

De la théorie au terrain
Modèle explicatif de l'évolution
du journal télévisé au québec

Jean Charron Jean de Bonville
avec la collaboration de Colette Brin
et Florian Sauvageau

Les Études de communication publique^{ISSN 1183-5079}
Département d'information et de communication
Pavillon Louis-Jacques-Casault
Université Laval
Québec, G1K 7P4

La collection *Études de communication publique* présente les résultats des travaux réalisés par des chercheurs, des professeurs et des étudiants dans le domaine de la communication publique. La communication publique est définie comme l'ensemble des phénomènes de production, de traitement et de diffusion des discours relatifs aux débats et aux enjeux publics. Ces discours sont non seulement le fait des médias, mais aussi des institutions, des entreprises, des mouvements et des groupes qui interviennent sur la place publique.

Les documents publiés appartiennent à l'une ou l'autre des catégories suivantes : rapport de recherche, recueil de données, instruments de travail, outil pédagogique, bibliographie analytique, revue de la littérature, traduction. La collection *Études de communication publique* se présente comme un moyen de diffusion complémentaire aux revues savantes et, en règle générale, ne publie pas de textes qui, par leur format et leur contenu, sont assimilables à des articles de revue.

La présentation des manuscrits doit être conforme aux règles disponibles sur le site de la collection (www.com.ulaval.ca/etudes_com_publique).

Comité de rédaction

Jean Charron
Jean de Bonville
Alain Lavigne

Secrétariat

Marie-France Hamel

©Université Laval
Dépôt légal, 4^e trimestre 2005
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
ISBN 2-921383-20-9

Jean Charron

Jean de Bonville

avec la collaboration de Colette Brin et de Florian Sauvageau

De la théorie au terrain
Modèle explicatif de l'évolution du journal télévisé au Québec

Études de communication publique
Numéro 18

Département d'information et de communication
Université Laval
Québec
2005

ANALYSE

Défini comme un ensemble de pratiques discursives médiatisées visant la représentation de l'environnement naturel ou social, le journalisme est soumis à l'influence de plusieurs facteurs exogènes, d'ordre socioculturel, politique, technique ou économique, qui en expliquent les changements les plus significatifs. À partir de cette définition, le premier chapitre présente quatorze paramètres susceptibles de contribuer à l'explication du changement dans le journalisme et décrit deux modalités par lesquelles ce changement advient. Le journal télévisé présente un objet particulièrement intéressant pour étudier le changement dans le journalisme, puisqu'il permet d'observer la genèse et l'évolution d'un nouveau genre médiatique. Au Québec, l'évolution peut se diviser en cinq périodes d'égale longueur. La première décennie est caractérisée par l'hybridation de genres anciens, comme le journal radiophonique et les actualités filmées, avec le nouveau média et par l'institutionnalisation de nouvelles pratiques. L'instauration de la concurrence entre radiodiffuseur public et télévision privée, au début des années 1960, coïncide avec des changements socioculturels importants au Québec. Cette conjoncture favorise l'expérimentation de nouvelles formules. Au cours de la décennie suivante, l'intensification de la concurrence et des améliorations techniques dans le matériel de reportage amènent l'introduction de nouveaux styles de présentation et la multiplication des reportages. Dans les années 1980, l'augmentation de l'offre médiatique oblige les responsables du journal télévisé à expérimenter des formules nouvelles, qui font une plus grande place aux goûts et aux préoccupations du public. Le processus s'accélère au cours de la décennie suivante, tandis que la généralisation du reportage en direct et en continu oblige le journal télévisé, sinon à se définir, du moins à se positionner différemment. Ce modèle d'évolution, qui occupe le deuxième chapitre, s'appuie sur des facteurs explicatifs généraux, exposés dans le dernier chapitre, qui rendent compte aussi bien du changement que de la stabilité des pratiques journalistiques et fait appel à des concepts opératoires, ceux d'agents et d'acteurs sociaux, et de paradigme journalistique en particulier.

Journal télévisé ; Journalismes ; Histoire ; Québec ; Modèle explicatif ; Théorie du changement

TABLE DES MATIÈRES

ANALYSE	4
TABLE DES MATIÈRES	5
INTRODUCTION	7
Chapitre 1	
UNE THÉORIE DU CHANGEMENT DU JOURNALISME	11
Définition du concept de journalisme	11
Facteurs servant à l'explication du changement dans le journalisme	13
Formes et modalités du changement dans le journalisme	15
Chapitre 2	
L'ÉVOLUTION DU JOURNAL TÉLÉVISÉ	19
Les origines (1952-1962)	20
L'arrivée de la concurrence (1962-1972)	23
L'entrée en scène de nouveaux acteurs (1972-1982)	25
L'effet tabloïd (1982-1992)	26
L'ère du direct (1992-2002)	30
Chapitre 3	
FACTEURS EXPLICATIFS ET CONCEPTS OPÉRATOIRES	33
Facteurs explicatifs généraux	33
Concepts opératoires	37
Agents et acteurs sociaux	38
Paradigme journalistique	42
CONCLUSION	45
LISTE DE RÉFÉRENCES	47

INTRODUCTION

Dans plusieurs textes publiés depuis le milieu des années 1990, nous avons présenté un ensemble de propositions théoriques visant à expliquer l'évolution du journalisme, depuis son apparition jusqu'à nos jours. Ces propositions s'appuient sur des recherches empiriques, mais elles exigent aussi d'être systématiquement mises à l'épreuve sur une variété de cas et de situations socio-historiques. Le présent document de travail constitue une étape intermédiaire à l'intérieur de la démarche de recherche : il propose le tableau incomplet certes, mais très dense, de questions à poser et d'opérations à mener pour parvenir à une représentation et à une explication satisfaisantes de l'évolution du journalisme télévisé au Québec de ses origines à nos jours.

Cette thématique se justifie de plusieurs manières. Premièrement, sur le plan historiographique, la connaissance de l'évolution du journalisme télévisé au Québec et au Canada demeure très lacunaire, se limitant pour l'essentiel à des recherches portant sur des objets étroitement circonscrits¹, à des récits biographiques ou aux témoignages plus ou moins fidèles des protagonistes². La communauté historique résisterait même à s'intéresser à la télévision³. Dans les recherches en communication, au contraire, la télévision occupe une place centrale, mais les études portant sur l'évolution du journalisme télévisé demeurent plutôt rares dans ce corpus⁴. Pourtant, la télévision a joué un rôle très important dans les transformations du journalisme depuis un demi-siècle, et le journalisme télévisé, négligé, voire méprisé, à ses débuts, est devenu, pour les journalistes des autres médias, source d'inspiration et critère de référence. Il devient dès lors difficile d'expliquer les transformations du journalisme dans la seconde moitié du 20^e siècle sans prendre en considération de manière systématique le journalisme télévisé.

