

# Le point sur les différentes manières d'envisager la qualité de l'information

*Marie-Danielle Tremblay, Université de Québec à Montréal*

## Résumé

Depuis que les médias traditionnels ont perdu leur monopole sur la distribution des contenus informationnels, le sujet de la « qualité de l'information » semble avoir pris de l'importance aux yeux des journalistes, qui sont maintenant engagées dans un plaidoyer pour revaloriser leur profession. Mais bien qu'ils touchent à des enjeux fondamentaux, leurs discours demeurent assez flous lorsqu'il s'agit de définir ce qui peut être considéré comme une bonne information. À travers les époques, un grand nombre de chercheurs ont pourtant proposé de réduire cette notion à un certain nombre de critères mesurables. Ces critères étant différents d'une étude à l'autre, une grande confusion demeure toutefois encore concernant la définition du concept. Outre le fait que les indicateurs sont rarement formulés de la même façon, il existe des différences importantes au niveau de leur interprétation. Dans cet article, nous faisons le point sur les diverses manières d'envisager la notion de qualité de l'information dans l'optique de proposer un modèle comprenant trois interprétations concurrentes, le but ultime d'offrir un nouveau cadre pour affiner la compréhension du concept de qualité et de développer une méthode d'évaluation innovante des contenus journalistiques.

## Abstract

With the decline of traditional media's monopoly over the distribution of information, the topic of "information quality" has become increasingly important for journalists, who are now calling for a renewed acknowledgment of their profession. However, despite addressing key issues, their discussions often lack clarity in defining what good information truly is. Over the years, many researchers have sought to condense this concept into measurable criteria. Yet, the inconsistency of these criteria across different studies has led to significant confusion surrounding its definition. In addition to the fact that these indicators are rarely articulated in the same way, there are also notable differences in how they are interpreted. This article examines different approaches to the concept of information quality, with the intention of proposing a model that includes three contrasting interpretations. The primary objective is to establish a new framework that enhances the understanding of quality and to create an innovative evaluation method specifically for journalistic content.

Depuis que les médias traditionnels ont perdu leur monopole sur la distribution des contenus informationnels, le sujet de la « qualité de l'information » semble avoir pris de l'importance aux yeux des journalistes, qui sont maintenant engagés dans un plaidoyer pour revaloriser leur profession. Se définissant eux-mêmes comme un des piliers de la démocratie, ces acteurs sociaux jusque-là peu habitués à se justifier multiplient désormais les discours sur le rôle fondamental joué par la presse, dans l'objectif avoué de convaincre les populations de leur fournir les moyens de continuer leur activité. Dressant un portrait catastrophique des conséquences de la diminution progressive des informations fiables, ils justifient leurs demandes par la gravité de la situation et l'évocation d'un sombre futur. Mais bien qu'ils touchent à des enjeux fondamentaux, leurs discours demeurent cependant assez flous concernant une question incontournable, à savoir : qu'est-ce qui peut être considéré comme une bonne information ? En fait, comme en témoignent plusieurs décennies de recherches sur le sujet, définir les caractéristiques qui attestent de la qualité informationnelle s'avère un exercice particulièrement difficile. Cela n'a toutefois pas dissuadé les chercheurs à essayer de circonscrire cette notion ou de la réduire à un ensemble de critères mesurables. Ces critères étant différents d'une étude à l'autre, une grande confusion demeure toutefois concernant la définition du concept et la façon de l'évaluer. Outre le fait que les indicateurs sont rarement formulés de la même façon, il existe des différences importantes au niveau de leur interprétation, des désaccords qui, pour compliquer les choses, sont rarement formulés clairement. Par conséquent, l'unique certitude qui se dégage de la littérature consacrée à la qualité de l'information concerne les désaccords entourant cette notion. Pour cette contribution, nous aimerions comprendre plus précisément en quoi consistent ces désaccords.

Cet article n'a pas pour ambition de fournir une définition définitive de la qualité de l'information, mais plutôt de faire le point sur les *différentes manières* d'envisager cette notion, dans l'optique *d'offrir un nouveau cadre pour affiner la compréhension du concept de qualité* et de développer *une méthode d'évaluation innovante des contenus journalistiques*. À la différence des méthodes d'évaluation généralement proposées, celle-ci ne viserait pas à statuer sur le caractère « bon » ou « mauvais » d'une nouvelle, mais plutôt à associer l'information produite à *l'une ou l'autre des définitions de la qualité* existante. Étant donné les nombreux problèmes causés par le flou entourant ce sujet, nous pensons qu'il est effectivement temps de réfléchir à de nouvelles avenues pour juger de la valeur des productions informationnelles.

À cet égard, il est important de rappeler ici que l'absence de critères clairs pour évaluer la qualité de l'information représente un véritable enjeu, tant pour les chercheurs que pour l'industrie médiatique. D'une part, cette difficulté impose un frein à la recherche, en restreignant les possibilités d'analyser de manière critique les contenus médiatiques. En effet, bien qu'il soit fréquent de voir affirmer que des pratiques comme « la course à l'audience », « l'accélération du rythme de production », « la diminution des médias locaux » ou « les innovations technologiques » ont des effets négatifs sur les contenus proposés (Bourdieu, 1996 ; Chomsky & Herman, 2008 [1988] ; Bernier, 2008, Gingras, 2009 ; Toussaint-Desmoulin, 2015 ; Dubois, 2016), la force persuasive de ces écrits ne peut

qu'être affaiblie par l'absence de clarté entourant la notion de qualité. D'autre part, l'absence d'une définition partagée de ce qui peut être considéré comme une bonne information diminue aussi l'efficacité des discours de l'industrie journalistique sur l'importance fondamentale de pouvoir bénéficier d'un produit informationnel « de qualité ». Car si l'on ne parvient pas à s'entendre sur les critères définissant un bon contenu journalistique, comment peut-on affirmer avec certitude que seuls les journalistes professionnels sont en mesure de le produire ?

Pour répondre à cette problématique, nous avons choisi, comme évoqué précédemment, de proposer une méthode d'évaluation de l'information qui permettrait *non pas* de la situer sur une échelle de qualité, mais plutôt d'associer les contenus produits à une définition particulière de la qualité. Dans cette optique, nous avons entrepris *de dresser un portrait des différentes conceptions* de ce qui peut être considéré comme une information de qualité. Étant donné la multiplicité des définitions possibles, il importe de préciser ici que notre objectif n'était pas d'exposer toutes les subtilités entourant le concept, mais plutôt de proposer un modèle, donc une représentation simplifiée, mais cohérente, de la situation. Par ailleurs, il convient également de souligner que ce portrait est pour le moment basé uniquement sur une revue de littérature, non sur une étude empirique. En ce sens, il s'agit davantage d'hypothèses destinées à être contestées ou enrichies par des analyses ultérieures. Ayant été élaboré dans le cadre d'une thèse, ce modèle a plus précisément pour vocation de *structurer une ou plusieurs études de terrain*. Autrement dit, il s'agit d'un schéma théorique et préliminaire, conçu avant tout pour être affiné et enrichi à mesure que les recherches progressent.

## Méthode de recherche

Pour établir un portrait des différentes conceptions de ce qui peut être qualifié de « bonne » information, nous avons adopté une approche par étapes. Comme point de départ, nous avons choisi de nous interroger sur les valeurs ou principes liés à l'idéal journalistique. En analysant les travaux existants sur ce thème, nous avons pu repérer des éléments récurrents, que nous avons approfondis afin de les synthétiser en un ensemble restreint de concept. Cet exercice nous a conduits à regrouper ces éléments en cinq notions principales, qui englobent la majorité des autres, soit « l'intérêt public », « la diversité », « l'objectivité », « la profondeur » et « l'accessibilité ». Une fois ces composantes définies, nous les avons analysées en détail pour en extraire les différentes définitions et les méthodes d'évaluation. Finalement, ce processus nous a permis de dégager trois visions concurrentes de la notion de qualité de l'information, dont une définition s'inscrivant dans une vision *idéalisée*, une autre reflétant une perspective *pragmatique*, et enfin, une dernière correspondant à une vision *populaire*.

Bien entendu, ces trois définitions n'ont pas pour vocation de constituer un modèle définitif ou incontestable, au contraire, puisqu'elles ont été élaborées dans l'optique d'être remises en question, enrichies ou même réfutées à la lumière d'études subséquentes. Cela dit, ce portrait des différentes conceptions de la qualité informationnelle offre plusieurs avantages en termes de cadrage. En plus de constituer une base pour affiner la compréhension du concept

de qualité, il peut servir à élaborer des indicateurs permettant de relier les productions journalistiques à diverses perceptions de la qualité. Le format de cet article ne nous autorisant pas à développer notre réflexion jusqu'à l'élaboration d'indicateurs permettant de lier les productions journalistiques à une définition particulière la qualité, nous nous limiterons ici à clarifier les divergences de perceptions entourant la notion de qualité de l'information et à présenter brièvement une première ébauche de modèle.

### *Analyse des valeurs ou principes de base de l'idéal journalistique*

Dans la littérature, la question de la « qualité de l'information » est souvent rattachée au concept de « l'idéal journalistique », une notion qui suppose l'existence d'une production informationnelle pouvant être qualifiée de parfaite, tant elle possède toutes les caractéristiques que l'on attend de ce type de produit (Bernier, 2006). Bien que purement théoriques, les principes et normes éthiques entourant l'idée de l'idéal journalistique sont constamment mobilisés par les chercheurs pour établir les contours de ce qui peut être considéré comme un bon contenu journalistique. Peu critiqués lorsqu'ils sont exprimés sous forme de valeurs ou de devoirs fondamentaux, ces principes s'embrouillent cependant peu à peu à mesure que l'on tente de les opérationnaliser en indicateurs précis et mesurable, ou encore de les appliquer à des situations concrètes. À ce propos Marc-François Bernier (2006) souligne plus précisément que la controverse entourant la qualité de l'information se situe généralement au niveau micro, c'est-à-dire dans l'application des grands principes à des cas réels. De ce fait, le concept « d'idéal journalistique » constitue un bon point de départ à une réflexion sur les désaccords entourant la conception d'une bonne information et la manière de l'évaluer. Dans ses grandes lignes, notre démarche a donc consisté à analyser les travaux consacrés à ce thème pour circonscrire un ensemble de principes fondamentaux, que nous avons ensuite décomposés afin d'en identifier les variations dans leur interprétation et leur application.

