui ont la tâche de surveiller en continu les discussions et de filtrer les propos inappropriés, haineux ou calomnieux. D'un point de vue légal, les producteurs d'actualité sont en effet responsables des commentaires diffamatoires ou illégaux laissés sur leurs plateformes. Ils doivent donc investir dans un éventail de solutions pour limiter les risques, tels que l'élaboration de politiques claires, l'usage de filtres automatiques et la mise en place de procédures légales en cas de violation. Or, toutes ces initiatives augmentent les coûts opérationnels à un niveau difficile à soutenir dans le contexte actuel de sous-financement de l'industrie de l'information. En conséquence, certains producteurs ont pris le chemin inverse de *Radio-Canada* et du *Journal de Montréal*, en choisissant plutôt de restreindre l'accès à leurs plateformes pour se recentrer sur un rôle qui peut être qualifié de plus traditionnel, soit celui de filtrer, formaliser et structurer le débat public.

Dans notre étude, deux journaux ont opté pour cette approche. D'abord *La Presse* qui, comme mentionnée précédemment, a choisi de concentrer ses ressources à développer la section « Dialogue », qui permet de publier des lettres d'opinion, des chroniques, des analyses et des textes rédigés par des experts ou des citoyens qui souhaitent commenter les enjeux d'actualité. Auparavant appelée « Débat », cette rubrique a été rebaptisée précisément pour marquer un changement de posture éditoriale, à la suite d'une réflexion sur l'évolution du rôle des médias dans le débat démocratique à l'ère numérique. Face à une impression de polarisation croissante des idées et à un sentiment de perte de contrôle souvent exprimé par les lecteurs depuis la pandémie, la rédaction de *La Presse* a effectivement ressenti le besoin de réévaluer ses responsabilités et son apport à la conversation publique. Cette réflexion l'a mené à la décision d'adopter un ton moins tranché et plus nuancé dans l'expression des idées ou des points de vue, l'objectif étant d'offrir aux citoyens des éléments de réflexion plutôt que des opinions abouties. Comme nous l'a résumé une directrice familière avec la stratégie de l'entreprise, *La Presse* ne désire plus « prescrire des opinions » ou « amener le lecteur dans un cul-de-sac », mais plutôt « accompagner le lecteur en lui montrant différents points de vue ».

Pour atteindre cet objectif, le quotidien mise autant sur le travail des chroniqueurs que sur les contributions des lecteurs. Depuis un peu plus d'un an, les journalistes dédiées à cette section adoptent ainsi diverses stratégies dans l'optique de recueillir une gamme de perspectives sur les différents sujets d'actualité. Par exemple, un journaliste que nous avons interrogé lance des « *appels à tous* » pour solliciter l'opinion des lecteurs sur un sujet donné, puis crée du contenu à partir des réponses recueillies. Il utilise également un format qu'il nomme « *convaincs-moi* », dans lequel il invite une personne ayant une opinion opposée à la sienne à présenter un argumentaire solide qui pourrait le convaincre de changer d'avis. L'objectif de cet exercice est de donner à cette personne une véritable occasion de défendre et d'expliquer sa position, tout en permettant au journaliste d'affiner sa compréhension du sujet et de clarifier les raisons de son point de vue. Ainsi, bien que les occasions où le chroniqueur sort de cette discussion complètement convaincue par les arguments soient plutôt rares, la discussion en ressort enrichie.

Afin de s'assurer de présenter un maximum de perspectives sur les sujets d'actualité, *La Presse* compte aussi beaucoup sur le courrier des lecteurs, qui sont nombreux à proposer des commentaires et des analyses sur les enjeux qui leur tiennent à cœur. Dans le cadre de la transformation de la section « Débat » en section « Dialogue », le journal avait d'abord décidé de réduire le nombre de lettres publiées, mais selon la responsable à qui nous avons parlé, c'est surtout le type de lettre qui a finalement