L'approche historique ou à tout le moins la démarche diachronique inhérente à cette thématique ne constitue pas seulement un aspect accidentel de l'objet de recherche ; elle représente au contraire un choix méthodologique essentiel. Dans une société et à une époque hypnotisées par l'instant présent, où les médias occupent une place de premier plan, nous cherchons à démontrer que non seulement les discours qui fascinent nos contemporains sont évanescents, mais surtout que les pratiques mêmes qui servent à produire ces discours sont éminemment transitoires. Or, cette démonstration n'est guère possible qu'à l'intérieur d'une démarche diachronique : ici objet de

¹ Le recueil de contributions publié sous la direction de R. LOCHEAD, *Beyond the printed word : the evolution of Canada's broadcast news heritage = Au-delà de l'écrit : le patrimoine de la radio-télédiffusion des nouvelles au Canada* (Kingston, Ont. : Quarry Press, 1991) est un exemple diversifié de ce type de points de vue, intéressants, mais limités.

² Par exemple, parmi plusieurs, les récits de Pierre Nadeau (*L'impatient*. Montréal : Flammarion, 2001) ou d'André Fournier (*Les nouveaux messagers : chronique de la vie des journalistes de la radio et de la télévision au Parlement de Québec*. Montréal : Éditions du Méridien, 1992).

³ « Ce n'est pas seulement l'histoire de la télévision au Québec qui reste à faire. C'est aussi la lutte aux préjugés à son endroit » (DEMERS, F. « Sur l'historiographie de la télévision au Québec et le pesant récit de la révolution tranquille ». *Mens*. Vol. 3, no 2 (2003). P. 261).

⁴ SCHAAP, G. « Research bibliography : three decades of television news research ». *Communications : European journal of communication research*. Vol. 23, no 3 (1998). P. 331-350. SCHAAP, G., RENCKSTORF, K., WESTER, F. « Three decades of television news research : an action theoretical inventory of issues and problems ». In Renckstorf, K., McQuail, D. et Jankowski, N.W. (dir.). *Television news research : recent European approaches and findings*. Berlin : Quintessenz Verlag (Communications Monograph, 2). P. 47-89.

recherche, choix méthodologiques et intention épistémologique se rencontrent.

Le chapitre 2 présente un modèle explicatif de l'évolution du journal télévisé au Québec. Le terme *modèle* renvoie pour certains à une représentation schématique de phénomènes relativement simples⁵. L'acception du mot ne se limite toutefois pas à cet usage courant. Un modèle peut aussi être entendu dans le sens d'un ensemble complexe de propositions (constats factuels, hypothèses, règles, lois) dont l'organisation doit correspondre à la structure du phénomène observé. Certes, le modèle doit être congruent à la réalité à laquelle il s'applique, mais sa fonction ne consiste pas à décrire exactement les phénomènes ; son utilité heuristique et sa validité résident plutôt dans sa capacité d'expliquer ces phénomènes. Ce type de modèle représente la réalité à l'étude comme un système complexe d'interaction. Le concept de modèle diffère des concepts d'hypothèse ou de théorie, bien qu'il appartienne au même champ sémantique. L'hypothèse se définit comme une conjecture vérifiable sur l'état de la réalité ; elle porte sur un phénomène circonscrit qu'elle sert à mettre au jour. Quant à la théorie, elle se compose d'un ensemble cohérent de propositions générales visant à décrire et à expliquer la réalité ; elle se distingue du modèle par la distance plus grande qui la sépare de la réalité empirique. Dans cette conception, le modèle est lui aussi un ensemble cohérent de propositions, mais il comprend un certain nombre d'hypothèses réfutables qui lui donnent prise sur la réalité, alors que le niveau de généralité de la théorie n'autorise pas ce passage. La cohérence globale des hypothèses rend le modèle vulnérable parce que la réfutation de quelques-unes d'entre elles affecte sa validité d'ensemble. En somme, le modèle serait isomorphe à la théorie, mais s'apparenterait à l'hypothèse du point de vue méthodologique : il est exhaustif et cohérent comme celle-là, mais immédiatement réfutable comme celle-ci⁶.

Les propositions plus ou moins spécifiques qui composent le modèle exposé ici présentent une variété de statut du point de vue de leur rapport à la réalité. Certaines sont des énoncés de faits ; relevant généralement de la description ou de la narration, ils sont d'emblée considérés valides et ne nécessiteraient pas de recherche supplémentaire. D'autres énoncés s'apparentent à des postulats : eux aussi considérés valides tels quels, ils désignent une structure logique, une relation de cause à effet, etc. Enfin, un grand nombre de propositions sont des hypothèses, c'est-à-dire que, malgré leur formulation à l'indicatif présent, elles constituent des conjectures dont la validité doit être vérifiée. Certaines hypothèses sont descriptives : c'est le cas lorsque l'énoncé porte sur une situation plus ou moins bien connue des chercheurs, dans son ensemble ou certaines de ses composantes, ou encore lorsqu'il porte sur l'ordre dans lequel se présentent les phénomènes et se déroulent les faits ; d'autres hypothèses sont explicatives, c'est-à-dire qu'elles prédisent une relation, d'implication, d'association, de causalité, etc.

Pour simplifier le propos, nous avons fréquemment regroupé plusieurs hypothèses voisines ; c'est le cas, notamment, lorsque deux variables indépendantes influent sur une même variable dépendante ou qu'une seule variable indépendante affecte plusieurs variables dépendantes. Les propositions qui doivent faire l'objet de vérification dans le cadre de la recherche et sont avancées comme hypothèses sont précédées, dans le texte, de la lettre *H* entre parenthèses et sont numérotées. Toutes ces hypothèses ne sont pas opératoires au sens où elles ne sont pas réfutables dans leur

⁵ Voir, par exemple, McQUAIL, D. et WINDAHL, S. *Communication models for the study of mass communications*. London : Longman, 1981 ou WILLETT, G. et al. *La communication modélisée : une introduction aux concepts, aux modèles et aux théories*. Ottawa : ERPI, 1992. Pour une présentation fouillée de la notion, voir THINÈS, G. et LEMPEREUR, A. *Dictionnaire général des sciences humaines*. Paris : Éditions universitaires, 1975. P. 603-607.