Bien que limités, les principes de base du journalisme demeurent relativement difficiles à circonscrire, puisque constamment abordés sous des angles différents par la recherche. Malgré ces variations, une analyse de la littérature permet de faire ressortir un certain nombre de valeurs récurrentes dans les nombreux travaux sur le sujet. À ce propos, l'un des premiers groupes à avoir exploré cette question est la Commission Hutchins, un comité américain créé en 1942, en pleine Seconde Guerre mondiale, pour étudier le rôle de l'information dans une république. Dans leur rapport, les treize membres de la commission (des intellectuels issus de divers horizons, mais ne comptant aucun journaliste) ont défini cinq devoirs fondamentaux pour les journalistes. Ces devoirs sont encore aujourd'hui considérés comme les principes de base de la responsabilité de la presse (Gingras, 2009). Ces fonctions sont plus précisément de *présenter un compte-rendu complet et véridique des événements de manière à leur donner un sens, remplir le rôle de forum d'échange pour les échanges d'idées, présenter une image équitable des groupes constitutifs de la société, présenter et clarifier les objectifs de la société, de même que ses valeurs et fournir un accès total aux informations du jour.*

Bien entendu, de nombreux auteurs ont par la suite contribué à cette réflexion en proposant d'autres versions de ce qui pouvait, selon eux, être considéré comme les fondamentaux du journalisme. Dans un livre souvent qualifié d'ouvrage de référence sur la question, les auteurs Bill Kovach et Tom Rosenstiel (2007) présentent les résultats d'une réflexion entamée en 1997 par vingt-cinq journalistes américains influents qui s'étaient donné pour mission de comprendre l'érosion de la confiance envers leur profession après l'épisode marquant du Watergate. Traduit en français par Monique Berry en 2015, cet ouvrage intitulé « *Principes du journalisme : ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger* » suggère neuf principes de base à associer à cette profession. Formulés comme des devoirs, ces éléments peuvent être résumés ainsi : *l'obligation de servir en priorité l'intérêt public, le devoir de chercher la vérité et de rapporter les faits avec précision et honnêteté, la nécessité d'être indépendant, la responsabilité de surveiller des pouvoirs en place, le devoir d'offrir au public une tribune pour encourager le débat, l'obligation de fournir une couverture équilibrée des événements et de présenter tous les points de vue, l'obligation de corriger ses erreurs, la responsabilité de rendre l'information accessible et l'importance de suivre sa conscience.*

Plus près de chez nous, une contribution de Marc-François Bernier (2006) mentionnée plus haut offre aussi une réflexion sur les principes fondamentaux du journalisme tels qu'abordés par différents prescripteurs (journalistes, les gestionnaires de médias, les tribunaux, publics, etc.). Selon cette analyse, *la diversité des sources, l'intérêt public* ainsi que *l'objectivité et la séparation des genres journalistiques* sont considérés par la majorité comme étant les éléments essentiels permettant de garantir que le journalisme reste un pilier de la démocratie. Ces éléments centraux se retrouvent par ailleurs dans un ouvrage de Harcup (2003) portant spécifiquement sur les principes et pratiques du journalisme. Dans ce livre présenté comme un manuel d'introduction destiné aux milieux académiques, les éléments fondamentaux de la profession se résument à *l'indépendance, l'équité, l'impartialité, et l'humanité*, sans oublier la responsabilité de *servir l'intérêt public* et celle de *chercher la vérité.*

Au-delà des chercheurs de très nombreux organismes se sont également efforcés de circonscrire les principes qui guident la pratique du journalisme. En fait, la plupart des pays démocratiques ont leur propre code pour détailler les devoirs associés à cette profession. Par exemple, au Québec, le Conseil de presse insiste plus fortement sur la nécessité pour les journalistes : *de garantir le droit au public à l'information, de vérifier les faits avant de les publier, d'exercer leur métier de manière indépendante, de présenter les faits de manière équilibrée et impartiale, de contribuer à un débat public sain et de respecter la dignité des individus tout en respectant également leur profession.* Aux États-Unis, la Société des Journalistes Professionnels (SPJ) insiste plutôt sur *la transparence, l'indépendance et la recherche de la vérité, en plus de la responsabilité d'éviter de publier des informations qui pourraient causer des dommages ou nuire à des individus.* Au-delà des codes nationaux et régionaux, on retrouve également des codes provenant des organisations professionnelles de journalistes et des codes d'entreprise. Par exemple, notre diffuseur public national Radio-Canada s'est doté de son propre guide de norme et de pratique qui énonce les principes fondamentaux qui guident les journalistes dans l'exercice de leur profession au

sein de cette organisation. Pour cet organisme, les responsabilités incontournables du journalisme sont notamment *l'exactitude, l'impartialité, l'équité, l'indépendance, la transparence, le respect de la vie privée et l'intégrité, en plus de la protection des sources et la sensibilité culturelle.*

En somme, comme en témoignent les quelques références mentionnées plus haut, il existe de nombreuses façons de circonscrire la mission et les principes associés au journalisme. Néanmoins, toutes ces réflexions font référence à des valeurs semblables. En fait, un modeste effort de synthèse permet de regrouper la majorité de ces valeurs autour de quelques notions de base, qui inspirent la grande majorité des indicateurs généralement utilisés pour mesurer la qualité de l'information. Pour le bien de notre analyse, nous avons donc pris la décision de synthétiser ces notions autour de cinq principes qui sont : « l'intérêt public » qui inclut plusieurs responsabilités souvent mentionnées comme celle de *garantir le droit du citoyen à l'information* ou de *surveiller des pouvoirs en place* ; « la diversité », qui inclut tout ce qui concerne *l'équité*, ainsi que *l'obligation de fournir une couverture équilibrée des événements*, celle de *présenter tous les points de vue* et celle de *contribuer à un débat public sain* ; « l'objectivité », qui recouvre tant des concepts comme *l'indépendance et l'impartialité* que des devoirs comme ceux de *chercher la vérité* et de *rapporter les faits avec précision* ; « la profondeur » qui fait principalement référence à l'idée de *proposer un contenu complet des événements* et *présenter la nouvelle de manière à lui donner un sens* et « l'accessibilité » entendus dans le sens de *rendre l'information accessible*. À noter qu'il ressort également des réflexions une sixième valeur qui fait plus directement référence à l'attitude et aux comportements que les individus doivent adopter dans le cadre de leur travail, soit ce que l'on pourrait appeler « le professionnalisme » (humanité, honnêteté, vérification des faits, etc.). Puisque cette valeur se traduit difficilement en critère d'évaluation des contenus, nous la laisserons cependant de côté.

### ***Analyse des définitions et des façons de mesurer les principes du journalisme***

Ainsi, selon nos premières estimations, les cinq valeurs que sont « l'intérêt public », « la diversité », « l'objectivité », « la profondeur » et « l'accessibilité » sont à la base de la plupart des indicateurs définis par la recherche pour mesurer la qualité des contenus informationnels. Le plus souvent, les travaux qui abordent la question de l'évaluation de l'information aboutissent à des listes de critères à apprécier comme, « *la pertinence* », « *l'originalité* », « *la clarté* », « *l'exhaustivité* », « *la diversité* », « *la factualité* », « *l'impartialité* », « *l'objectivité* », « *le style d'écriture* », etc. Ces derniers sont parfois associés à un contexte précis ou classés en fonction de leur degré d'importance (Bachmann et coll., 2022). Dans d'autres cas, les indicateurs qui sont mis de l'avant se rapportent à l'ensemble d'une publication, comme par exemple « *des informations internationales de grande qualité* », « *un traitement rigoureux en matière politique et économique* » ou « *des couvertures solides au plan national et régional* » (Merill, 1968). Les études qui produisent ces listes se fondent habituellement sur des entrevues auprès de diverses catégories d'acteurs, comme les journalistes, les universitaires, les critiques, les publics, etc. Or, les points de vue de ces individus ont tendance à diverger, ce qui permet aux chercheurs

d'expliquer une large part des conflits entourant la notion de qualité, chaque groupe étant considéré comme ayant ses propres priorités, ainsi qu'une conception différente du rôle de l'information dans une société démocratique (Bachmann et coll., 2022). Néanmoins, rares sont les études qui dépassent cette explication et tentent de clarifier les *écarts de perceptions* entourant la manière d'envisager la qualité de l'information. C'est donc ce que nous nous proposons de faire. Comme mentionné précédemment, cet exercice repose exclusivement sur une revue de la littérature et n'a pas pour vocation de fournir des réponses définitives ou incontestables, mais plutôt d'offrir un cadre permettant d'explorer le concept de qualité sous un angle différent et d'en repenser les moyens d'évaluation.

Comme on peut s'y attendre, notre analyse des différentes définitions et méthodes d'analyse des fondamentaux du journalisme s'appuie sur un vaste corpus de recherches et de travaux de réflexion consacrés à ce thème. En plus de s'appuyer sur les écrits qui traitent du sujet d'un point de vue empirique, elle s'inspire de diverses analyses descriptives et réflexions philosophiques, la conjugaison de différents types de littératures ayant pour but de permettre un regard neuf sur un sujet qui a déjà été traité bon nombre de fois.

Ainsi, notre travail repose en premier lieu sur la littérature portant sur la qualité de l'information et les critères pour les mesurer. Sur ce sujet, il est difficile de contourner les travaux de Merrill (1968) et ceux de Léo Bogart (1981 [1977]), qui se sont appliqués à définir des indicateurs de qualité pour les publications journalistiques. Leurs études ont respectivement abouti à des listes de critères tel que : *des positions fermes, un minimum de contenus spectaculaires, de nombreux textes explicatifs en profondeur*, etc., pour Merrill (1968) et *un ratio élevé d'articles écrits par des employés du journal par rapport à ceux provenant d'une agence de presse, un ratio élevé de textes explicatifs par rapport aux articles présentant simplement la nouvelle, un haut degré « d'intelligibilité »*, etc., pour Bogart (1981 [1977]). À noter que ces indices furent largement acceptés par la communauté scientifique et repris ultérieurement par de nombreux chercheurs (Bogart, 2004).

Parallèlement aux auteurs qui ont traité de la qualité des publications, d'autres chercheurs se sont intéressés aux fondamentaux du travail journalistique. En général, les résultats de leurs études soulignent l'importance de démontrer des qualités comme : *la clarté, l'exhaustivité, le détachement, la diversité, la factualité, l'impartialité, la neutralité, l'objectivité, la vérité*, etc. (Bachmann et all, 2022). La définition de ces attributs et l'ordre de leur importance varient cependant d'une contribution à l'autre, en fonction notamment des groupes d'individus interrogés par les chercheurs. Par exemple, une enquête de Shapiro, Albanese et Doyle (2006) a tenté de comprendre les caractéristiques que devaient posséder les contenus informationnels pour être considérés de bonne qualité par les juges dans le cadre de concours journalistiques. Parmi les nombreux critères qui sont ressortis de cette étude, c'est ici « *le style d'écriture* » et « *la rigueur du reportage* » qui ont été identifiés comme étant les facteurs les plus importants. Quelques années plus tard, Judith Dubois (2016) s'est inspirée de ces travaux pour planifier une recherche semblable auprès des membres du jury d'un certain nombre de compétitions de journalisme. Ses enquêtes lui ont permis de définir une liste d'indicateurs dont les principaux sont : *la qualité de la recherche, la clarté du*

*reportage, l'intégrité et le respect de la déontologie journalistique, la qualité de l'écriture, la pertinence et l'originalité du sujet, la mise en contexte de l'information, etc.*

Au bout du compte, les nombreuses études sur le sujet s'accordent sur un point évoqué supra : il n'existe pas de critères universellement acceptés permettant de situer les contenus journalistiques sur une échelle de qualité (McQuail, 1992). C'est pour cette raison qu'il nous semble utile de replacer ces indicateurs dans le contexte plus large des perceptions entourant la qualité de l'information. Pour ce faire, nous avons donc consulté plusieurs ouvrages complémentaires. Plus précisément, nous nous sommes intéressés à des travaux nous permettant de décortiquer les différentes visions des notions que nous avons préalablement retenues, soit : *l'intérêt public* (Marcotte, 2008 ; Dubois, 2016 ; Bernier, 2006 ; Plasser, 2005 ; Urban et Schweiger, 2013 ; Gardner et coll., 2002 ; Sormany, 2011), *la diversité* (Bernier, 2006 ; Bernier, 2008 ; Marcotte, 2008 ; Bachmann et coll., 2022 ; George 2015) *l'objectivité* (Gauthier, 1991 ; Martin, 2004 ; Hackett et Zhao, 2000 ; Charron, 2008 ; Soffer, 2009 ; Segal 1990, Dennis et Merrill, 1984 ; Bernier, 2006 ; Demers, 1983 ; Tucheman 1972 ; Bennett, 2016 [1983], Westerstahl, 1983; Lavoie, 1989) *la profondeur* (Gauthier, 1991 ; Delforce, 1996 ; Konieczna et Santa Maria, 2023 ; Hackett et Zhao, 2000 ; Charron et Bonville, 1996 ; Salgado et Strömbäck, 2011 ; Marcotte, 2008 ; Bernier 2006 ; Frau-Meigr, 2005 ; Rigoni et coll., 2015) et *l'accessibilité* (Marcotte, 2008).