changé. Dans la version précédente de la rubrique, on publiait de nombreux textes provenant d'organismes, de firmes de relations publiques, de groupes de pression et de lobbyistes. Autrement dit, les contributions provenant des institutions dominaient souvent les échanges. Aujourd'hui, *La Presse* dit vouloir tendre à privilégier les témoignages personnels, les lettres de ceux qui travaillent directement sur le terrain, ainsi que les analyses approfondies qui aident à mieux comprendre les enjeux de manière plus concrète et intéressante. Cette évolution reflète une volonté d'offrir une voix à ceux qui sont directement impliqués dans les problématiques et de présenter des perspectives qui résonnent davantage avec la réalité quotidienne des lecteurs. Bien entendu, cette volonté de faire évoluer la discussion d'une manière perçue comme étant plus saine pour la société ne s'incarne pas toujours dans la réalité, comme nous l'ont d'ailleurs avoué tous ceux à qui nous avons parlé. Ces derniers semblaient néanmoins tous d'accord pour dire que la volonté de s'en approcher était forte, comme le montre cette réflexion: « Est-ce que c'est comme ça tout le temps ? Est-ce qu'on réussit dans 100% de nos textes? Non pas encore, mais c'est vraiment ça l'intention et on est vraiment dans cette voie-là, et non seulement dans la section dialogue, mais ça percole dans toutes les autres sections... cette intention d'arriver à mieux faire collectivement, mais sans prescrire la réponse, de faire de notre média un endroit où la conversation est possible » [SIC].

Mis à part *La Presse*, l'autre journal qui semble avoir choisi de concentrer ses ressources sur la formalisation et la structuration du débat public est *Le Devoir*. Bien que les représentants de ce quotidien n'aient pas mentionné de réflexion spécifique sur l'adaptation au numérique, ils ont tous tenu à rappeler que la diffusion d'opinions constitue une tradition profondément ancrée dans l'identité du journal. Par ailleurs, la responsable de la section nous a confié que la direction s'interroge en permanence sur la meilleure manière de favoriser le débat démocratique, un aspect perçu comme un pilier fondamental du rôle journalistique. Concrètement, cette orientation se traduit par un mandat rédactionnel étendu, visant à « couvrir tous les spectres » d'un sujet. Autrement dit, il s'agit d'assurer une couverture à la fois équilibrée et nuancée des enjeux, en intégrant une diversité de points de vue. Cette démarche vise à enrichir la réflexion collective et à encourager un dialogue public à la fois informé, inclusif et constructif. Comme l'a précisé une des directrices adjointes du journal, « au *Devoir*, on tient à ce que les sujets soient discutés, on n'a pas peur que les choses difficiles soient dites, mais on insiste beaucoup sur l'équilibre, sur l'accueil de la pensée de l'autre et sur la compréhension de l'autre ». Selon cette participante, il s'avère toutefois très difficile pour l'équipe de rédaction de réaliser « l'équilibre des points de vue », que ce soit à partir des lettres d'opinion envoyées au journal ou en

tendant de recruter des chroniqueurs aux sensibilités diverses. Pour y arriver, la responsable de la rubrique déploie de gros efforts pour tenter d'attirer un maximum de voix divergentes. Par exemple, le quotidien a lancé la série « Point de vue », qui réunit des lecteurs aux profils variés, invités à s'exprimer de manière régulière. Lorsque certains participants se montrent hésitants, la rédaction cherche à les convaincre en leur accordant une totale liberté quant au format et au choix des sujets abordés. Cela permet au *Devoir* de donner la parole à des personnes qui auraient autrement moins d'opportunités de faire valoir leurs perspectives dans des espaces médiatiques plus traditionnels. Autre exemple, le journal organise parfois des « appels à tous » sur des thèmes spécifiques, ce qui suscite des réactions variées de la part de divers types d'intervenants. Les textes reçus sont ensuite minutieusement analysés afin de s'assurer que toutes les perspectives sont couvertes, et certains d'entre eux sont publiés, avec une préférence pour ceux qui se contredisent ou apportent des angles différents sur le sujet. Dans certains cas, les journalistes sollicitent même des contributeurs directement. Cette démarche n'est toutefois pas sans difficulté, car comme l'a dit une intervenante : « la chaleur est vive dans l'œil du public », et plusieurs personnes ont peur de s'exprimer, surtout lorsque leur opinion est un peu marginale ou contraire au courant de pensée dominant. En somme, comme on nous l'a exprimé : « l'opinion, c'est épeurant », d'où la nécessité que quelqu'un fasse des efforts pour que le débat public puisse bénéficier d'une variété de perspectives.