⁶ Cette réfutation peut se faire directement à travers les hypothèses ou indirectement par la mise en cause de la cohérence globale du modèle.

formulation actuelle. En effet, plusieurs ne sont pas suffisamment spécifiques ou précises ; toutefois, les précisions nécessaires pour assurer une spécificité optimale alourdiraient indûment le texte et pourront être apportées ultérieurement.

Ce modèle explicatif s'inscrit dans la démarche de vérification d'une théorie portant sur l'évolution du journalisme depuis son apparition jusqu'à nos jours. Pour comprendre le statut et la fonction du modèle, il est nécessaire de le situer par rapport à la théorie dont il s'inspire. Dans le premier chapitre, nous résumerons donc brièvement quelques éléments centraux de cette théorie. Le lecteur insatisfait de la concision de l'exposé, perplexe ou simplement intéressé, pourra se reporter à quelques-uns de nos travaux signalés en bibliographie. Dans le dernier chapitre, enfin, nous préciserons comment certains éléments de méthode et de théorie peuvent contribuer à la validité du modèle.

Chapitre 1

UNE THÉORIE DU CHANGEMENT DU JOURNALISME

Pour rendre compte d'un ensemble de pratiques aussi diversifiées que celles du gazetier du 17^e siècle, du pamphlétaire du 19^e siècle, du reporter du 20^e siècle, du chroniqueur ou du « blogueur » contemporains, il nous faut formuler une définition très générale. C'est à la recherche d'une définition satisfaisante, de notre point de vue, que nous nous emploierons dans un premier temps. Par ailleurs, expliquer le changement exige, d'une part, de distinguer les différentes dimensions de l'objet en changement et, d'autre part, les différentes causes possibles de ces changements. Nous avons dressé une liste non exhaustive de facteurs ou paramètres entrant dans cette explication du changement, soit comme effet, soit comme cause. Le dernier ensemble de propositions concerne les modalités ou les formes du changement.

Définition du concept de journalisme

Notre définition doit être suffisamment abstraite ou générale pour s'appliquer à toutes les situations qu'il est possible de désigner par le terme journalisme, quelles que soient les coordonnées spatio-temporelles retenues. La définition suivante pourrait satisfaire à ce critère : *le journalisme serait un ensemble institutionnalisé de pratiques discursives médiatisées visant la description ou la modification de l'environnement naturel et social*⁷.

Le journalisme est un type de discours et, plus spécifiquement, le processus de production de ce type de discours, c'est-à-dire les actions routinières posées en vue de produire une catégorie spécifique de messages. Ce discours a pour objet des référents réels, les événements du monde physique ou social, et vise leur description⁸ ou leur modification. En d'autres termes, l'intention énonciative des producteurs du discours est, soit de faire partager au destinataire un savoir qu'il ne possède pas déjà (comme dans les genres « nouvelle », « dossier » ou « analyse »), soit de le faire adhérer aux opinions du producteur du discours, voire de le persuader d'agir conformément à ces opinions (comme dans le genre « éditorial » ou dans le journalisme d'opinion du 19^e siècle). Pour caractériser adéquatement le journalisme, il faut aussi introduire l'idée de périodicité en précisant que cette production de discours doit être en phase plus ou moins étroite avec les événements qui en constituent les référents.

Les pratiques discursives qui constituent le journalisme ont un caractère institutionnel : elles obéissent à des règles, plus ou moins nombreuses, que les producteurs de messages respectent *de facto*, mais avec plus ou moins de rigueur et sans nécessairement s'en rendre compte ni pouvoir

⁷ Le passage suivant s'inspire étroitement de CHARRON, J. et DE BONVILLE, J. « Le journalisme ». In Lemieux, D. et al. (dir.) *Traité de la culture*. Québec : Éditions de l'IQRC, 2002. P. 889-907.

⁸ Ici, description inclut narration, qui serait la description d'une réalité en tant qu'elle s'étend dans le temps et non seulement dans l'espace.

les décrire explicitement. Ces règles ont pour effet de constituer un groupe, plus ou moins nombreux et organisé, de scripteurs professionnels⁹, que désigne aujourd'hui le terme *journaliste*.

Les règles qui, dans un temps et un lieu donnés, délimitent l'aire référentielle de ce type spécifique de discours (c'est-à-dire les sujets qu'il peut aborder) et en fixent la forme, prennent les propriétés d'un système, c'est-à-dire qu'elles varient les unes en fonction des autres, de sorte que l'ensemble présente une certaine cohérence. Par exemple, les règles pratiques, les conventions et les normes déontologiques qui régissent la nature des relations que les journalistes contemporains entretiennent avec les sources d'information n'existent pas indépendamment de la conception que les journalistes se font de leur rôle, du consensus ambiant relatif aux critères de sélection des nouvelles ou encore des conventions qui régissent la manière de rendre compte des événements dans un texte de nouvelle.

Ce système normatif conditionne les pratiques discursives du journalisme en même temps qu'il est issu d'elles ; il constitue en quelque sorte le moyen de production de ce discours. En ce sens, ces règles présentent un côté contraignant, certes, mais elles sont aussi habilitantes. Les journalistes apprennent à penser leur métier et à l'exercer non pas en cherchant à se conformer à un ensemble de normes abstraites, mais par l'imitation des pairs et, plus particulièrement, de ceux qui constituent, pour eux et pour la communauté, des modèles. C'est en ce sens qu'on peut dire que les règles émergent de la pratique plutôt que l'inverse. En revanche, dans le jeu du mimétisme, les journalistes disposent d'un espace pour innover et pour adapter stratégiquement leur pratique aux changements dans les conditions et l'environnement de cette pratique. L'innovation « réussie », c'est-à-dire celle qui opère efficacement une adaptation à de nouvelles conditions de la pratique, tend, par l'effet du mimétisme, à se figer plus ou moins dans une norme et à se constituer à son tour en orthodoxie. Ainsi le journalisme est une pratique culturelle qui, à travers une tension entre le conformisme et l'innovation, se transforme constamment et fondamentalement, bien que souvent de manière imperceptible.