En définitive, notre analyse de la littérature nous a permis de mettre en évidence les différentes définitions qui sont données aux principes de base du journalisme, exposant ainsi les divergences d'interprétation. Grâce à cette analyse, nous avons également pu développer une meilleure compréhension des critères mis de l'avant par les acteurs pour mesurer la qualité d'un produit journalistique. Les tableaux suivants proposent une synthèse de ces divers éléments qui seront détaillés par la suite.

Valeur Fondamentale	Principaux sujets de désaccords	Définitions	Critères associés aux définitions
Intérêt Public	Les désaccords portent sur le <u>type d'enjeux</u> qui méritent d'être considérés comme étant d'intérêt public	1. L'intérêt public entretient un lien étroit avec les « affaires publiques » et les événements qui concernent l'organisation de la société dans son ensemble.	1. Indicateurs qui mesurent le degré de sérieux des sujets abordés. On parle ici de mesurer le ratio des contenus sur les affaires politiques, économiques sociales, etc.
		2. L'intérêt public se rapporte à n'importe quelle information qui est dans l'intérêt du public, soit des renseignements qui aident les citoyens à prendre des décisions dans tous les domaines de leurs vies ou qui sont utiles pour eux d'une quelconque façon.	2. Indicateurs qui mesurent l'impact des sujets abordés ou les bénéfices dans la vie des publics.
		3. L'intérêt public s'applique à tous les sujets qui « intéressent le public ».	3. Indicateurs de popularité.
Diversité	Les désaccords portent sur l' <u>interprétation</u> de ce critère et sur les <u>conditions à mettre en place pour le réaliser</u>	1. La notion de diversité s'applique au niveau de l'offre informationnelle globale et implique qu'il y ait un grand nombre de producteurs dans un même marché afin que tous les groupes de la société soient bien représentés et que tous les points de vue adéquatement exposés.	1. Indicateurs permettant de mesurer la diversité de l'offre informationnelle dans l'ensemble d'un marché donné. On parle ici de mesurer « le nombre de contenus originaux qui circulent dans une communauté », « la redondance des contenus sur les différents supports », etc.
		2. La diversité nécessite une presse forte économiquement et donc dominante dans son marché, afin d'être à l'abri des pressions de certains groupes d'intérêts et de pouvoir diffuser des informations concernant des groupes de la société qui, autrement, ne seraient pas représentés.	2. Indicateurs permettant de mesurer la diversité des contenus produits par un même producteur. On parle ici d'évaluer si l'information produite fournit « un aperçu complet de tous les événements importants », si elle « couvre diverses perspectives dans ses reportages », etc.
		3. La notion de diversité renvoie à l'obligation de se démarquer de la compétition en proposant un contenu original qui a une valeur ajoutée pour les publics.	3. Indicateurs liés à l'originalité des sujets et à leur caractère novateur.

Valeur Fondamentale	Principaux sujets de désaccords	Définitions	Critères associés aux définitions
Objectivité	Les désaccords portent sur <u>la définition</u> de l'objectivité, ainsi que sur la <u>pertinence</u> du principe en journalisme	1. La notion d'objectivité implique de faire correspondre la nouvelle avec la réalité (point de vue positiviste).	1. Indicateurs qui font référence à la correspondance de la nouvelle à la réalité. On parle ici de mesurer « l'exactitude des faits » ou la « vérité ».
		2. La notion d'objectivité commande un détachement émotionnel et un effacement du journaliste en tant que sujet dans le traitement de la nouvelle. Elle s'incarne dans des routines de rédaction et autres rituels qui permettent aux journalistes de faire preuve d'un certain degré de subjectivité tout en revendiquant l'objectivité.	2. Indicateurs qui font référence aux processus de travail implantés dans les salles de presse pour s'approcher le plus possible de cet idéal (ex.: « l'équilibre », « l'impartialité », « l'identification des sources », etc.). Indicateurs qui permettent d'évaluer l'ampleur de la présence du journaliste dans ses propos ( marqueurs lexicaux révélant les traces de subjectivité et autres indices qui laissent deviner son point de vue).
		3. La notion d'objectivité est considérée comme impossible à atteindre et même parfois contraire à l'intérêt public.	
Profondeur	Les désaccords portent sur la <u>manière appropriée de donner un sens à la nouvelle</u> , de même que sur les <u>limites</u> qu'il faut imposer à cet exercice.	1. La notion de profondeur implique de relater la nouvelle de manière exhaustive et précise, tout en évitant de mettre ces informations en relation avec d'autres renseignements qui pourraient venir modifier l'interprétation ou déformer la vérité.	1. Indicateurs qui renvoient à l'exactitude et à la complétude des faits.
		2. La notion de profondeur implique de faire parler les événements en proposant des interprétations et des opinions, mais tout en respectant certaines pratiques standardisées de recherche d'information et normes de rédaction.	2. Indicateurs qui renvoient à « la profondeur des textes » ou au « traitement rigoureux des sujets ». De préférence combinés à des indicateurs qui font référence aux routines de rédactions utilisées pour intégrer des éléments subjectifs dans un texte qui se veut objectif (« attributions d'interprétations », « présentation d'interprétations concurrentes »).
		3. La notion de profondeur implique de dire clairement les choses, plutôt que de suivre des pratiques standardisées et normes d'écriture qui ne réussissent finalement qu'à donner un faux vernis de neutralité à des opinions.	
Accessibilité	Les désaccords portent surtout sur le <u>degré d'importance</u> de ce principe	1. L'accessibilité fait partie des toutes dernières considérations auquel un journalisme doit s'astreindre.	Indicateurs qui renvoient à l'écriture des textes, ainsi qu'à son aspect visuel et son "degré d'intelligibilité"
		2- L'accessibilité fait préséance sur la plupart des autres considérations.	

Dans les pages suivantes, nous nous appliquerons à décortiquer les composantes fondamentales liées à l'idéal journalistique. Dans un premier temps, nous nous emploierons à clarifier la confusion autour de la définition des concepts. Ensuite, nous tenterons de mieux comprendre les indicateurs de mesure qui y sont associés dans la littérature, le but ultime étant d'en arriver à brosser le portrait des différentes visions de la qualité et de développer une meilleure compréhension des critères permettant de la mesurer.

### Confusion autour du principe de l'intérêt public

Tout d'abord, il est largement reconnu que la presse se doit de servir l'intérêt public. Selon une conception répandue du principe, ce dernier fait référence au devoir du journaliste de se concentrer sur des sujets « sérieux », tout en évitant les histoires qui ne font que satisfaire la curiosité des publics ou les besoins des particuliers (Bernier, 2006 ; Bachmann et al., 2022). Bien que généralement accepté dans ses grandes lignes, ce principe fait l'objet de diverses

interprétations, ce qui complique bien sûr son application. À ce propos, les travaux de Philippe Marcotte (2008) distinguent plus précisément deux visions de la notion d'intérêt public, à savoir une vision plus « conservatrice », et une autre qu'il qualifie « d'innovante ». Selon le premier point de vue, plus traditionnel, « l'intérêt public » entretient un lien étroit avec les « affaires publiques », c'est-à-dire les événements qui concernent l'organisation de la société dans son ensemble. Dans cette perspective, le « bon » journaliste est celui qui se concentre sur des sujets comme la politique, l'économie, et les affaires sociales, tels que la santé et l'éducation par exemple (Marcotte, 2008 ; Bernier, 2006). Au sein de la profession, ces nouvelles plus substantielles sont souvent qualifiées de « hard news », un type de contenu qui s'oppose aux histoires plus légères, souvent qualifiées de « soft new » (faits divers, arts, spectacle, sport, etc.). Précisons ici que cette conception qui associe l'intérêt public aux contenus « lourds » paraît, à première vue, assez répandue. C'est du moins ce qui ressort si on base notre jugement sur la littérature qui traite de la qualité informationnelle (Merrill, 1968 ; Bogart 1981 ; Bachmann et coll., 2022). C'est aussi ce que laisse envisager la critique (Muhlmann, 2004), qui reproche sans cesse aux médias leur tendance à traiter de sujets non suffisamment sérieux. Sur ce point, une étude de Marcotte (2008) révèle toutefois que cette conception des choses est loin de faire l'unanimité.

Contrairement au point de vue conservateur qui limite les contenus qu'un journaliste doit traiter à un certain nombre de sujets ayant un intérêt démocratique, le point de vue qualifié par Marcotte « d'innovateur » n'affiche pas de parti pris pour des thèmes en particulier. Dans ce contexte, la notion « d'intérêt public » est définie comme se rapportant à toute information qui est dans l'intérêt du public. Dans cette perspective, la responsabilité de la presse dépasse de loin la seule mission de traiter des affaires de la cité. En fait, le journaliste est plutôt vu comme un accompagnateur, dont le rôle est d'aider les publics à prendre des décisions dans tous les domaines de leurs vies, ce qui implique d'accorder de l'attention à tous les sujets qui peuvent être d'une quelconque utilité pour le citoyen. Pour ceux qui adoptent cette position, il n'y a donc pas lieu de s'insurger si un article tient des propos plus légers ou raconte un fait divers. Du moment que ce contenu reflète quelque chose de la société, il peut être considéré comme étant d'intérêt public, et encore plus s'il a le potentiel d'avoir une incidence dans la vie des gens. Dans cette optique, un éventail beaucoup plus large de contenus informationnels sont jugés comme remplissant le critère fondamental d'intérêt public et peuvent, de ce fait, être considérés comme étant de qualité.

Finalement, on peut déceler dans la littérature une troisième interprétation encore plus large du principe d'intérêt public qui inclut à peu près tous les sujets qui « intéressent le public » (Marcotte, 2008 ; Bernier, 2006). Pour ceux qui adoptent cette position, les textes qui abordent des thématiques populaires, comme le spectacle ou le sport, ont une aussi grande valeur que la politique ou l'économie puisque, comme l'exprime un journaliste « *c'est important pour les gens, les artistes sont importants pour les gens, comme les joueurs de hockey sont importants pour les gens* » (Marcotte, 2008, p.36). Dans ce contexte, c'est surtout l'impact de la nouvelle qui a de l'importance. Certains vont même jusqu'à dire qu'une nouvelle qui n'intéresse pas le public n'a pas sa place dans une presse qui se veut de « qualité », le concept de « qualité » étant alors assimilée à la notion de « valeur perçue »

(Bogart, 2004). Étant surtout adopté par des intervenants qui accordent une grande importance à l'aspect commercial de l'information, cette interprétation est, on l'aura deviné, assez souvent critiquée, et même reniée par de nombreux professionnels du secteur (Sormany, 2011 ; Gingras, 2009 ; Bernier, 2006), ce qui ne l'empêche pas de faire partie des interprétations données au principe d'intérêt public et, en conséquence, d'influencer l'interprétation des critères de qualité censés témoigner d'un bon contenu journalistique.