Bien que trouver des gens prêts à s'exprimer publiquement sur des sujets controversés soit un travail de longue haleine, cette difficulté est partiellement surmontée par le travail des chroniqueurs qui, au *Devoir*, ont pour habitude de reprendre des thèmes issus du courrier des lecteurs pour créer des contenus. Dans certains cas, les citoyens qui envoient leurs textes au journal préfèrent ne pas être publiés et demandent aux journalistes de porter leurs idées à leur place. Dans d'autres cas, des textes non retenus pour publication pour diverses raisons sont transmis à l'équipe de rédaction pour qu'ils approfondissent le sujet et effectuent des vérifications. Ainsi, des thèmes et perspectives qui auraient pu passer inaperçus trouvent parfois leur chemin vers la publication. À cet égard, il convient aussi de souligner que, au *Devoir*, la grande majorité des contributions retenues pour publication provient du courrier des lecteurs, et non des commentaires en ligne. Ce choix témoigne d'une volonté de préserver un certain cadre éditorial dans la sélection des opinions.

Au sujet de la manière dont le journal aborde le débat et l'expression de l'opinion publique, il est essentiel d'insister sur le fait que la plupart des initiatives mentionnées ici ne sont pas nées avec l'ère numérique. Comme nous l'ont précisé tous les participants interrogés, elles s'inscrivent dans une

continuité historique, puisque la majorité existait déjà à l'époque où l'expression citoyenne était transmises par voie postale, bien avant l'avènement du courriel ou des plateformes numériques. Ainsi, on pourrait facilement croire que, pour ce journal, le web n'a rien changé à la manière d'aborder le débat public. On aurait cependant tort. Interrogée à ce propos, une responsable nous a précisé que : « oui, ça a changé, car avant il y avait des sujets qui ne perçaient pas. Moi quand je suis entrée au *Devoir* c'était toujours des spécialistes qui étaient appelés à jaser, pas les personnes qui vivaient les événements. Par exemple dans les hôpitaux maintenant on a des patients partenaires. Avant on n'écoutait pas les patients, ils n'avaient pas de voix. Et c'est la même chose dans toute la société. Ça donne une voix publique qui se fait davantage entendre et ce n'est pas mauvais, au contraire. On est vraiment plus proche, on entend mieux, il y a des choses que l'on ne voyait pas du tout ou qu'on ne voyait pas bien que l'on voit maintenant venir plus vite parce que ces voix sont là et qu'on y a accès davantage ». Selon les propos de cette intervenante, le web semble ainsi avoir permis au *Devoir* de mieux prendre en compte une plus grande variété d'opinions et de contribuer à l'enrichissement du débat public par la diffusion d'arguments plus variés.

En résumé, *Le Devoir* et *La Presse* ont choisi de tirer parti de l'opportunité offerte par les médias socio-numériques pour publier une plus grande diversité d'opinions et d'argumentaires, dans le but de donner du sens aux multiples perspectives et expériences souvent diluées par la surcharge informationnelle caractéristique de l'environnement numérique. De leur côté, le *Journal de Montréal* et *Radio-Canada* ont fait le choix inverse en décidant de miser plutôt sur l'accessibilité. Somme toute, bien que ces deux valeurs (l'accessibilité vs diversité des points de vue) ne soient pas mutuellement exclusives, il semble que, tant pour des raisons pratiques qu'idéologiques, les médias tendent à privilégier l'une d'elles.

Au terme de notre analyse, il est important de mentionner à un dernier point qui n'a pas encore été abordé, à savoir que, pour certains médias, la stratégie consistant à offrir au public la possibilité de débattre sur leur plateforme ne vise pas uniquement à remplir une fonction démocratique. En fait, ces espaces peuvent avoir une utilité multiple. Chez *Radio-Canada* plus spécifiquement, les commentaires sont employés de différentes manières. D'une part, ils sont utilisés pour mieux comprendre la perception des articles par le public et pour ajuster les sujets ou le ton des publications en fonction des attentes des lecteurs. À ce propos, une personne interrogée dans le cadre de l'étude nous a appris que : « les commentaires servent par exemple à savoir où sont les connaissances de l'auditoire par rapport à