Parler du journalisme comme d'un ensemble de « pratiques médiatisées » signifie que cet ensemble de pratiques discursives est lui-même subordonné à d'autres règles (généralement non discursives), lesquelles régissent la production du support matériel du discours et le fonctionnement des organisations qui servent d'intermédiaires entre les producteurs du discours et ses destinataires. Les règles applicables aux pratiques discursives et à la production des médias qui leur servent de support changent constamment sous l'influence d'une variété de facteurs, politiques, économiques ou sociaux. C'est pourquoi une certaine homologie existe entre les règles applicables au discours et celles qui concernent les médias : à un état spatio-temporellement donné des médias, à une structure particulière de médias, correspond, par un jeu constant d'innovation et d'adaptation, un ensemble particulier de pratiques discursives¹⁰. En conséquence, les facteurs (juridiques, culturels, techniques, mais surtout économiques) qui modifient substantiellement les conditions de fonctionnement des médias influencent pareillement, bien qu'indirectement, les pratiques discursives. Le sort du journalisme est donc indissociablement lié à celui des médias.

⁹ Nous retenons ce terme technique à la suggestion de H. Boyer, qui distingue *écriture* et *scription*, cette dernière étant le domaine de la rédaction conventionnelle, du prêt-à-écrire, par opposition à l'écriture, domaine de la créativité et de l'originalité (BOYER, H. « Scription et écriture dans la communication journalistique ». In Charaudeau, P. *La presse : produit, production, réception*. Paris : Didier Érudition, 1988. P. 71-92.

¹⁰ Voir sur ce thème CHARRON, J. et DE BONVILLE, J. « Le système de journaux : définition et modélisation du concept ». In Brin, C., Charron, J. et de Bonville, J. *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*. Québec : Presses de l'Université Laval, 2004. P. 219-241.

Pour désigner le système de règles qui rendent possible la production du discours journalistique, dans un cadre spatio-temporel donné, nous avons proposé la notion de « paradigme journalistique » ; un paradigme serait constitué des valeurs, croyances, conventions, modèles et présupposés qui font consensus dans la communauté journalistique dans un temps et un lieu donnés et qui définissent en somme l'appartenance à cette communauté. Nous reviendrons sur cette notion dans le dernier chapitre.

Nous considérons aussi le journalisme comme une pratique sociale *contingente*. Elle l'est dans un sens premier, en tant que forme de communication publique historiquement datée et qui ne se manifeste que dans un contexte social donné. Cette pratique est contingente aussi dans le sens où les formes qu'elle emprunte sont pour l'essentiel les conséquences de conditions socio-historiques extérieures à ces pratiques mêmes. Si le journalisme change, en effet, ces transformations ne s'expliquent pas uniquement par une logique de développement interne, mais surtout par des transformations dans son environnement social. Afin de saisir avec finesse et précision les interactions du journalisme et du contexte social, nous avons proposé de distinguer à l'intérieur de ces deux réalités un ensemble de quatorze facteurs¹¹. Le statut de ces facteurs dans les différentes propositions qu'il est possible de formuler au sujet du journalisme varie grandement. Ils peuvent y être présents ou en être absents ; s'ils sont présents, ils peuvent être considérés comme constantes ou comme variables, les facteurs absents étant implicitement réputés constants. Enfin, lorsque les différents facteurs sont traités comme des variables, ils jouent, selon le contexte propositionnel, le rôle de variables dépendante, indépendante, intermédiaire, etc. Nous considérons ces facteurs comme des paramètres parce qu'ils sont présents, sous ou une forme ou sous une autre, dans tous les contextes où le journalisme existe.

Facteurs servant à l'explication du changement dans le journalisme

Pour rendre compte de l'évolution du journal télévisé (JT par la suite), nous suggérons donc de considérer, en les spécifiant en fonction de l'objet JT¹², sept paramètres internes au média télévision lui-même et sept autres paramètres extérieurs aux médias. Les paramètres des trois premiers niveaux sont considérés dans cette recherche comme des variables dépendantes, dont nous voulons observer les variations dans le temps. Selon les hypothèses spécifiques qui s'y rapportent, les paramètres des autres niveaux seront considérés, soit comme variables intermédiaires, soit comme variables indépendantes¹³.

Les trois premiers niveaux représentent donc les variables dépendantes de la recherche.

Le **texte journalistique (1)** désigne le contenu et la forme des messages produits par les rédacteurs ou reporters et qui forment la base du JT ; ce paramètre comporte quatre dimensions :

¹¹ CHARRON, J. et DE BONVILLE, J. « Les mutations du journalisme : modèle explicatif et orientations méthodologiques ». In Brin, C., Charron, J. et de Bonville, J. *Nature et transformation du journalisme...* P. 87-120.

¹² Dans les propositions théoriques initiales (*ibid.*), les paramètres se présentent à un niveau de généralité plus grand.

¹³ Cette définition du statut des variables vaut pour le modèle explicatif en général ; toutefois, dans les hypothèses particulières, les facteurs sont susceptibles de jouer n'importe quelle de ces fonctions. En effet, le discours journalistique influence son environnement (idéologique notamment) comme il est influencé par lui et se trouve donc, selon le contexte propositionnel, variable dépendante ou variable indépendante.

(1a) sémantique (de quoi on parle et ce qu'on en dit), **(1b) syntaxique** (le registre et le style), **(1c) prosodique** (prononciation, intonation, débit, etc.) et **(1d) visuelle** (la mise en images).

Ce texte est lui-même incorporé dans un ensemble plus grand, le **texte « journalique » (2)** ; ce paramètre, qui désigne ici le JT lui-même, c'est-à-dire la manière dont les reportages sont collectivement présentés, ordonnés, mis en images, etc. dans un JT, comporte trois dimensions : **(2a) thématique** et **(2b) générique** (l'importance relative et la distribution des thèmes et des genres dans le JT), ainsi que **(2c) scénographique** (le dispositif du JT).

Ces textes sont le produit de **pratiques professionnelles (3a)** de collecte, de production et de traitement de l'information et des **(3b) moyens techniques** mis au service de ces pratiques.