### ***Critères de qualité associés au principe d'intérêt public***

Dans la littérature, la plupart des recherches qui proposent des indicateurs pour évaluer l'information incluent à leur liste un certain nombre de critères liés à la notion « d'intérêt public ». Trahissant une vision souvent « conservatrice » du principe, celui-ci est généralement évalué par le « degré de sérieux » des sujets abordés. Parmi les auteurs qui ont accordé une place à la notion d'intérêt public dans leurs travaux, on retrouve le professeur américain John C. Merrill (1968), qui s'est fait connaître par une étude dans laquelle on retrouve un grand nombre de critères se rapportant à une vision conservatrice de l'intérêt public. Ceux-ci sont par exemple : « *des informations internationales de grande qualité* », « *un traitement rigoureux en matière politique et économique* », « *des couvertures solides au plan national et régional* », « *l'absence de contenu spectaculaire* », etc. Bien que courants, les critères se rapportant à une vision plus conservatrice du journalisme ne sont cependant pas les seuls dans la littérature. Mentionnons à ce sujet les travaux de Shapiro, Albanese et Doyle (2006) qui se sont intéressés aux critères de qualité retenus par les juges dans le cadre de concours journalistiques. Parmi les éléments mis de l'avant par cette recherche, celui qui se rapporte à l'intérêt public est formulé en ces termes [traduction libre]: « Impact de la nouvelle auprès des publics ou autres avantages de l'histoire (incluant la pertinence pour la communauté, l'impact sur le service public, l'effet sur la société ou le lecteur, la capacité à influencer l'action d'une partie des lecteurs ou remettre en cause leurs perceptions, la valeur/utilité pour le lecteur »)<sup>1</sup>. Dans cette définition, on note que les auteurs ont accordé beaucoup d'importance aux notions « d'impact » et de « bénéfices » de la nouvelle, ainsi qu'à sa pertinence aux yeux du public. Ainsi, le concept « d'intérêt public » semble se situer dans une autre vision de « l'intérêt public », soit celle qui accorde une importance à l'utilité des renseignements aux yeux du public.

### **Confusion autour du principe de diversité**

Le second élément fondamental du journalisme est celui de la diversité, un facteur qui, comme les deux précédents, rencontre peu de résistance en théorie. Tout comme les autres cependant, l'interprétation de ce critère est parfois sujette à désaccords, de même que la liste des conditions considérées comme nécessaires à son bon développement. En général, la notion de diversité renvoie à la nécessité de représenter tous les groupes de la société et de

---

<sup>1</sup> « *Relevance and public impact or benefit of the story (included relevance to community, public service impact, effect on society or reader, "leads to action on part of readers," "challenges the reader," value/utility for reader* »

traiter de tous les angles d'un problème (Gingras, 2009). L'objectif recherché ici est de permettre à une variété d'opinions de se former, en supposant que les arguments les plus pertinents s'imposeront d'eux-mêmes et que de meilleures solutions seront ainsi adoptées par la communauté (Bachmann et coll., 2022). Il existe cependant une interprétation différente du concept de diversité qui n'entretient aucun lien avec les idées de représenter adéquatement tous les points de vue. Dans cette autre optique, la notion renvoie à un devoir d'offrir aux publics une production originale et novatrice, qui diffère des histoires entendues à répétition, dans le but de créer une valeur ajoutée (Marcotte, 2008). Pour ceux qui adhèrent à cette vision des choses, un des rôles du journaliste consiste à générer des contenus différents de la compétition, de manière à susciter l'intérêt des audiences.

Par ailleurs, même lorsqu'il y a accord sur la définition du principe, les conditions à mettre en place pour proposer un contenu varié ne font pas nécessairement consensus. Comme l'explique Marc François Bernier (2008), la définition classique de la diversité journalistique implique idéalement trois composantes distinctes, c'est-à-dire le nombre de sujets abordés par un même média (niveau méso), la diversité des angles traités (niveau micro) et, finalement, le nombre de producteurs dans un marché (niveau macro). Si les deux premiers éléments de cette définition sont généralement acceptés comme étant essentiels au journalisme, l'importance du troisième facteur est parfois débattue (George, 2015), surtout par les patrons de presse, qui ont, bien sûr, tout avantage à vouloir limiter la compétition dans leur marché (Bernier, 2006). Pour certains d'entre eux, « *une réelle diversité exige l'existence d'une presse forte économiquement, laquelle nécessite la concentration de la propriété afin de pouvoir être à l'abri des pressions de certains groupes d'intérêts et pour offrir des médias diffusant une information variée pour une société pluraliste* » (Bernier, 2006, p. 17), un raisonnement somme tout semblable à celui avancé pour défendre la dépendance des médias aux intérêts financiers.

Toujours sur le sujet des conditions à mettre en place pour proposer un contenu varié, il est important de préciser que plusieurs intervenants expriment également des doutes sur la capacité des médias à traiter des sujets sous plusieurs angles (Marcotte, 2008). Selon Marcotte (2008), ce prérequis essentiel serait en effet mis en péril par la tendance qu'ont les journalistes à suivre des parcours similaires, ce qui les mènent à développer une façon assez uniforme de voir et de se représenter le monde, une caractéristique qui limite l'expression de points de vue opposés et qui peut même aller jusqu'à causer une certaine forme de « *concentration idéologique* » (Marcotte, 2008, p.105).

### ***Critères de qualité associés au principe de diversité***

La diversité de l'information peut être évaluée à deux niveaux, soit celui de chaque producteur et celui de l'offre globale dans une communauté. Dans la littérature portant sur la qualité de l'information, on se concentre généralement sur les dimensions micro et méso de l'analyse, c'est-à-dire sur des critères qui évaluent les contenus d'un même producteur. Des exemples de ce type d'indicateur se trouvent une étude récente de Bachmann et ses collaborateurs (2022) qui ont cerné quatre éléments qui permettent à une production journalistique de revendiquer la diversité. Pour ce faire, celles-ci doivent plus précisément

« offrir un aperçu complet de tous les événements importants », « couvrir diverses perspectives dans ses reportages », « donner des comptes-rendus sur différents sujets » et transmettre « diverses perspectives et opinions ». Tout comme la plupart des recherches sur la qualité de l'information, celle-ci se contente toutefois de mesurer l'offre de contenu de chaque entreprise de presse individuelle. Ce faisant, elle néglige l'aspect de l'offre informationnelle dans l'ensemble du marché, un facteur pourtant central à la définition de la diversité.

Des indicateurs permettant de mesurer la diversité dans l'ensemble d'un marché peuvent néanmoins être trouvés dans les travaux qui traitent du lien entre la concentration des médias et la pluralité de l'information. Préoccupés par les situations de monopoles dans l'industrie médiatique, les auteurs qui s'intéressent à cette question ont en effet défini des critères pour évaluer la diversification des contenus dans une même communauté (George, 2015). Pour donner un exemple de ce type de contribution, mentionnons une recherche de George, Carbasse, Goyette-Côté, Rocheleau et Claus (2013), qui se sont employés à mesurer des éléments comme « le nombre de contenus originaux qui circulent dans la communauté » ou à « la redondance des contenus sur les différents supports ». Sur le même sujet, les travaux de Stirling (2007) méritent aussi d'être mentionnés puisqu'ils ont permis d'approfondir la réflexion en proposant trois critères qui devraient idéalement être mesurés simultanément pour obtenir un portrait clair d'une situation. Ces facteurs sont plus précisément la « variété » la « disparité » et « l'équilibre ». Précisons en terminant que si les études traitant de la qualité et de la pluralité de l'information fournissent des critères pour mesurer la diversité de l'information, il existe très peu de données dans la littérature sur le niveau de diversité optimal que l'on doit retrouver dans un marché pour déclarer celui-ci suffisamment fourni. Privée de cet étalon, l'évaluation de ce critère demeure donc sujette à discorde, les uns pouvant considérer que la variété actuelle des contenus est suffisante, pendant que d'autres soutiennent le contraire.

### **Confusion autour du principe d'objectivité**

Un des concepts les plus problématiques associés à l'idéal journalistique est l'objectivité. D'un côté, l'importance accordée à ce principe dans l'imaginaire entourant la profession est difficilement contestable. D'un autre côté, sa définition et son champ d'application sont extrêmement flous. Comme le fait remarquer Gilles Gauthiers (1991) dans un article sur le sujet, « l'objectivité est une imposante auberge espagnole » (p. 109), en ce sens que cette notion possède non seulement de nombreuses dimensions, mais également plusieurs définitions, ce qui en fait une question particulièrement confuse et litigieuse. Dans sa forme la plus radicale, l'objectivité journalistique fait référence à « la correspondance de la nouvelle avec la réalité sur laquelle elle porte », c'est-à-dire qu'elle commande aux journalistes de « rapporter des faits tels qu'ils se produisent » (Gauthier, 1991, p. 83). Cette façon particulière d'envisager l'objectivité s'inscrit dans une conception « positiviste » de la réalité, c'est-à-dire qu'elle est associée à une philosophie qui postule que la connaissance du monde peut être acquise par l'observation. Selon ce courant de pensée, l'univers qui nous entoure possède en effet des « traits constitutifs inhérents » et complètement indépendants de celui qui le regarde. Par conséquent, rien n'empêche qu'il puisse être décrit exactement

tel qu'il est, sans possibilité de description concurrente acceptable (Gauthier, 1991, p 84). Pour ceux qui embrassent cette vision du monde, il n'existe donc aucun obstacle à ce que les journalistes présentent une image de la société complètement conforme à la réalité.

Bien entendu, cette conception « positiviste » de la réalité a été fortement remise en cause, surtout en sciences humaines et sociales où le paradigme dominant est plutôt que le monde ne peut être appréhendé tel qu'il est ou sans intervention d'une certaine subjectivité (Gauthier, 1991 ; Charron, 2008 ; Soffer, 2009). Cette position s'inscrit dans un courant « constructiviste » qui soutient plus précisément que la compréhension des choses dépend beaucoup plus de l'observateur que de l'objet observé (Gauthier, 1991; Segal 1990). Dans ce contexte, la seconde conception de la règle d'objectivité ne demande plus aux journalistes de présenter un portrait fidèle de la réalité, mais seulement de se *détacher de ses perceptions, sentiments, intérêts et convictions pour rapporter les faits d'un point de vue neutre*. Il s'agit donc pour le professionnel de raconter les événements d'une manière impartiale, sans laisser intervenir ses propres valeurs ou préférences (Charron, 2004, Bernier, 2006). En somme, bien qu'elle ne commande plus au journaliste de représenter fidèlement le réel, cette vision de l'objectivité implique encore du locuteur qu'il efface toute trace de sa personnalité, pour être en mesure de relater uniquement les faits, ce qui tend néanmoins à créer une certaine confusion autour du principe.

Pour mieux comprendre l'étendue des problèmes que soulève le principe ainsi envisagé, on peut notamment se référer aux travaux de Stéphanie Martin (2004), qui s'est appliquée à classer les différents types d'attaques formulés à l'encontre des prétentions d'objectivité journalistique. Selon cette dernière, ces remises en question sont d'abord de l'ordre « idéologique ». Ici, on reproche essentiellement aux journalistes de ne pas prendre suffisamment de distance et de se laisser influencer par les idéologies dominantes dans la société. Parallèlement, un grand nombre de critiques sont de type « individuel ». Connexes aux reproches de type idéologiques, ces dernières réfèrent plus particulièrement à l'incapacité pour les professionnels de se défaire de leurs propres valeurs et préférences, ce qui introduit des biais dans la manière de traiter l'information. Dans la même veine, une critique de type « économique » fait valoir que les entreprises de presse sont incapables de se défaire de l'influence liée aux intérêts financiers. Enfin, une autre catégorie d'attaque est dirigée contre les journalistes eux-mêmes, que l'on soupçonne d'entretenir des relations trop étroites avec les politiciens et élites de la société, ce qui les inciterait à prendre trop souvent parti. Cette dernière critique est identifiée comme étant d'ordre « professionnel ». À ces nombreuses remises en cause liées aux valeurs et intérêts des intervenants du secteur de la presse, Martin (2004) ajoute les griefs de type « technique » et « formel », qui font respectivement référence aux limites imposées par les technologies et à la mise en forme des nouvelles, autant de contraintes qui obligent parfois les professionnels à ajuster leurs récits en les rendant par exemple plus divertissants ou en ajoutant des images qui ne proviennent pas directement de l'événement, ce qui aurait pour effet d'affecter l'objectivité (Gauthier, 1991). Enfin, l'aspect du langage est également perçu comme étant problématique, le choix des mots pouvant introduire à tout moment des éléments de subjectivité dans un discours qui se veut objectif, de même que le choix de l'angle sous lequel on considère une question (Martin, 2004).