une histoire, pour ensuite bâtir des sujets et des reportages qui répondent à leur besoin ». De manière plus globale, les discussions en ligne peuvent aussi servir à affiner la stratégie éditoriale. En substance, l'objectif est ici : « d'apprendre à mieux connaître l'audience pour comprendre ce qui pourrait les intéresser naturellement au lieu d'être en réaction à ce qu'ils disent ». Comme nous l'a expliqué une stratège « les journalistes ont souvent la mission de parler des sujets qui devrait être d'intérêt public, mais ça n'intéresse pas le public, il y a une différence. Donc nous, ce qu'on essaie de faire, c'est de faire plus de contenus qui intéressent naturellement le public pour ensuite être capable de leur parler des sujets qui sont d'intérêt public ». Dans ce contexte, les commentaires en ligne sont ainsi une source d'inspiration. Les questions ou remarques des usagers de la plateforme servent à identifier les sujets qui suscitent le plus d'intérêt et guident les choix des thèmes à explorer davantage ou à privilégier. Dans d'autres cas, les espaces de débat peuvent être d'excellents lieux pour identifier des sources potentielles afin d'enrichir un article, notamment des personnes ayant une expérience directe ou des informations pertinentes sur une histoire. À cet égard, plusieurs journalistes de *Radio-Canada* nous ont d'ailleurs confié utiliser souvent les réseaux sociaux pour trouver des témoins et recueillir leurs témoignages.

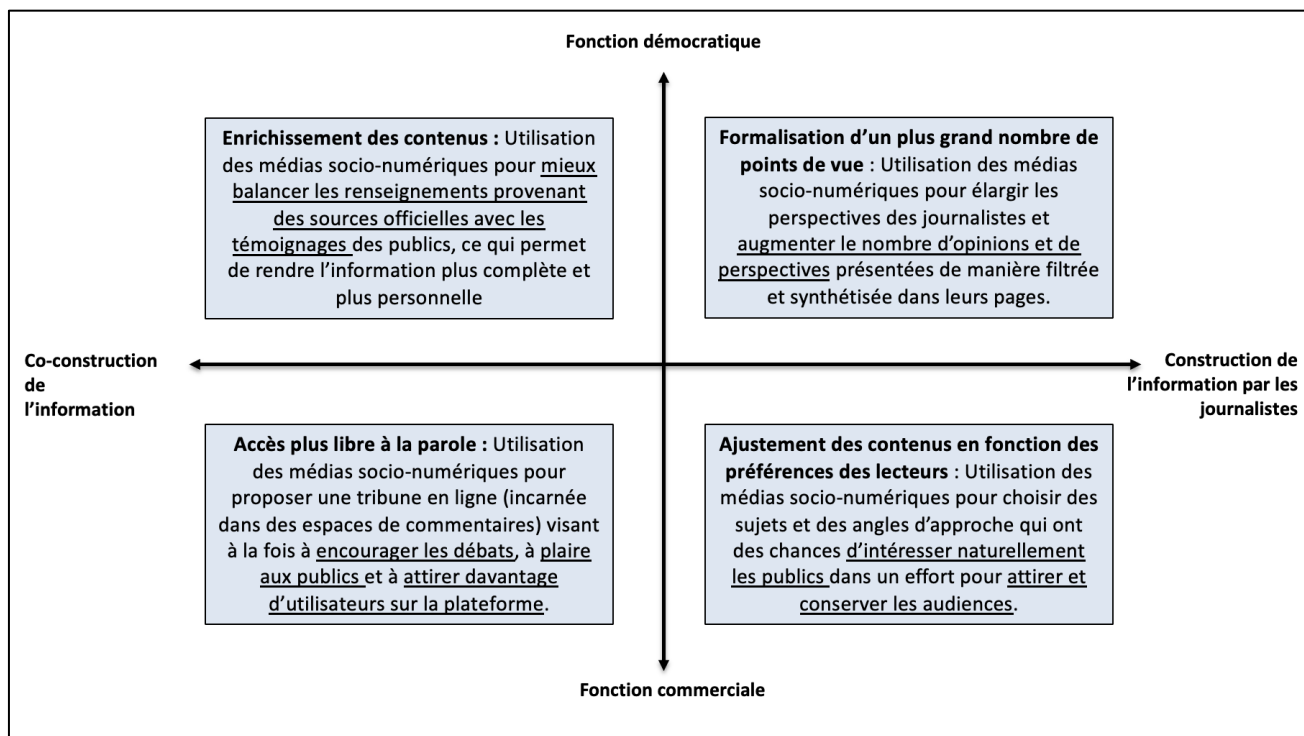
En somme, d'un point de vue pratique, les espaces de discussions ont plusieurs utilités au sein de la salle de rédaction. Or, leur usage ne s'arrête pas là, puisqu'ils peuvent également jouer un rôle stratégique. Entre autres, la discussion en ligne a aussi pour fonction d'augmenter le niveau d'engagement envers le diffuseur public. En permettant à l'audience de s'exprimer et de converser avec les autres lecteurs, on espère effectivement créer un sentiment de communauté et renforce la fidélité des lecteurs. Comme nous l'a exprimé un des responsables chez *Radio-Canada* : « Notre objectif c'est aussi de créer de l'engagement. On veut que les citoyens canadiens francophones trouvent que leur service public est pertinent au quotidien. Parfois ça va être via l'information, parfois ça va être via le divertissement. Et la conversation, ou du moins l'espace conversationnel, c'est la preuve qu'on aura créé quelque chose dans lequel ils se sentent bien et où ils ont envie de revenir... car à partir du moment où on a un dialogue avec les autres citoyens et avec son service public, c'est qu'on aura réussi à avoir un rôle pertinent dans le quotidien de nos auditeurs ». Dans cette perspective, les espaces de commentaires sont vus comme un outil qui contribue à la création d'une communauté active autour du média, ce qui représente une valeur ajoutée, car un public fidèle et engagé est plus susceptible de revenir régulièrement.