Ces pratiques sont prises en charge par des acteurs sociaux désignés génériquement par le terme **journalistes (4)** ; il s'agit principalement, dans le cas du JT, **(4a)** de spécialistes de différentes opérations à dominante cognitive (reporters, chercheurs, lecteurs ou présentateurs, réalisateurs, etc.) ou **(4b)** à dominante technologique (caméramans, monteurs, etc.). Les caractéristiques des journalistes (formation, origine sociale, statut, conception de rôle, identité, etc.) et leurs pratiques évoluent en phase avec les transformations générales de leur environnement professionnel, proche ou lointain.

Les journalistes oeuvrent dans des **entreprises médiatiques (5)**, en l'occurrence des sociétés de radiodiffusion ; ce paramètre comporte deux dimensions : **(5a) l'entreprise** en tant que telle, qui partage avec les autres entreprises les mêmes préoccupations de rentabilité et de gestion, assumées par différents acteurs (administrateurs, comptables, publicitaires, etc.), et une **(5b) dimension rédactionnelle** ou journalistique, qui renvoie à sa fonction spécifique d'information, confiée à la rédaction. Ce paramètre représente l'environnement immédiat des journalistes ; c'est par le biais des interactions entre ces deux dimensions et de la dynamique interne de l'organisation, inscrite dans des politiques formelles ou informelles, que sont médiatisés les principaux facteurs externes (le public, la concurrence, le marché publicitaire, la cadre juridique, etc.) qui conditionnent et transforment la pratique du journalisme.

La **production médiatique (6)** comprend l'ensemble des messages, toutes catégories et tous genres confondus, produits ou diffusés par les **médias (7)** (l'ensemble des entreprises médiatiques assurant la production de toutes les catégories de messages). Le discours de presse, avant d'être spécifiquement journalistique est, d'abord, médiatique. Son évolution ne peut se comprendre en dehors de celle de l'ensemble des discours médiatiques, y compris ceux qui relèvent de la fiction ou du divertissement, dont il subit forcément l'influence directe ou indirecte.

Dans le processus de production de l'information, les journalistes entrent en relation avec des **sources d'information (8)**, c'est-à-dire l'ensemble des acteurs sociaux qui font en sorte que les médias diffusent (ou ne diffusent pas) leurs messages ou les messages les concernant. Le paramètre comporte deux dimensions : les **(8a) sources endogènes** au système médiatique (particulièrement les agences de presse, dont l'influence sur le JT s'est atténuée à mesure que les techniques de collecte et de télécommunication ont donné plus d'autonomie aux réseaux) et **(8b) l'influence exogène** des personnes ou des institutions qui, de l'extérieur du système médiatique, acheminent aux journalistes des messages ou encore qui agissent dans le but d'influer sur les

messages qu'ils produisent.

L'entreprise médiatique est tributaire, dans son fonctionnement, de **sources de financement (9)**, qui comprennent les annonceurs, les consommateurs, l'État (par divers mécanismes de financement public) et, dans certains cas, le mécénat privé.

Le **public (10)**, source directe ou indirecte de financement en radiodiffusion, est aussi le destinataire du discours journalistique ; à ce titre, il constitue une condition de production de ce discours.

Les caractéristiques socioculturelles du public auquel s'adressent les journalistes, ses **pratiques culturelles et ses valeurs (11)** conditionnent les stratégies commerciales des entreprises de radiodiffusion et les stratégies discursives des journalistes.

Ces caractéristiques du public sont elles-mêmes façonnées par les **institutions socioculturelles (12)** (la famille, l'École, la religion, etc.).

Enfin, les paramètres des niveaux précédents sont tributaires de l'organisation **du système politique (13a)**, qui est celui d'une démocratie libérale fonctionnant selon les principes du parlementarisme de type britannique, **et du cadre légal (13b)**, en vertu duquel l'exploitation des ondes radioélectriques et la télédistribution des signaux numériques et audiovisuels sont étroitement réglementées par l'État.

L' **état de développement (14a)** et le **mode de fonctionnement de l'économie (14b)** ainsi que la **(14c) configuration technique** qui y est associée influent aussi plus ou moins directement sur les paramètres centraux, désignant les différentes dimensions du journalisme tel qu'entendu par le sens commun. Le journal télévisé, sous quelque forme qu'il se présente, suppose un niveau élevé de développement économique et technique. Par ailleurs, l'évolution de la configuration technique d'une part, les stades de développement et la conjoncture économiques d'autre part affectent de manière fine son évolution.

Formes et modalités du changement dans le journalisme

L'interaction de ces différents paramètres entraîne, selon nous, deux grands types de changement : changement normal et mutation paradigmatique¹⁴.

L'idée de changement « normal » voudrait que le journalisme change du seul fait de la pratique comme c'est le cas de la langue, dont le simple usage modifie progressivement les règles. En tant que pratique discursive, le journalisme implique un *potentiel* de signification, selon l'expression de M.A.K. Halliday¹⁵, qui permet la création de « différences » à plusieurs niveaux comme le contenu

¹⁴ Le passage suivant s'inspire de CHARRON, J. et DE BONVILLE, J. « Éléments d'un modèle théorique du changement dans le journalisme ». In Brin, C., Charron, J. et de Bonville, J. *Nature et transformation du journalisme...* P. 57-85.

¹⁵ HALLIDAY, M.A.K. *Language as social semiotic : the social interpretation and meaning*. London : Edward Arnold,

thématique (l'actualité change), le propos (son traitement change), le style, etc. à défaut de quoi le texte journalistique serait dépourvu de pertinence parce qu'uniforme et redondant. Ces « différences », nécessaires à l'énonciation de l'information et à l'expression de la distinction entre médias et entre journalistes, peuvent être des effets à court terme s'évanouissant avec leurs causes (à savoir les situations rapportées), mais elles peuvent aussi perdurer au-delà du contexte où elles se sont manifestées. Si elles perdurent dans la même direction, ces « différences » peuvent entraîner des modifications dans les cognitions des destinataires, du public : elles rendent compte, par exemple, de l'apparition des stéréotypes ou des changements dans l'opinion publique. Elles peuvent aussi entraîner des inflexions plus ou moins sensibles dans les règles même de la pratique, mais la configuration globale demeure relativement stable et reconnaissable.