Pour répondre à ces critiques, l'industrie définit souvent l'objectivité comme « *un processus de travail* » (Cardinal, 2022) qui implique des pratiques et des normes, mais aucune obligation de résultat (Lavoie, 1989). Dans la pratique, l'adhésion à cette représentation de l'objectivité s'exprime donc par l'entremise de routines de rédaction et autres automatismes implantés de manière systématique dans les salles de presse. Selon Gaye Tuchman (1972), ces rituels sont au nombre de quatre, et se résument de cette façon : « *la présentation de plusieurs points de vue divergents* », « *la démonstration à l'aide de preuves* », « *l'utilisation de guillemets pour encadrer les citations* » et « *la présentation des informations par ordre d'importance* » (soit des plus importantes aux moins importantes). À ces pratiques, on peut aussi ajouter « *l'identification des genres journalistiques* » et « *la séparation claire des faits et des opinions* » deux tactiques observées par Hackett et Zhao (2000). Appliquées de manière rigoureuse, ces tactiques permettent donc aux journalistes de revendiquer leur objectivité, sans avoir à réellement rencontrer cet idéal que l'on ne peut « *jamais atteindre tout à fait* » (Cardinal, 2022). Mais malgré son caractère pragmatique, cette façon de décrire l'objectivité est loin d'être épargnée par la critique. Selon plusieurs auteurs, les routines de rédaction permettent en fait aux journalistes de donner un faux vernis de neutralité à la nouvelle et, ce faisant, ils contribuent à exacerber les biais dans le traitement de l'information (Bennett, 2016 [1983] ; Westerstahl, 1983 ; Gauthier, 1991). Sur ce point, certains vont même jusqu'à avancer que les rituels entourant la prétention à l'objectivité constituent un outil particulièrement pervers de propagande, puisqu'ils se présentent justement comme un remède à la partialité, ce qui leur permet de manipuler plus facilement la population et de préserver l'ordre établi (Westerstahl, 1983 ; Gauthier, 1991). Dans ce contexte, certains intervenants en viennent donc à rejeter complètement ce principe.

En effet, bien que l'objectivité fasse en théorie partie des préceptes régulateurs du journalisme, sa pertinence est remise en cause par un petit nombre d'acteurs qui préfèrent la rejeter au profit d'une subjectivité complètement assumée (Gauthier, 1991). Ce positionnement est notamment soutenu par une affirmation selon laquelle l'objectivité serait en fait contraire à l'intérêt public. D'une part, elle empêcherait la contextualisation et les explications qui constituent souvent des « clés de compréhension essentielles » pour interpréter les événements décrits (Frau-Meigr, 2005, p.69). D'autre part, elle placerait le journaliste à la merci de la subjectivité de ses sources, l'obligeant trop souvent à relater des discours institutionnalisés parfois mensongers, sans pouvoir proposer une objection (Frau-Meigr, 2005). Forts de ces préoccupations, des journalistes et écrivains choisissent donc de plaider pour un abandon total de la norme d'objectivité, au profit d'un rôle critique qui leur permettrait de prendre position sur les causes qui servent la population (Frau-Meigr, 2005 ; Rigoni et coll., 2015 ; Hackett et Zhao, 2000 ; Cardon et Granjon, 2013).

### ***Critères de qualité associés au principe d'objectivité***

La littérature scientifique sur la qualité de l'information journalistique offre peu de critères précis pour mesurer l'objectivité. En fait, plusieurs auteurs font complètement abstraction du sujet. C'est le cas notamment de Merrill (1968) et de (Bogart, 2004) qui font très peu référence à ce principe dans leurs écrits. D'autres auteurs incluent dans leurs listes de

critères, un certain nombre d'indicateurs plus ou moins précis qui renvoient à l'objectivité, comme « *l'équilibre* », « *l'impartialité* », « *l'identification des sources* » ou même « *la séparation des faits et des opinions* ». Bien entendu, ces critères ne permettent pas d'évaluer si un texte est réellement objectif. Ils font en fait référence aux processus de travail et routines de rédaction implantés dans les salles de presse, des procédures qui, selon certains, sont nécessaires pour assurer une presse de qualité (Cardinal, 2022), mais qui, pour d'autres, ne font que donner une fausse impression de neutralité et tromper les publics (Bennett, 2016 ; Westerståhl, 1983 ; Gauthier, 1991). Par ailleurs, on trouve parfois dans la littérature quelques indicateurs qui s'inscrivent dans une représentation positiviste de l'objectivité, c'est-à-dire qu'ils sont utilisés dans le but de mesurer la correspondance de la nouvelle avec la réalité. Ici, il n'est plus question d'évaluer des façons de travailler des journalistes, mais bien le résultat de leurs efforts. Les indicateurs choisis sont donc formulés de manière beaucoup plus précise, évoquant des éléments comme « *l'exactitude des faits* » ou même parfois la « *vérité* » (Gladney 1996 ; Maurer, 2017).

Des tentatives plus rigoureuses pour mesurer l'objectivité peuvent par ailleurs être puisées dans les travaux qui s'intéressent au travail des journalistes du point de vue des sciences du langage. La plupart du temps, ces contributions ont recours à « l'analyse de discours », pour mesurer « *l'objectivité du texte journalistique lui-même, c'est-à-dire des modalités particulières d'écriture ou d'énonciation des textes de nouvelles* » (Charron et Jacob, 1999, p.2). Comme l'expliquent Charron et Jacob (1999), un discours contient des traces de subjectivité « *à chaque fois que le journaliste/locuteur laisse dans son énonciation des traces de sa présence en tant que sujet, qu'il laisse voir le monde à partir de son point de vue* » (p.10). Selon les auteurs, ces traces peuvent se retrouver dans plusieurs types de formules discursives (expressions d'analyse, attributions d'états psychologiques, formules qui renvoient à des événements futurs, etc.). En général, les travaux en analyse de discours ne portent cependant pas de jugement sur l'importance de l'objectivité journalistique. Ils ne permettent donc pas de faire avancer la discussion sur la qualité de l'information autrement qu'en proposant des façons de mesurer un facteur que d'autres auteurs considèrent comme fondamental.

### **Confusion autour du principe de profondeur**

Bien que rarement désignée en ces termes dans la littérature, la profondeur fait partie des valeurs importantes associées à la presse. Dans le contexte du journalisme, ce terme fait référence à une idée assez répandue qui veut que la responsabilité d'informer ne se limite pas à présenter la nouvelle de manière superficielle et décontextualisée, mais bien à décrire les événements dans leur contexte et de manière à leur donner un sens (Commission Hutchins, 1942). Dans la pratique, ce principe commande aux journalistes de produire des « *textes creusés* » (Bogart, 2004) et de nombreux articles « *explicatifs et en profondeur* » (Merrill, 2000). Selon certaines interprétations, cette exigence entre cependant en conflit avec la règle d'objectivité, qui interdit aux rédacteurs de fournir des explications ou des évaluations qui vont au-delà des éléments vérifiables, ou de spéculer sur des événements

futurs (Salgado et Strömbäck, 2011). De ce fait, tout exposé explicatif qui tente de faire parler les événements au-delà des faits avérés risque d'être critiqué pour sa subjectivité. Par conséquent, les contours du principe sont souvent extrêmement flous.

Selon notre analyse de plusieurs textes portant à la fois sur la qualité de l'information et l'objectivité journalistique, les désaccords entourant le principe de profondeur portent principalement sur la manière appropriée de donner un sens à la nouvelle, de même que sur les limites qu'il faut imposer à cet exercice. Dans la plupart des cas, les débats à ce sujet surviennent *lorsque les « faits » ne permettent pas de saisir toute l'histoire*. Rappelons à ce propos que, pour la plupart des organes de presse, le rôle principal du journaliste consiste en premier lieu à rapporter des « faits », qui peuvent prendre la forme de données brutes, ou d'événements confirmés par l'observation. Néanmoins, ces seules informations ne sont pas toujours jugées suffisantes pour rendre compte d'une situation de manière juste et conforme à la réalité, ni pour permettre une réelle compréhension de ce qui s'est produit (Konieczna et Santa Maria, 2023). Par exemple, il peut arriver que les propos d'un acteur central à la nouvelle, bien que théoriquement factuels, soient inexacts, ou qu'ils ne représentent pas bien un incident. Face à ce type de problèmes, les journalistes se sentent souvent une obligation de laisser de côté certains faits pour en choisir d'autres, ou d'utiliser diverses techniques leur permettant de proposer des interprétations qui vont au-delà des phénomènes observables, ce à quoi plusieurs intervenants s'opposent (Konieczna et Santa Maria, 2023).

Dans un compte-rendu de recherche portant sur la pertinence de la neutralité journalistique, Konieczna et Santa Maria (2023) suggèrent qu'il existe deux conceptions opposées de la responsabilité du journaliste lorsqu'il s'agit de donner du sens à un événement. D'un côté, les plus conservateurs considèrent qu'un bon rédacteur se doit de rapporter les « faits » uniquement, donc des descriptions fidèles et des renseignements qui proviennent directement des sources originales. Qui plus est, ils pensent que ces « faits » doivent être circonscrits à un événement précis. À dire vrai, selon la conception la plus conservatrice du rôle de la presse, même le choix de combiner certains renseignements avec d'autres comporte un risque élevé d'influencer la manière dont une situation sera interprétée ou même de déformer la vérité, ce qui en fait une pratique à proscrire (Ibid). Ici, la profondeur nécessite donc seulement de relater les événements d'une manière qui soit complète et précise. Sans surprise, cette façon d'envisager le critère de profondeur va généralement de pair avec une conception très « positiviste » du principe d'objectivité. En fait, il est souvent possible d'établir un lien direct entre l'interprétation des deux concepts. Toutefois, la vision « positiviste » de la réalité est souvent remise en cause (Gauthier, 1991 ; Charron, 2008 ; Soffer, 2009), tout comme les pratiques qui en découlent.

Ainsi, face à la conception positiviste du critère de profondeur, les intervenants qui adhèrent à une la vision constructiviste vont au contraire répliquer que les faits ne parlent pas d'eux-mêmes, ce qui implique qu'il est tout à fait essentiel de mettre en relation plusieurs informations pour représenter une situation de manière juste et véridique (Konieczna et Santa Maria, 2023). Dans cette perspective, il est aussi parfois nécessaire de faire parler les événements et d'en suggérer des interprétations afin de mettre en évidence des réalités sous-jacentes qui peuvent se cacher derrière les apparences (Hackett et Zhao, 2000). En

somme, le premier désaccord entourant la notion de profondeur renvoie à une croyance fondamentale sur les moyens d'accéder à la vérité. Alors que certains pensent que la véracité exige un contexte qui va au-delà des faits observables, d'autres sont persuadés que le contexte risque au contraire de la déformer (Konieczna et Santa Maria, 2023, p.1846). Ce conflit explique donc une partie des difficultés entourant le principe de profondeur. Néanmoins, il est loin de résumer la totalité du débat, puisque la littérature laisse également deviner une grande controverse autour de la bonne manière de proposer des interprétations.