Ainsi, ces différents usages des espaces de commentaires mettent en lumière une autre observation prévisible de notre étude, à savoir que l'évolution des pratiques des médias quant aux interactions avec le public ne découle pas uniquement du désir de promouvoir le débat. Elle peut aussi être motivée par des objectifs stratégiques et commerciaux. À une époque où de nombreux producteurs d'information semblent redouter de voir se creuser un fossé avec leurs audiences, les espaces de commentaires en ligne sont perçus par certains comme un moyen efficace de se rapprocher du lectorat et d'attirer davantage de lecteurs en leur offrant un rôle plus actif, répondant ainsi à leurs attentes. Cela permet en outre d'augmenter le temps passé sur le site et, éventuellement, de générer plus de revenus. De plus, on espère que la participation contribue à créer un sentiment de communauté autour des articles, incitant de ce fait les lecteurs à être plus fidèles au média. Dans le même esprit, on tente de les retenir en leur proposant des sujets qui les intéressent naturellement.

Or, l'ensemble de ces activités s'inscrit dans une lecture commerciale du rôle journalistique, telle que définie par Hanitzsch (2007), et rejoint un large corpus de travaux qui mettent en évidence la tension persistante entre la mission sociale des entreprises de presse et les impératifs économiques auxquels elles sont confrontées (Adorno et Horkheimer, 1983 [1944] ; Chomsky et Herman, 2008 [1988] ; Bonville, 1995 ; Tseng, 2001, Bernier, 2008 ; Rebillard et Smyrniaios, 2010 ; Slattery et al., 2001 ; George, 2015). Ces recherches soulignent que les médias d'information, tout en revendiquant un rôle démocratique, doivent composer avec des logiques de rentabilité, de performance et de concurrence. Dans cette optique, les espaces de commentaires en ligne apparaissent comme des dispositifs ambivalents. Alors que, d'un côté, ils sont présentés comme des outils de participation citoyenne visant à enrichir le débat public, ils sont également utilisés, d'un autre côté, pour remplir des fonctions stratégiques liées à la fidélisation des usagers et à la monétisation de l'audience. En définitive, ces espaces semblent porter à la fois des finalités démocratiques et commerciales, une dualité que nous synthétisons dans le graphique suivant.

Graphique 2

Synthèse des différents usages des espaces de commentaires pour les médias traditionnels



Conclusion

En conclusion, malgré la réticence de plusieurs critiques à considérer les médias traditionnels comme un véritable atout pour le processus démocratique fondé sur le dialogue et la délibération, on observe chez les producteurs d'information du Québec plusieurs signes d'une volonté d'assumer ce rôle. Cette volonté aurait néanmoins avantage à être appuyée par une réflexion plus approfondie. C'est du moins ce que suggère cette recherche exploratoire, qui met en évidence certaines divergences dans les perceptions des producteurs d'actualité écrite quant au rôle que les médias devraient jouer dans le débat public. En raison de la portée limitée de cette étude, ces résultats doivent naturellement être interprétés avec prudence. Ils gagneraient à être confirmés et approfondis par des recherches plus étendues, intégrant notamment une analyse de contenu, qui permettrait de confronter les discours des intervenants aux contenus médiatiques. En complément, il serait également pertinent d'examiner de plus près les conditions de production de l'information, en s'intéressant notamment à la question de la propriété des médias et à leur éventuelle politisation. Une telle approche permettrait de replacer les résultats dans un cadre analytique plus large, tenant compte des rapports de force économiques et idéologiques à l'œuvre dans l'espace médiatique.