À ce type de changement, que nous appelons *changement normal*, s'en ajoute un second qui désigne une transformation si importante dans la configuration même des règles et des ressources de la pratique professionnelle que le produit qui en résulte n'est plus reconnaissable comme du « journalisme ». La forme ou la structure du discours changent à ce point que les journalistes éprouveraient un sentiment subjectif d'incompétence s'ils produisaient un message (des textes journalistiques et un texte journalique, le JT) doté des caractéristiques « anciennes ». Ainsi, les membres de l'équipe responsable du *Téléjournal* de Radio-Canada auraient sans doute l'impression de mériter le congédiement si, collectivement, ils produisaient aujourd'hui une édition de ce programme possédant les caractéristiques qu'il affichait en 1965. Le fait, en tout cas, causerait sans doute un profond émoi dans la confrérie et susciterait la réprobation de la direction de la Société. Nous considérons une telle métamorphose du discours journalistique et de la configuration des règles servant à sa production comme une *mutation paradigmatique*.

Le changement normal découle de l'application routinière des règles de pratique à un environnement changeant par une communauté de journalistes en situation d'émulation plus ou moins forte à l'intérieur d'un marché médiatique plus ou moins concurrentiel. Plus les changements sont nombreux à l'intérieur de ces différents paramètres, plus le changement normal est rapide. Le changement de type paradigmatique, quant à lui, est la conséquence de transformations profondes dans l'un ou l'autre des paramètres exogènes, politique ou économique par exemple. L'origine de ce type de changement doit être recherchée à l'extérieur du contexte étroit de la pratique journalistique (bien qu'il doive être médiatisée par cette dernière). Dans le cas du JT, par exemple, une mutation paradigmatique pourrait être la conséquence d'une modification substantielle dans la réglementation de la télévision (paramètre 13) ou d'un changement en profondeur des conditions de financement de la télévision (ou, plus spécifiquement, de l'information télévisée) à la suite des décisions de différents bailleurs de fond, en particulier le gouvernement (paramètres 13 et 14).

Pour nous guider dans l'étude des changements paradigmatiques du journalisme, nous avons construit quatre idéal-types très généraux de journalisme et associé ces formes de journalisme à des contextes socio-historiques typiques. Rappelons, pour mémoire, ces hypothèses sans chercher à les justifier, ce qui nous entraînerait dans des développements qui dépassent largement le cadre de ce document et qui, par ailleurs, seraient redondants par rapport à nos autres travaux, au risque, toutefois, qu'elles présentent, isolées de leur contexte, un caractère péremptoire, voire dogmatique. Le cas échéant, nous invitons le lecteur à se reporter à ces travaux¹⁶.

1986. P. 27-28.

¹⁶ En particulier, CHARRON, J. et DE BONVILLE, J. « Les mutations du journalisme : modèle explicatif et orientations méthodologiques ». *Nature et transformation du journalisme...* et, en ce qui concerne les deux dernières hypothèses, CHARRON, J. et DE BONVILLE, J. « Le paradigme du journalisme de communication : essai de

Première hypothèse : le journalisme de transmission, qui se maintient jusqu'au début du 18^e siècle, est la forme de journalisme associée à une société rurale, dont l'économie, basée sur l'agriculture, l'artisanat et le commerce, est contrôlée par le pouvoir politique ou ses détenteurs.

Deuxième hypothèse : le journalisme d'opinion, qui se maintient jusqu'à la fin du 19^e siècle, est la forme de journalisme associée à une société majoritairement rurale, dont l'économie, basée sur l'agriculture, l'artisanat et le commerce, repose sur l'initiative relativement libre d'acteurs individuels.

Troisième hypothèse : le journalisme d'information, apparu au début du 20^e siècle et qui serait entré en crise depuis quelques décennies, est la forme de journalisme associée à une société majoritairement urbaine et dont la structure économique s'appuie sur la production, par de grandes entreprises industrielles, de biens d'équipement domestique et de biens de consommation courante.

Quatrième hypothèse : le journalisme de communication, actuellement en émergence, est la forme de journalisme associée à une société très fortement urbanisée et dont la structure économique s'appuie sur la consommation intensive et sur les activités du secteur tertiaire, particulièrement de loisir.

À l'évidence, le journal télévisé se situe à la charnière des deux dernières formes de journalisme : à son origine, il s'apparente à du journalisme d'information, mais il en vient à afficher plusieurs traits du journalisme de communication. Le premier se caractérise par l'insistance accordée à la représentation objective, pour ainsi dire transparente, de la réalité, tandis que le second s'en distingue notamment par son souci de communiquer avec le public et par la tendance du journaliste à se mettre lui-même en évidence. Quant au journalisme télévisé, il subit sans doute l'effet des changements dans le journalisme, mais plusieurs prétendent en outre qu'il contribue fortement à la transformation du journalisme en général.

définition ». *Communication*. Vol. 17, no 2 (1996). P. 51-97 et CHARRON, J. et DE BONVILLE, J. « Le journalisme et le marché : de la concurrence à l'hyperconcurrence ». *Nature et transformation du journalisme...* P. 273-316.

CHAPITRE 2

L'ÉVOLUTION DU JOURNAL TÉLÉVISÉ

Le demi-siècle d'histoire du journal télévisé a été divisé en cinq périodes d'égale longueur. Différents événements politiques, économiques, culturels ou sociaux, pourraient justifier des coupures différentes. Nous adopterons éventuellement une périodisation plus pertinente et plus précise. Pour le moment, ce découpage permet de mettre l'accent sur les principales caractéristiques de l'évolution du journal télévisé. Plusieurs propositions qui concernent des phénomènes à long terme figurent sous une seule décennie bien qu'elles puissent généralement s'appliquer à plusieurs des décennies subséquentes ou précédentes. Nous nous en tenons aux nouveautés de chaque décennie, sauf lorsqu'un phénomène déjà ancien continue de jouer un rôle déterminant ou acquiert une importance beaucoup plus grande.

Au Canada, l'évolution du journalisme, à la radio et à la télévision, est profondément influencée par la situation géopolitique du pays. Le statut politique du Canada (colonie britannique constituée en confédération de provinces dans lesquelles vivent deux groupes linguistiques importants), les conditions économiques du fonctionnement du système de radiodiffusion, la proximité du pays le plus riche et le plus puissant du monde en même temps que le plus grand pourvoyeur de spectacles de tous les temps, sont autant de facteurs qui doivent être constamment pris en considération.