Il existe effectivement de nombreuses façons de concevoir ce que l'on peut qualifier de journalisme « interprétatif » soit le journalisme qui va au-delà des faits vérifiables (Salgado et Strömbäck, 2011). Selon le point de vue le plus répandu, les suggestions d'interprétations sont acceptables uniquement dans les limites des pratiques standardisées et normes d'écritures mentionnées plus haut (*l'attribution d'interprétation, la présentation d'interprétations concurrentes, etc.*), qui permettent aux journalistes de revendiquer la neutralité même lorsque les comptes-rendus comportent des informations qui n'entrent pas tout à fait dans la définition de ce que l'on pourrait appeler un « fait brut » (Hackett et Zhao, 2000). Lorsque la situation requiert un surplus d'explication, les producteurs ont également à leur disposition une large variété de formats de types explicatifs comme « le commentaire », « l'éditorial », ou « la chronique », qui autorisent leurs auteurs à donner des avis sans manquer aux normes journalistiques. Il est cependant important de mentionner que ces précautions n'empêchent pas la critique de reprocher constamment aux journalistes d'être allés trop loin dans l'attribution de sens ou l'interprétation de la nouvelle, ce qui suggère que les limites acceptables de cet exercice demeurent mal définies. Sur ce sujet, une enquête de Marcotte (2008) auprès de journalistes et de patrons de presse révèle d'ailleurs le flou qui caractérise ce dilemme dans la tête des professionnels. Lorsqu'il est question de juger des pratiques comme l'analyse, l'explication et la mise en contexte, plusieurs idées contradictoires sont formulées. Certains journalistes insistent par exemple sur la nécessité de « *ne pas avoir peur de discriminer dans les faits* », mais « *sans pour autant trancher entre le bon et le méchant* » (p.81). On souligne aussi l'importance de suggérer des interprétations, en même temps que celle de donner des outils aux publics pour qu'ils se forment eux-mêmes une opinion. Autant de commentaires qui font dire à l'auteur que les discours des professionnels ne permettent pas de cerner « *la limite à ne pas franchir entre « l'information » et le « commentaire* », mais que « *chose certaine, les journalistes ne veulent pas franchir cette limite* » (Marcotte, 2008, p.81). Au bout du compte, il semble que le caractère imprécis des frontières entourant le journalisme interprétatif permet à chacun de tracer les contours qui lui conviennent.

Cette confusion autour du principe pousse comme on l'a dit certains auteurs à considérer les règles entourant le journalisme interprétatif comme autant de moyens de donner un faux vernis de neutralité à leurs opinions, ce qui se traduit en fin de compte par une exacerbation des biais dans le traitement de l'information (Bennett, 2016 [1983] ; Westerstahl, 1983 ; Gauthier, 1991). Fort de cette conviction, un troisième groupe d'intervenants préfère ainsi adhérer à une vision de la profondeur qui implique un rejet, ou du moins un assouplissement, des normes d'écritures, au profit d'un positionnement plus assumé. Ici, c'est le concept de vérité qui est le plus souvent évoqué (Konieczna et Santa Maria, 2023,

p.1846). Pour certains rédacteurs, la « vérité » nécessite en effet de dire clairement les choses, plutôt que de chercher à en rendre compte de manière détournée (soit en la faisant dire par une source ou en cherchant d'autres documents pour appuyer nos propos). Sans surprise, ce positionnement va souvent de pair avec un rejet complet de l'objectivité journalistique, au profit d'une doctrine qui considère le rôle de la presse comme essentiellement idéologique (Charron et Bonville, 1996).

### ***Critères de qualité associés au principe de profondeur***

Bien que le principe de profondeur ne soit pas le premier auquel on pense lorsque l'on discute des fondamentaux du journalisme, ce dernier est étonnamment présent dans la littérature sur la qualité de l'information. Parmi les nombreux auteurs qui se sont interrogés sur les caractéristiques qui peuvent être associées à un bon produit journalistique, on remarque en effet que la plupart évoquent des indicateurs liés à la profondeur. Les travaux de Merrill par exemple insistent sur la nécessité d'avoir de « *nombreux textes explicatifs en profondeur* » (Merrill, 1968 et 2000). De son côté, Léo Bogart parle de l'importance pour un journal de présenter « *un ratio élevé de textes explicatifs par rapport aux articles présentant simplement la nouvelle* » et « *un nombre élevé d'éditoriaux et de chroniques* ». Dans l'enquête plus récente effectuée par Dubois (2016), des facteurs comme « *la clarté du reportage* », ainsi que la « *mise en contexte des informations* », obtiennent un score élevé auprès des intervenants du milieu. Tout ceci laisse entendre que la profondeur représente un critère de qualité fondamental pour les experts. De plus, la façon dont ces indicateurs sont formulés trahit une certaine interprétation de la notion de profondeur qui donne au journaliste le droit de s'aventurer au-delà des faits vérifiables. Toutefois, les limites à imposer à cet exercice ne sont toujours pas claires.

### **Confusion autour du principe de l'accessibilité**

Enfin, le dernier principe auquel l'idéal journalistique fait allusion est l'accessibilité. Dans la pratique, ce critère entre toutefois régulièrement en conflit avec d'autres normes jugées plus importantes. En effet, même si la plupart des intervenants sont d'avis que la tâche du journaliste implique de « *rendre intéressant ce qui est important* » (Bosshart et Hellmüller, 2009), les tactiques utilisées en ce sens trouvent rarement grâce aux yeux des experts, qui jugent que les procédés utilisés pour intéresser le lecteur ont trop souvent tendance à diminuer la qualité globale d'un contenu. Par conséquent, il s'agit probablement du principe le plus contesté, au point que sa place parmi les fondamentaux du journalisme pourrait raisonnablement être remise en cause.

Le débat concernant l'accessibilité des contenus journalistiques semble porter essentiellement sur le degré d'importance qu'il faut accorder à ce facteur. Ici encore, les travaux de Philippe Marcotte (2008) suggèrent deux façons complètement opposées d'envisager le principe, à savoir une vision plus « conservatrice », et une autre qu'il qualifie « d'innovante ». D'un côté, pour les conservateurs, l'accessibilité fait partie des toutes dernières considérations auxquelles il faut accorder de l'importance. Selon cette conception,

cette composante représente une préoccupation secondaire qui devrait souvent être ignorée, pour éviter qu'elle n'interfère avec d'autres éléments plus fondamentaux du métier de journaliste. La principale crainte exprimée est de voir ce facteur entraver le choix des événements à couvrir, incitant les salles de presse à négliger des sujets jugés trop compliqués ou trop ardues, alors même que leur pertinence démocratique est incontestable. En outre, on s'inquiète du fait que les considérations pour le caractère accessible de la nouvelle en viennent à influencer le style de rédaction. En effet, dans la pratique, le désir de donner aux contenus informationnels un aspect plus attrayant conduit parfois les rédacteurs à se distancer du vocabulaire neutre et standardisé qui caractérise le journalisme traditionnel pour adopter une forme d'écriture plus décontractée et à négliger certaines normes de rédactions (Saïdi, 2014), ce qui déplaît aux conservateurs, qui considèrent ces normes comme essentielles à la crédibilité des médias d'actualité. Pour toutes ces raisons, ce segment estime généralement que les préoccupations entourant l'accessibilité doivent intervenir à la toute fin du processus de production, soit après la sélection de la nouvelle par les journalistes et après que ceux-ci se sont assurés du caractère rigoureux et objectif de leur texte.

D'un autre côté, pour ceux que Marcotte (2008) qualifie « *d'innovateurs* », l'accessibilité représente un principe de la plus haute importance, auquel il faut donner préséance. Ici, on ne voit aucun inconvénient à ce que ce critère guide le choix des événements à traiter, au contraire. Dans ce contexte, même le côté spectaculaire de l'information peut être perçu de manière positive par certains « *innovateurs* », qui le décrivent comme un bon moyen d'attirer l'attention sur un message et d'amener « *une catégorie de la population à lire des choses que, normalement, elle ne lirait pas* » (p.60). Cette conception des choses entre donc directement en conflit avec la vision traditionnelle du journalisme, qui accorde une importance beaucoup plus grande à la substance d'une nouvelle qu'à la forme qu'elle prend et qui associe souvent la qualité à une certaine sobriété, voire même une certaine austérité (Marcotte, 2008).

### ***Critères de qualité associés au principe d'accessibilité***

Malgré un niveau d'importance parfois discuté, plusieurs travaux sur la qualité de l'information accordent une place prépondérante au caractère « accessible » des contenus d'actualité dans leurs critères d'évaluation. Les indicateurs définis pour mesurer cet aspect sont toutefois assez peu nombreux et ils ont la particularité d'être très semblables d'une recherche à l'autre. Dans de nombreux cas, ce principe est mesuré à travers la « *qualité de l'écriture* », le point de divergence entre les études se situant au niveau du degré d'importance accordée à ce facteur.

Ainsi, dans l'enquête de Shapiro, Albanese et Doyle (2006), les « *techniques d'écriture et de narration* », arrivent au premier rang des indicateurs de qualité retenus par les juges de concours journalistiques. Ce facteur se retrouve également au 2<sup>e</sup> rang des critères retenus par les jurys interrogés par Judith Dubois (2006) dans le cadre d'une recherche semblable. Aux yeux de ces auteurs, ceci ne signifie toutefois pas que ce facteur représente l'indicateur de qualité le plus important. Selon Shapiro et coll. (2006), il s'agit plutôt d'un signe que,

conformément à la vision conservatrice du critère d'accessibilité, les évaluateurs de concours auraient tendance à jauger la qualité de l'écriture à la toute fin de leur processus d'évaluation, ce qui, paradoxalement, donnerait à ce critère un poids démesuré. En effet, puisqu'il arrive à un moment où tous les finalistes ont démontré un degré d'excellence similaire au niveau des autres indicateurs, c'est le texte le mieux écrit qui finit par remporter la palme, faisant de la « qualité de l'écriture » un facteur qui vient rompre l'égalité et consacrer le gagnant.

## **Les différentes visions de la qualité de l'information**

Au terme de cette analyse de la littérature, il est possible de proposer un modèle comprenant trois définitions concurrentes de la qualité de l'information, soit une définition reflétant une vision *idéalisée*, une autre adoptant une perspective *pragmatique*, et une dernière correspondant à une approche *populaire*. Comme indiqué en introduction, cette représentation articulée autour de trois définitions n'a pas pour objectif de refléter parfaitement la réalité. Il s'agit plutôt d'un modèle conçu pour offrir un cadre permettant d'approfondir la compréhension du concept de qualité informationnelle et des méthodes pour l'évaluer. L'élaboration d'un modèle menant souvent le chercheur à simplifier certains aspects de la réalité, il serait par ailleurs illusoire de vouloir élaborer des définitions qui correspondraient parfaitement aux façons de voir des individus. En effet, celles-ci manqueront toujours des nuances inhérentes aux schèmes de pensée humains, rendant ces représentations trop simplifiées par rapport à la complexité des opinions individuelles. Au demeurant, il convient de préciser que cette typologie n'a pas pour but de figer les intervenants dans des modes de pensée uniformes. Au contraire, chaque définition repose sur cinq principes distincts, permettant ainsi à chacun de naviguer d'une vision à l'autre selon les sujets traités. Par exemple, une personne attachée à la définition idéalisée du critère « d'intérêt public » pourrait facilement avoir un point de vue plus pragmatique sur un autre facteur, comme « la diversité ». En somme, ces modèles ne doivent pas être pris à la lettre, mais comme des guides qui donnent une idée approximative de trois manières contrastées de considérer les rôles et responsabilités de la presse.

### *Vision idéalisée*

Parmi les trois différentes façons de considérer la qualité de l'information, la vision « idéalisée » est celle qui se rapproche le plus de l'idéal journalistique, une notion qui, rappelons-le, suppose l'existence d'une production informationnelle pouvant être qualifiée de parfaite (Bernier 2006). De ce fait, il va sans dire que ceux qui adhèrent à cette conception des choses ont des attentes élevées quant au rôle que devrait remplir la presse d'actualité dans une société démocratique. En même temps, ils expriment constamment des doutes sur la réelle possibilité pour les journalistes de remplir correctement cette mission. De fait, plusieurs objectifs associés à cette vision sont qualifiés d'incompatibles avec les réalités du métier, souvent par ceux-là mêmes qui y accordent le plus d'importance. En outre, un examen attentif des diverses composantes qui forment cette représentation laisse entrevoir

des contradictions dans l'application des différentes valeurs, ce qui ajoute à la difficulté de répondre à chacune d'elles simultanément. Pour toutes ces raisons, on ne peut s'étonner que les intervenants qui adhèrent à cette conception soient particulièrement pessimistes quant à la capacité des médias à produire de l'information de qualité.