Mais quelles que soient les contributions que pourraient apporter de futures recherches, les résultats de cette étude mettent d'ores et déjà en lumière un besoin manifeste, pour les entreprises de presse, de mieux définir leur rôle dans le débat démocratique et de clarifier davantage leur positionnement éditorial auprès du public, dans un contexte où les attentes en matière de transparence et de responsabilité journalistique sont en constante évolution. Cette clarification apparaît d'autant plus nécessaire que, bien que ces différentes approches puissent constituer des voies complémentaires vers l'idéal d'un espace public pluraliste, elles peuvent également s'avérer déroutantes et engendrer une certaine confusion chez les citoyens. En effet, si les médias traditionnels parlent d'une même voix lorsqu'il est question de souligner l'importance de leur rôle dans le bon fonctionnement de la démocratie, ils omettent fréquemment de souligner que, même au sein de leur propre profession, la manière de concevoir ce rôle peut différer. Cette uniformité dans le discours, contrastée par des pratiques variées, peut créer de l'incompréhension et susciter certains doutes. Combiné au fait que les technologies ont permis de dévoiler de nombreuses failles dans les institutions, ceci pourrait expliquer une partie de la méfiance qui s'installe envers les médias d'information. Dans ces conditions, il est possible d'avancer que les producteurs d'informations écrites gagneraient à engager une réflexion plus large sur leur rôle dans le débat démocratique, la manière dont celui-ci devrait se traduire en pratique, ainsi que sur la façon de mieux communiquer leur positionnement à leurs audiences, afin de créer un espace public plus efficace et éviter le plus possible, tout malentendu.

Marie-Danielle Tremblay est chercheuse à l'Université du Québec à Montréal (UQAM)
Michelle Stewart, est professeure à l'Université du Québec à Montréal (UQAM)

Références

- Adorno, T. W., et Horkheimer, M. (1983). *La dialectique de la raison*. Gallimard.
- Badouard, R. (2018). Internet et la brutalisation du débat public. *La vie des idées*, 2018.
- Badouard, R., Mabi, C. (2015). Le débat public à l'épreuve des controverses. *Hermès, La Revue*, 1(71), 145-151.
- Bernier, M-F. (2006). L'idéal journalistique : comment des prescripteurs définissent le « bon » message journalistique. *Les Cahiers du journalisme*, 16.

- Bonville, J. de (1995). *Les quotidiens montréalais de 1945 à 1985 : morphologie et contenu*. Institut québécois de recherche sur la culture.
- Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision. Suivi de L'emprise du journalisme*. Raisons d'Agir.
- Boyadjian, J. (2020). Désinformation, non-information ou sur-information ? Les logiques d'exposition à l'actualité en milieux étudiants. *Réseaux*, 222(4), 21-52.
- Breton, P. (2007). *Le culte de l'Internet*. La Découverte.
- Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet : Promesses et limites*. Le Seuil.
- Carothers, T. (2019). *Democracies divided: The global challenge of political polarization*. Brookings Institution Press.
- Castells, M. (2003). *The internet galaxy: Reflections on the internet, Business, and Society*. Oxford University Press.
- Chalaby, J. K. (1996). Journalism as an anglo-american invention: A comparison of the development of french and anglo-american journalism, 1830s-1920s. *European Journal of Communication*, 11, 303-326.
- Champagne, P. (1990). *Faire l'opinion : Le nouveau jeu politique*. Éditions de Minuit.
- Chomsky, N., et Herman, E. (2008). *La fabrication du consentement : de la propagande médiatique en démocratie*. Agone, Nouvelle édition revue et actualisée.
- Christians, C., Glasser, T. L., Mcquail, D., Nordenstreng, K. et White, R. A. (2009). *Normative theories of the media: Journalism in democratic societies*. University of Illinois Press.
- Coenen-Hunther, J. (2003). Le problème de la preuve en recherche sociologique qualitative. *Revue européenne des sciences sociales*, XLI (128), 63-71.
- Cohen, B. C. (1963). *Press and foreign policy*. Princeton University Press.
- Comeau, R., Desrochers, L. (1996). *Le Devoir. Un journal indépendant (1910–1995)*. Presses de l'Université du Québec.
- Demers, F. (2007). Déstructurations et restructuration du journalisme. *Tic&Société*, 1(1), 28-55.
- Deutscher, I. (1973). *What we say/what we do: Sentiments & acts*. Scott Foresman.
- Dewey, J. (2001). Extrait de : The public and it's problems (1927), repris dans John Dewey. The later works, vol. 2, édités par Jo Ann Boydston et associés. *Hermes, La Revue*, 3(31), 77-91.