Au moment où la radio est apparue et s'est établie, dans les années 1920, sur le plan diplomatique, officiellement, le Canada dépend encore de la Grande-Bretagne. Ce sont les représentants britanniques, par exemple, qui signent les traités internationaux liant le Canada en matière de radiocommunication. La Grande-Bretagne exerce encore une grande influence culturelle sur les élites canadiennes et lui fournit un modèle de système de radiodiffusion dont les autorités politiques s'inspirent explicitement. Dans ce système, une société d'État, indépendante du gouvernement, offre à l'ensemble de la population une programmation radiophonique (et plus tard télévisuelle) diversifiée et « de qualité ».

Toutefois, dès les débuts de la radiodiffusion, cette influence de la Grande-Bretagne est tempérée par la présence envahissante des radios américaines. Le système américain, entièrement fondé sur une économie de marché, inspire des entrepreneurs canadiens qui parviennent à faire reconnaître leur légitimité par le gouvernement. Ainsi, va se développer une industrie privée de la radiodiffusion, entièrement financée par les recettes publicitaires. Quant au financement du radiodiffuseur public (Canadian Broadcasting Corporation / Société Radio-Canada), il provient principalement, selon les époques, des subventions de l'État et de la publicité¹⁷.

¹⁷ Sauf lorsque le contraire est explicitement mentionné, les propositions de ce texte concernent la SRC et son équivalent anglais, CBC.

(H_1)¹⁸ La pratique du journalisme, à la radio et à la télévision, subit donc l'influence des structures économiques et politiques de l'industrie des médias. (H_2) Au sein de cette industrie, l'évolution du poids relatif de la radiotélévision publique et des radiotélévisions privées détermine dans une large mesure la force d'attraction des modèles de journalisme qu'elles proposent respectivement. (H_3) Au moment où la télévision apparaît au Canada, en 1952, le modèle de la radio publique demeure dominant.

Les origines (1952-1962)¹⁹

La Seconde Guerre mondiale a relancé l'économie canadienne, que la crise économique avait profondément déprimée. Cependant, si l'appareil industriel fonctionne à plein régime, c'est pour soutenir l'effort de guerre du pays et non pour satisfaire les besoins des consommateurs, obligés de se priver pour assurer la « Victoire ». Au moment de l'inauguration de la télévision, en 1952, l'industrie des médias sort donc d'une période de vaches maigres de près de deux décennies. Pendant les trois décennies suivantes, malgré des épisodes de dépression, la croissance économique favorise une importante augmentation du salaire réel et introduit une proportion croissante des Canadiens et des Québécois dans la « société de consommation ».

Ces décennies sont aussi marquées par les conséquences à long terme de l'augmentation subite et très forte du taux de natalité dans l'immédiat après-guerre. La cohorte disproportionnée des enfants nés entre 1945 et la fin des années 1950 pèsera lourdement sur la situation politique, économique et culturelle du Québec. Ce sont les enfants des années 1950, les adolescents et jeunes adultes des années 1960, les jeunes cadres et travailleurs spécialisés des années 1970, les jeunes ménages aspirant à plus de confort dans les années 1980, les jeunes retraités des années 2000. (H_4) Leurs décisions économiques et leurs choix culturels auront eu des conséquences profondes sur l'évolution des médias. (H_5) La programmation de la radio et de la télévision aura sans cesse cherché à s'adapter à leurs préférences. (H_6) Leur arrivée massive dans une industrie des médias en pleine expansion leur aura permis d'influencer profondément son évolution.

Sur le plan sociopolitique, dans les années 1950, le Québec demeure sous la gouverne d'élites conservatrices. Un parti politique de droite, antisyndical et favorable à la présence massive du capital américain dans l'économie nationale, autonomiste sur le plan constitutionnel et professant un nationalisme chauvin et défensif, se maintient au pouvoir durant les trois lustres de l'immédiat après-guerre. Ce parti, l'Union nationale, jouit de l'appui de la fraction conservatrice du clergé, lequel exerce des responsabilités importantes en matière d'éducation et de santé. Bien qu'en déclin, la

¹⁸ Cette hypothèse complexe est formulée à un niveau de généralité qui rend impossible sa vérification. D'autres hypothèses plus spécifiques pourraient être formulées dès à présent ou seront introduites plus loin dans le texte. Plus précisément, il faudrait identifier les éléments spécifiques de la structure politique et de la structure économique qui influent sur le journalisme et les aspects précis de la pratique affectés par ces éléments. Par ailleurs, l'énoncé comporte plusieurs propositions qui constituent autant d'hypothèses ; celles-ci s'articulent autour de deux variables dépendantes (journalisme à la radio, journalisme à la télévision) et deux variables indépendantes (structure politique, structure économique). Par souci d'accroître la lisibilité du texte, nous avons ainsi souvent regroupé des hypothèses voisines. Lorsque les facteurs en question possèdent une capacité d'influence générale, nous n'avons pas jugé opportun, comme nous l'avons mentionné plus haut, de spécifier l'hypothèse pour la rendre directement réfutable.

¹⁹ Notre propos dans ce chapitre n'étant pas de faire l'historique des changements, mais plutôt d'en proposer la schématisation la plus vraisemblable, il n'y a pas lieu de faire état des éléments de bibliographie disponibles.

pratique religieuse demeure très forte et assure le maintien de l'influence cléricale. La domination des élites conservatrice et cléricale ne va pas sans partage évidemment. De nombreux groupes sociaux (les syndicats par exemple) ou culturels (de nombreux universitaires et les artistes signataires du manifeste *Refus global* par exemple) rejettent les prétentions hégémoniques des élites traditionnelles. Le Parti libéral (du Canada et du Québec) accueille un bon nombre de ces contestataires et leur servira de tremplin au début des années 1960. Or, au Canada, la radiodiffusion relève du gouvernement fédéral. (H_7) En conséquence, sur le plan culturel, la radio et la télévision de langue française ne sont pas l'expression du conservatisme social et culturel des élites québécoises. Leur programmation reflète plutôt le compromis qu'impose la rencontre des idées novatrices des « artisans » de la radiotélévision et des attentes inhibées du public (ou plutôt de la perception des attentes du public entretenue par les « artisans »)

(H_8) La majorité des responsables de la télévision ont été socialisés, sur le plan professionnel, dans les années 1930 et 1940. En conséquence, leur conception de la radiotélévision porte le sceau de l'influence britannique (primauté du service public c'est-à-dire de l'*intérêt public*), auquel se superpose, jusqu'à progressivement l'oblitérer, celui du modèle américain (primauté de l'*intérêt du public*). Au moment de la mise en place de la télévision canadienne par la Société Radio-Canada en 1952, (H_9) dans la conception que ses responsables se font du nouveau média, l'information apparaît comme une composante essentielle de la programmation. Comme (H_{10}) il n'existe encore aucune règle spécifique de production de l'information télévisée, (H_{11}) les responsables doivent les élaborer au jour le jour.