La vision idéalisée de la presse est assez présente dans la littérature sur la qualité informationnelle, ce qui suggère qu'elle est portée en grande partie par des chercheurs et théoriciens, de même que par une mince proportion de journalistes, catégorisés par plusieurs auteurs comme les plus « conservateurs » de la profession (Marcotte, 2008). Étant attachés à une conception relativement utopiste de la mission journalistique, ces derniers auront généralement tendance à exprimer des idées relativement tranchées sur les cinq principes de base identifiés dans cette contribution. C'est le cas notamment de *l'intérêt public*, qui se doit ici d'entretenir un lien étroit avec les « affaires publiques », c'est-à-dire les événements qui concernent l'organisation de la société dans son ensemble.

C'est également le cas de *la diversité*, que les idéalistes associent au devoir de représenter tous les citoyens, de présenter toutes les opinions et de traiter de tous les angles d'un problème (Gingras, 2009). Si on en croit la critique cependant, cet impératif est fréquemment mis en échec par des facteurs politiques et financiers, qui limitent les sujets abordés dans la presse et mènent à une concentration de la production dans les mains d'un trop petit nombre de médias (Bernier 2008, George, 2005), ce qui renforce l'incrédulité de certain quant à la possibilité des médias de créer du contenu suffisamment diversifié dans un contexte de marché.

Ce scepticisme est par ailleurs, encore raffermi, lorsqu'il est question du principe *d'objectivité* qui, dans sa définition idéalisée, exige des journalistes qu'ils naviguent à travers des directives confuses et contradictoires, ce qui les rend particulièrement difficiles à exécuter. Dans sa conception idéale, la règle d'objectivité commande effectivement aux professionnels de raconter les événements d'un point de vue neutre et impartial, sans laisser intervenir aucun biais de nature idéologique, économique, professionnel, ou autre. (Charron, 2004, Bernier, 2006, Martin, 2004). Or, cette attitude entre en contradiction avec une croyance associée au courant de pensée « constructiviste », qui considère que les représentations du monde sont influencées par l'esprit humain et donc jamais réellement neutres ou impartiales (Gauthier, 1991; Segal 1990). L'épistémologie constructiviste étant très répandue chez les chercheurs en sciences sociales, on pourrait s'attendre à ce que ces derniers rejettent la conception de l'objectivité qui condamne les perceptions subjectives des journalistes. Si on se base sur la critique cependant, de nombreux chercheurs semblent au contraire embrasser cette conception. En fait, on ne compte plus le nombre d'attaques formulées à l'encontre de la subjectivité journalistique. On leur reproche notamment leur tendance à se laisser biaiser par les idéologies dominantes dans la société et par leurs opinions personnelles, quand ce n'est pas par des intérêts professionnels ou financiers (Martin, 2004). Beaucoup de ces comportements sont bien entendu jugés inconscients, ce qui n'empêche toutefois pas certains idéalistes de les juger sévèrement, suggérant ainsi que pour eux, la neutralité et le détachement sont des conditions indispensables à l'accomplissement de la mission journalistique. Cadré de cette manière, le principe

d'objectivité apparaît donc comme un obstacle insurmontable à la production d'une information de qualité, ce qui n'est toutefois pas le cas de la quatrième valeur.

Étant donné leur conception de l'objectivité, la plupart des conservateurs adhèrent en effet à une conception de la *profondeur* qui implique simplement de rapporter les événements d'une manière complète et précise, sans tenter d'influencer la manière dont une situation sera interprétée. Ici, il est important de spécifier que, selon cette définition, les « faits » rapportés doivent être circonscrits à un événement précis, et ce, même s'il s'avère que ces « faits » ne racontent pas toute l'histoire, l'idée étant que l'action de mettre ensemble certaines informations comporte un risque trop élevé de déformer la vérité (Konieczna & Santa Maria, 2023). Ainsi, le journaliste qui adhère à cette vision n'a pas à se questionner trop longtemps pour savoir jusqu'où il peut aller pour expliquer la nouvelle.

Enfin, en ce qui concerne la dernière valeur, soit *l'accessibilité*, on remarque qu'elle est souvent négligée par les conservateurs, qui ont tendance à craindre qu'elle entre en conflit avec d'autres normes jugées plus importantes.

En résumé, la vision idéalisée de la qualité de l'information répond aux plus hautes aspirations du journalisme. Celles-ci étant de nature souvent théorique, la conception idéale des choses est cependant fréquemment mise en échec par les conditions concrètes de production qui, de l'aveu même des idéologues, rendent très difficile la réalisation d'une production informationnelle presque « parfaite ». Sur ce point, il convient en terminant de préciser qu'adhérer à la vision idéalisée de la qualité informationnelle ne préserve pas un producteur de la critique, bien au contraire. Étant donné que cette conception du journalisme s'avère quelque peu utopiste, les productions journalistiques qui tentent de s'y conformer rencontrent inévitablement des obstacles dans l'atteinte de leurs objectifs. Malgré tout, leur discours continue souvent de tendre vers cet idéal, ce qui les rend particulièrement vulnérables aux attaques. Or, dans bien des cas, les reproches visent d'abord leurs contradictions, comme celle de se dire objectifs alors qu'ils font des choix arbitraires et utilisent un langage empreint de subjectivité. En somme, la vision idéalisée du journalisme est source de beaucoup de mécontentement et de critiques qui ne semblent pas tout à fait étrangères au caractère parfois irréaliste de leurs prétentions. Cette situation pourrait ainsi avoir contribué au développement d'une vision plus pragmatique de la qualité journalistique.

### ***La vision pragmatique***

Parallèlement au point de vue inspiré de l'idéal journalistique, la littérature suggère l'existence d'une conception beaucoup plus souple de la qualité informationnelle, qui semble être portée moins par les chercheurs que des membres de l'industrie. Bien que cette définition partage plusieurs aspirations avec la vision plus conservatrice, elle est moins exigeante dans la pratique, ce qui lui vaut l'étiquette de « pragmatique », que nous avons choisi de lui donner ici. Dans cette perspective, la mission journalistique devient un objectif réalisable, et même fréquemment atteint. En outre, elle est dépeinte comme étant cohérente avec certaines considérations économiques, ce qui en fait une vision populaire dans l'industrie.

Résumée succinctement, la principale particularité de ceux qui adhèrent à vision « pragmatique » est qu'ils envisagent chaque principe fondamental du journalisme d'une manière qui soit compatible avec les conditions concrètes de production. Tout d'abord, leur conception de la notion *d'intérêt public* dépasse de loin la seule responsabilité de traiter des affaires de la cité. Pour eux, ce concept se rapporte plus largement à n'importe quelle information qui est « dans l'intérêt du public », soit tous les renseignements qui aident les citoyens à prendre des décisions dans n'importe quel domaine de leurs vies.

En ce qui concerne la notion de *diversité*, elle n'est pas selon eux assujettie à des conditions de production aussi précises que celles qui sont préconisées par les idéalistes. Dans la conception plus « pratique » des choses, une communauté n'a effectivement pas nécessairement besoin de s'appuyer sur une grande variété de producteurs pour pouvoir prétendre à un volume satisfaisant d'information. Au contraire, il peut être préférable d'évoluer dans un environnement constitué de peu d'entreprises plus fortes économiquement, une presse dominante dans son industrie étant ici considérée comme le meilleur rempart contre les groupes de pression qui défendent des intérêts particuliers.

Concernant le point de vue que l'on pourrait qualifier de « pragmatique » sur le principe *d'objectivité*, il semble se diviser en deux. D'un côté, une partie des intervenants se révèlent enclins à adopter une position assez proche des conservateurs, du moins en théorie. Tout comme leurs collègues idéalistes, ces derniers plaident pour un certain niveau de « détachement émotionnel » dans le traitement de la nouvelle. Néanmoins, ce « détachement » n'est *pas associé à l'ambition de produire un texte réellement objectif*, mais plutôt à des *actions concrètes et systématiques*, qui donne aux professionnels une certaine crédibilité et les autorise à revendiquer leur autorité sur la nouvelle (Charron, 1995 ; Demers, 1983 ; Tuchman 1972). Ces actions prennent plus précisément la forme de routines de rédaction incontournables, comme par exemple « *présenter plusieurs points de vue divergents* », ou « *démontrer ses dires à l'aide de preuves* » ou encore « *utiliser des guillemets pour encadrer les citations* » (Tuchman 1972), autant de rituels qui, lorsqu'ils sont suivis à la lettre, permettent aux journalistes de tendre vers l'objectivité, sans avoir à réellement satisfaire ce critère impossible à réaliser dans la pratique. En résumé, beaucoup de pragmatiques conçoivent l'objectivité comme « *un processus de travail* », qui implique *des actions précises, mais aucune obligation de résultat* (Cardinal, 2022 ; Lavoie, 1989). D'un autre côté, un second groupe de pragmatique a plutôt tendance à rejeter l'objectivité, au profit d'une subjectivité employée dans le but de favoriser une meilleure transmission du message et une meilleure compréhension du monde (Vanoost, 2013).

Dans les deux cas, la conception pragmatique de l'objectivité va généralement de pair avec une conception de la *profondeur* qui commande aux journalistes d'aller au-delà des faits observables et de donner à l'audience des clés de compréhension pour leur permettre d'interpréter plus facilement la nouvelle.

Finalement, les « pragmatiques » accordent une certaine importance au caractère *accessible* de la nouvelle, dans la mesure où il permet d'atteindre une audience plus large et de

s'assurer que certains événements à valeur démocratique soient pris en compte par une majorité de citoyens.

En résumé, la vision pragmatique de la qualité informationnelle est caractérisée par un désir de réconcilier les idéaux du journalisme aux réalités concrètes de production de l'information. Sans surprise, ceux qui se situent dans cette perspective ont beaucoup plus de facilité à considérer que la presse fait du bon travail et qu'elle arrive à remplir sa mission. Néanmoins, bien que les principes fondamentaux associés à la profession puissent sembler plus souples, le métier demeure soumis à un cadre relativement précis de normes et de règles à respecter pour pouvoir prétendre à un travail de qualité.

### *La vision populaire*

Comme on peut s'y attendre, la vision « populaire » de la qualité informationnelle est largement influencée par les préoccupations économiques, ce qui l'éloigne encore un peu plus de l'idéal journalistique. En effet, les individus associés à ce point de vue sont généralement caractérisés par un attachement moindre aux fondamentaux du journalisme, qu'ils ont en outre tendance à vider de leur sens, pour les réinterpréter d'une manière qui correspond mieux à leurs propres objectifs. C'est le cas notamment du principe *d'intérêt public* qui, dans cette conception des choses, inclut tout ce qui a des chances « d'intéresser le public » et, par le fait même, d'offrir une plus grande valeur commerciale.

La notion de *diversité* quant à elle est généralement interprétée comme une obligation de se distinguer de la compétition en proposant un contenu original qui aura une valeur ajoutée pour les publics.

Ici encore, *l'objectivité* est considérée soit comme « un processus de travail » ou une illusion, ce qui justifie plus facilement l'adoption d'un style d'écriture empreint de subjectivité qui permet de se démarquer et de répondre avec plus de liberté au contexte commercial et compétitif.

Bien entendu, ce relatif relâchement au niveau des normes d'objectivité se marie bien avec une conception du principe de *profondeur* qui donne au journaliste beaucoup de latitude pour faire parler les événements et en suggérer des interprétations.