Donsbach, W. et Patterson, T. E. (2004). Political news journalists: Partisanship, professionalism, and political roles in five countries. In *Comparing Political Communication* (p. 251-270). Frank Esser et Barbara Pfetsch.

Edge, M. (2011). An accidental success story: The forced diversification of Quebecor media. *Journal of Media Business Studies*, 8(3), 69-87.

Ficher, C. (2016). The advocacy continuum: Towards a theory of advocacy in journalism. *Journalism*, 17(6), 711-726.

Figeac, J., Salord, T., Cabanac, G., Fraissier, O., Ratinaud, P., Seffusatti, F., Smyrniaios, N. (2019). Facebook favorise-t-il la désinformation et la polarisation idéologique des opinions ? *Questions de communication*, 2(36), 167-187.

Flichy, P. (2008). Internet et le débat démocratique. *Réseaux*, 4(150).

Garrett, K. R. (2009). Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 265-285.

George, É. et al (2015). *Concentration des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information*. Les Presses de l'Université Laval.

Gingras, A-M. (1995). Les médias comme espace public : enquête auprès de journalistes québécois. *Communication*, 16(2), 14-36.

Gingras, A-M. (2009). *Médias et démocratie. Le grand malentendu*. Les Presses de l'Université du Québec.

Habermas, J. (1978). *L'espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Payot.

Habermas, J. (2022). *Espace public et démocratie délibérative : un tournant*. Gallimard.

Hallin, D. C. et Mancini, P. (2004). *Comparing media systems : Three models of media and politics*. Cambridge University Press.

Hamelin, J., et Beaulieu, A. (1966). Aperçu du journalisme québécois d'expression française. *Recherches sociographiques*, 7(3), 305-348.

Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Towards a universal theory. *Communication Theory*, 17(4), 367-385.

Hanitzsch, T. (2011). Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators: Professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries. *The International Communication Gazette*, 73(6), 477-494.

- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., De Beer, A. S. (2019). *Worlds of journalism : journalistic cultures around the globe*. New York : Columbia University Press.
- Hanitzsch, T., et Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism*, 19(2), 146-164.
- Harcup, T. (2003). *Journalism: Principles and practice*. SAGE Publications.
- Jolly, J. (2014). How algorithms decide the news you use. *Columbia Journalism Review*.
- Kaur K., Kawaljeet, T., Kuttimani, R., Nripendra P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., Nerur, S. (2018). Advances in social media research: Past, present and future. *Information Systems Frontiers : A Journal of Research and Innovation*, 20(3), 531-558.
- Kovach, B., Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers Press.
- Leroux, Y. (2020). Violence et discours de haine sur les réseaux sociaux. *Alternatives Non-Violentes*, 197(4).
- Lewis, R., Rowe, M., et Wiper, C. (2017). Online abuse of feminists as an emerging form of violence against women and girls. *The British Journal of Criminology*, 57(6), 1462-1481.
- Lippmann, W. (2018). *Public opinion: The original 1922 edition*. Suzeteo Enterprises.
- Mabi, C. (2020). Le débat public face aux « colères internet ». *Pouvoirs*, 4(175), 69-76.
- Marty, E. (2010). *Journalismes, discours et publics : une approche comparative de trois types de presse, de la production à la réception de l'information*. Université de Toulouse.
- McChesney, R. W. (2020). *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times*. The New Press.
- Mcquail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. SAGE Publications.
- Miège, B. (1995). L'espace public : au-delà de la sphère politique. *Hermes, La Revue*, 3-4.
- Mkhize, S., Nunlall, R., et Gopal, N. (2020). An examination of social media as a platform for cyber-violence against the LGBT+ population. *Agenda*, 34, 23-33.
- Napoli, P. M. (2015). Social media and the public interest: Governance of news platforms in the realm of individual and algorithmic gatekeepers. *Telecommunications Policy*, 39, 751-760.
- Nielsen, R. K. (2014). Varieties of online gatekeeping: A comparative analysis of news media websites, search engines, and social networking sites as gateways to news. Washington, United States : Abstract from APSA. 2014.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble : What the internet is hiding from you*. The Penguin Press.

Postman, A. (2005). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. Penguin Books.

Powers, E. (2017). My news feed is filtered ? *Digital Journalism*, 5(10), 1315-1335.

Proulx, S. (2005). *Internet, une utopie limitée: Nouvelles régulations, nouvelles solidarités*. Presses Université Laval.

Rebillard, F., Smyrnaio, N. (2010). Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information d'actualité en ligne. Les cas de Google, Wikio et Paperblog. *Réseaux*, (160-161), 163-194.

Rebillard, F., et Smyrnaio, N. (2019). Quelle « plateforme » de l'information ? Collusion socioéconomique et dilution éditoriale entre les entreprises médiatiques et les infomédiaires de l'Internet. *Tic&Société*, 13(1), 247-293.

Robinson, S. (2007). "SOMEONE'S GOTTA BE IN CONTROL HERE". The institutionalization of online news and the creation of a shared journalistic authority. *Journalism Practice*, 1(3), 305-321.

Roth, A. L. (2024). Big tech algorithms: The new gatekeepers. [En ligne] <https://rjionline.org>. 31.07.2024.

Royer, C., Baribeau, C., Deshesne, A. (2009). Les entretiens individuels dans la recherche en sciences sociales au Québec : où en sommes-nous? Un panorama des usages. *Recherches Qualitatives*, (7), 64-69.

Ryfe, D. M. (2012). *Can Journalism Survive?: An Inside Look at American Newsrooms*. Polity.

Ryfe, D. M. (2020). The role of self-reports in the study of news production. *Journalism*, 21(3), 349-364.

Schelings, C. (2021). *Cahier méthodologique - Questionnaire, étude de cas, entretien individuel, focus group et observation in situ*. Liège Université. 2021.

Slattery, K., Doremus, M., Marcus, L. (2001). Shifts in public affairs reporting on the network evening news: A move toward the sensational. *Journal of Broadcasting et Electronic Media*, 45(2), 290-302.

Smith, A. (2018). *Public attitudes toward computer algorithms*. Pew Research Center. 2018.

Smyrnaio, Nikos (2017). *Les GAFAM contre l'internet: Une économie politique du numérique*.

Stark, B., Stegmann, D., Margin, M., et Jürgens, P. (2020). *Are algorithms a threat to democracy? The rise of intermediaries: A challenge for public discourse*. Algorithm watch. 2020.

- Stebbins, R. A. (2001). *Exploratory research in the social sciences*. SAGE Publications, Inc.
- Targnion, P. (2019). *Les algorithmes des sites d'infodivertissement destinés aux jeunes. De la récolte de data au choix éditorial. Un triomphe de l'économie de l'attention à l'ère digitale : le cas Melty*. Belgique : Université de Liège.
- Tarleton, G. (2014). The relevance of algorithms. In *Media Technologies : Essays on communication, materiality and Society* (p. 167-193). MIT Press.
- Therrien, F. (2019). La construction du sens du populisme dans les journaux au Québec. *COMMposite*, 21(1), 35-71.
- Trielli, D., Diakopoulos, N. (2019). Search as news curator: The role of Google in shaping attention to news information. CHI Conference. 2019.
- Tseng, K-F. (2001). *A content analysis of market-driven television news magazines : commodification. Conglomeration and public interest* (Thèse de doctorat).
- Vezina, G. (2024). *Le Journal de Montréal et la laïcité. Parcours et représentations de la laïcité au Québec à la loupe d'un quotidien populiste*. Université de Sherbrooke.
- Vos, T. P., Heinderyckx, F. (2015). *Gatekeeping in transition*. Routledge.
- Weaver, D. H. et Wilhoit, G. C. (1996). *The American journalist in the 1990s*. Routledge.
- Welbers, Kasper (2016). *Gatekeeping in the digital age*. Vrije Universiteit Amsterdam.
- Zask, J. (2008). Le public chez Dewey : une union sociale plurielle. *Tracés. Revue de Scienceshumaines*, 169-189.