Finalement, ceux qui adhèrent à la vision plus populaire de la qualité de l'information accordent une grande importance à *l'accessibilité*, parfois au détriment des autres principes, allant jusqu'à guider le choix des événements à couvrir.

En résumé, la vision populaire de la qualité de l'information est caractérisée par une propension à réinterpréter les fondamentaux du journalisme afin qu'ils soient mieux alignés avec les préoccupations économiques. Lorsqu'ils font référence aux principes de base de l'idéal journalistiques, les adeptes de ce positionnement ont effectivement tendance à les définir d'une manière qui s'éloigne de la vision traditionnelle pour se rapprocher d'une posture commerciale, caractérisée notamment par un souci toujours plus grand de se conformer aux désirs des publics (Charron, 2006). Bien entendu, cette conception des choses

entre fréquemment en conflit avec les autres visions du journalisme, dont les objectifs se veulent plus nobles, du moins en théorie.

## Conclusion

Notre analyse des perceptions entourant cinq valeurs du journalisme que sont « l'intérêt public », « la diversité », « l'objectivité », « la profondeur » et « l'accessibilité », nous a permis de discerner trois définitions concurrentes de la qualité de l'information, soit une première reflétant une *vision idéalisée*, une seconde correspondant à une *vision pragmatique* et une troisième se rapportant à une *vision populaire*. Portée par les intervenants plus conservateurs, la vision *idéalisée* répond aux plus hautes aspirations du journalisme. Néanmoins, elle exige des professionnels qu'ils naviguent à travers des directives irréalistes et contradictoires, ce qui, de l'aveu même des idéologues, la rend particulièrement difficile à exécuter. Face à cette représentation utopique, la conception *pragmatique* de la qualité est quant à elle caractérisée par un désir de réconcilier les idéaux du journalisme aux réalités concrètes de production de l'information. Dans l'esprit de ceux qui adhèrent à cette vision, la qualité est ainsi souvent synonyme de « bonne pratique ». Par conséquent, ceux qui se situent dans cette perspective ont beaucoup plus de facilité à considérer que la presse fait du bon travail et qu'elle arrive à remplir sa mission. Enfin, la vision *populaire* de la qualité de l'information est caractérisée par une propension à réinterpréter les fondamentaux du journalisme afin qu'ils soient mieux alignés avec les préoccupations économiques. Bien entendu, ce modèle, qui propose trois définitions de ce qui peut être considéré comme une « bonne information », présente plusieurs limites et reste pleinement ouvert au débat. Il a cependant l'avantage de servir d'appui analytique pour distinguer les positionnements de différents supports d'information ou interpréter les propos des professionnels des médias. De cette manière, il pourrait contribuer à faire progresser la compréhension de ce qui peut être considéré comme une « bonne information ».

*Marie-Danielle Tremblay est chercheuse à l'Université de Québec à Montréal (UQAM)*

---

## Références

Bachmann, Philipp, Eisenegger, Mark et Ingenhoff, Diana (2022). Defining and Measuring News Media Quality: Comparing the Content Perspective and the Audience Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 27(1), 9-37.

Bennett, W. Lance (2016). *News: The politics of illusion, tenth edition*. University of Chicago Press, 10e édition.

Bernier, Marc-François (2006). L'idéal journalistique : comment des prescripteurs définissent le « bon » message journalistique. *Les Cahiers du journalisme*, 16.

Bernier, Marc-François (2008). *Journalistes au pays de la convergence. Sérénité, malaise et détresse dans la profession*. Les Presses de l'Université Laval.

Bogart, Leo (1981). *Press and public who reads what, when, where, and why in american newspapers*. Hillsdale, N.J. L. Erlbaum.

Bogart, Leo (2004). Reflections on content quality in newspapers. *Newspaper Research Journal*, 25(1), 40-53.

Bonville, Jean de (1995). *Les quotidiens montréalais de 1945 à 1985 : morphologie et contenu*. Institut québécois de recherche sur la culture.

Bosshart, Louis et Hellmüller, Lea (2009). Pervasive entertainment, ubiquitous entertainment. *Communication Research Trends*, 29.

Bouquillion, Philippe (2015). L'indépendance journalistique sous pression dans les conglomerats médiatiques québécois. In *Concentration de la propriété des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information* (Éric George) (p. 137-158). Presses de l'Université Laval.

Bourdieu, Pierre (1996). *Sur la télévision. Suivi de L'emprise du journalisme*. Raisons d'Agir.

Cardinal, François (2022). Attention, pente glissante ! *La Presse*, 25. 09. 2022.

Cardon, Dominique et Granjon, Fabien (2013). *Médiactivistes*. Presses de Sciences Po.

Champagne, Patrick (1995). La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique. *Hermès, La Revue*, 17, 215-229.

Charron, Jean (2004). Journalisme et démocratie. In *Lucille Guilbert (dir.), Médiations et processus culturels*, Les Presses de l'Université Laval.

Charron, Jean (2008). Subjectivation du discours du journalisme politique au Québec, 1945-1995. *Mots. Les langages du politique*, 82.

Charron, Jean et Bonville, Jean de (1996). Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition. *Communication. Information Médias Théories*, 17(2), 50-97.

Charron, Jean et Jacob, Loïc (1999). *Énonciation journalistique et subjectivité: les marques du changement*. Université Laval.

Chomsky, Noam et Herman, Edward (2008). *La fabrication du consentement : de la propagande médiatique en démocratie*. Agone. Nouvelle édition revue et actualisée.

Christin, Angèle (2018). Les sites d'information en ligne entre indépendance et course au clic : une comparaison franco-américaine. *Sociétés contemporaines*, 3(111).

Delforce, Bernard (1996). La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens. *Les Cahiers du journalisme*, (2).

Demers, François (1983). Les sources journalistiques comme matériaux d'une stratégie de satisfaction du client. *Communication. Information Médias Théories*, 6(1), 8-23.

Dennis, Everette E. et Merrill, John C. (1984). *Basic issues in mass communication: A debate*.

Dubois, Judith (2016). *Bouleversements médiatiques et qualité de l'information. Enquête auprès de 121 professionnels de l'information québécois*. Université Laval.

Frau-Meigs, Divina (2005). L'objectivité prise à ses propres pièges. In *Qui a détourné le 11 septembre ?* (p.65-81).

Gardner, Howard, Csikszentmihalyi, Mihaly et Damon, William (2002). *Good work: When excellence and ethics meet*. Basic Books.

Gauthier, Gilles (1991). La mise en cause de l'objectivité journalistique. *Communication. Information Médias Théories*, 12(2).

George, Éric, Carbasse, Renaud, Goyette-Côté, Marc-Olivier, Rocheleau, Sylvain et Claus, Simon (2013). Internet et pluralisme de l'information : un point de vue du Québec. In *Pluralisme de l'information et media diversity* (p. 211-130). De Boeck Supérieur.

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

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

Gladney, George Albert (1996). How editors and readers rank and rate the importance of eighteen traditional standards of newspaper excellence. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(2).

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

Habermas, Jürgen (2006). Political communication in media society. Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, 16(4).

Hackett, Robert A. et Zhao (2000). From positivism to negative news: The evolution of objectivity. In *Sustaining Democracy? Journalism and the Politics of Objectivity* (p. 36-59). University of Toronto Press.

Harcup, Tony. (2003). *Journalism: Principles and Practice*. SAGE Publications.

Konieczna, Magda et Santa Maria, Ellen (2023). “I can’t be neutral or centrist in a debate over my own humanity”: A study of disagreements between journalists and editors, and what they tell us about objectivity. *Journalism Studies*, 24(15).

Kovach, Bill., Rosenstiel, Tom et Berry, Monique. (2015). *Principes du journalisme : ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*. Gallimard.

Lavoie, Marie-Hélène (1989). Mise en scène du projet de loi 1 au théâtre de l’objectivité journalistique. *Communication. Information Médias Théories*, 10(2-3).

Marcotte, Philippe (2008). *La qualité du journalisme vue par ceux qui le pratiquent*. Consortium canadien de recherche sur les médias.

Martin, Stéphanie (2004). Vérité et objectivité journalistique : même contestation ? *Les Cahiers du journalisme*, (13).

Maurer, Torsen (2017). Quality. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (Patrick Rössler, Cynthia A. Hoffner, Liesbet Patrick Rössler, Cynthia A. Hoffner, and Liesbet van Zoonenan Zoonen).

McQuail, Denis (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. SAGE Publications.

Merrill, John C. (1968). *The elite press: Great newspapers of the world*. New-York : Pitman Publishing Corporation.

Merrill, John C. (2000). Les quotidiens de référence dans le monde. *Les Cahiers du journalisme*, 7, p. 10-14.

Muhlmann, Géraldine (2004). *Du journalisme en démocratie: essai*. Payot.

Plasser, Fritz (2005). From hard to soft news standards?: How political journalists in different media systems evaluate the shifting quality of news. *The International Journal of Press/Politics*, 10(2), 47-68.

Ranaivoson, Heritiana (2018). L'évaluation de la diversité culturelle : défis et limites. In *La mesure du développement* (Sous la direction de Marc Lautier, Michel Vernières) (p. 153 à 168). Karthala.

Rebillard, Franck et Smyrniotis, Nikos (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.

Rigoni, Isabelle, Theviot, Anaïs et Bourdaa, Mélanie (2015). Médias, engagements, mouvements sociaux. *Sciences de la société*, 94, 3-12.

Saïdi, Sarah (2014). Le journalisme de communication dans la presse écrite québécoise : étude comparée des quotidiens Le Devoir et La Presse. *Communication, lettres et sciences du langage*, 8(1), 4-26.

Salgado, Susana et Strömbäck, Jesper (2011). Interpretive journalism: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 144-161.

Sedel, Julie (2021). Construire l'indépendance en label de qualité. *Presses universitaires de Grenoble*, 1(16), 13-51.

Segal, Lynn (1990). *Le rêve de la réalité*. Le Seuil.

Shapiro, Ivor, Albanese, Patrizia et Doyle, Leigh (2006). What makes journalism "excellent"? criteria identified by judges in two leading awards programs. *Canadian Journal of Communication*, 3(2), 425-445.

Slattery, Karen, Doremus, Mark et Marcus, Linda (2010). Shifts in public affairs reporting on the network evening news: A move toward the sensational. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(2), 290-302.

Soffer, Oren (2009). The competing ideals of objectivity and dialogue in American journalism. *Journalism*, 10(4), 473-491.

Sormany, Pierre (2011). *Métier de journaliste (Le): Guide des outils et des pratiques du journalisme au Québec*. Boréal.

Stirling, Andy (2007). A general framework for analysing diversity in science, technology and society. *Journal of The Royal Society Interface*, 4(15), 707-719.

Toussaint-Desmoulins, Nadine. (2015). *L'économie des médias*. Presses Universitaires de France.

Tseng, Kuo-Feng (2001). *A content analysis of market-driven television news magazines: commodification, conglomeration and public interest* (Thèse de doctorat).

Tuchman, Gaye (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. *American journal of sociology*, 77(4), 660-679.

Urban, Juliane et Schweiger, Wolfgang (2013). News quality from the recipients' perspective. Investigating recipients' ability to judge the normative quality of news. *Journalism Studies*, 15, 821-840.

Vanoost, Marie. (2013). Journalisme narratif : proposition de définition, entre narratologie et éthique. *Les Cahiers du journalisme*, 25, 140-161.

Westerståhl, Jörgen (1983). OBJECTIVE NEWS REPORTING: General Premises. *Communication Research*, 10(3), 403-424.

---

**Référence de publication** : TREMBLAY Marie-Danielle. Le point sur les différentes manières d'envisager la qualité de l'information. *Les Cahiers du journalisme et de l'information*, 2026, vol. 3, n°2, p. R103-R134