Pour ce faire, plusieurs sources d'inspiration s'offrent à eux. La Société Radio-Canada dispose déjà d'une expérience de plus d'une dizaine d'années en matière d'information radiophonique. (H_{12}) Des règles journalistiques spécifiques à la radio ont été mises au point, (H_{13}) lesquelles pourront en partie être adaptées à la télévision. Comme à la radio, l'information télévisée doit se déployer dans le temps et occuper un créneau horaire particulier. À la différence de la radio, cependant, la télévision peut illustrer la narration journalistique. Toutefois, (H_{14}) les moyens techniques à la disposition des premiers responsables du journal télévisé demeurent rudimentaires si bien que, pour l'essentiel, (H_{15}) ce programme s'apparente beaucoup à un journal radiophonique, à la seule différence que l'on voit (à partir de 1955) le lecteur des nouvelles. Le (H_{16}) service des nouvelles télévisées dépend aussi pendant plusieurs années des mêmes responsables que les nouvelles radiophoniques et il en subit l'influence.

Les premiers responsables de la programmation s'inspirent aussi des expériences étrangères en la matière. Les télévisions britannique et américaine diffusent des informations depuis déjà quelques années, et (H_{17}) les futurs gestionnaires de la télévision canadienne ont eu l'occasion d'en observer le fonctionnement. Toutefois, à son origine, (H_{18}) la télévision canadienne dispose de beaucoup moins de ressources (matérielles, humaines et financières) que ces modèles étrangers. Par ailleurs, (H_{19}) la culture de la CBC, pendant anglais de la Société Radio-Canada, s'est longtemps nourrie à des racines britanniques si bien que (H_{20}) le modèle de la BBC s'avère le plus influent.

(H_{21}) Les moyens techniques et financiers à la disposition des responsables du JT ne leur permettent pas de « suivre l'actualité » d'aussi près que les journalistes de la presse ou de la radio. (H_{22}) Le journal télévisé contient donc, de manière générale, ce qui « parvient » aux responsables du JT plutôt que ce qu'ils sont en mesure de collecter eux-mêmes. (H_{23}) Le contenu verbal provient des médias écrits (journaux et agences de presse), et le contenu visuel des agences d'actualités filmées. (H_{24}) Le contenu verbal rend compte de l'ensemble de l'actualité, sans délai important et sans contrainte thématique incompatible avec la nature du JT. Toutefois, (H_{25}) le contenu visuel est

fonction des aléas de l'« arrivage » d'images plutôt que de l'intérêt intrinsèque des événements représentés.

Le (H_{26}) film procure à la télévision ses premières images animées, et (H_{27}) les actualités cinématographiques fournissent aux responsables de l'information télévisée un premier modèle de reportage visuel (d'où le titre d'un programme : *Actualités filmées*), lequel s'inspire évidemment de principes de traitement cinématographique de l'image. Au début, d'ailleurs, le lecteur des nouvelles n'est pas visible. On l'entend, en voix *off*, commenter les images filmées qui défilent à l'écran comme c'est le cas des actualités, au cinéma.

Comme la Société Radio-Canada exerce un monopole d'émission et (H_{28}) dessert un auditoire qui n'a qu'un faible accès à des programmes d'origine américaine, elle dispose d'un certain délai pour mettre en place les nouveaux genres télévisuels. (H_{29}) Elle bénéficie en outre de la bienveillance d'un public fasciné par le nouveau média et encore peu critique à son endroit. Dans (H_{30}) ce contexte expérimental, quelques années sont nécessaires pour que (H_{31}) le journal télévisé s'institutionnalise (c'est-à-dire que deux éditions quotidiennes répondant à une formule établie, d'une durée déterminée et satisfaisante, ne soient diffusées, à heures fixes).

(H_{32}) Dans la conception dominante à l'époque, (H_{33}) la radio et la télévision sont des médias de « spectacle »²⁰, assimilables aux arts de la scène. Conséquemment, (H_{34}) les présentateurs du journal télévisé sont recrutés parmi les annonceurs et leurs occupations ne se limitent pas à la présentation du journal radiophonique ou télévisé. (H_{35}) Les journalistes affectés au journal télévisé assument exclusivement des tâches de rédaction ; c'est pourquoi on ne les entend pas et on ne les voit pas à l'écran.

(H_{36}) Les conditions techniques de collecte de l'information et (H_{37}) l'insuffisance des ressources matérielles posent des limites très contraignantes à la quantité et à la variété d'information qu'il est possible de couvrir de manière autonome. (H_{38}) Le contenu du journal télévisé demeure donc très largement tributaire des autres médias : presse, agences de presse, actualités cinématographiques, radio. (H_{39}) La proportion d'information originale recueillie et mise en forme par les journalistes demeure faible.

(H_{40}) La distinction administrative entre « nouvelles » et « affaires publiques », importée de Grande-Bretagne, impose des règles professionnelles et des normes déontologiques. Plus particulièrement, les commentaires et opinions doivent être absolument exclus des nouvelles parce qu'il s'agit du domaine exclusif des affaires publiques. (H_{41}) Dans le traitement des questions litigieuses, l'impartialité est impérieuse, et une conception stricte de l'objectivité inspire l'ensemble des reportages. (H_{42}) Dans les années 1950, les affaires publiques, à la télévision comme à la radio, obéissent à des intentions fondamentalement civiques, voire éducatives, lesquelles excluent la critique ouverte et systématique des autorités politiques et des élites sociales.

²⁰ Au sens étymologique, où leur contenu, y compris l'information, est organisé pour être *montré* (entièrement, comme à la télévision, ou partiellement, comme à la radio) et que les formes de présentation s'apparentent à celles du spectacle.

L'arrivée de la concurrence (1962-1972)²¹

Journalistes et historiens utilisent l'expression « Révolution tranquille » pour désigner les transformations socioculturelles que connaît le Québec dans les années 1960. La plupart des sociétés industrialisées dotées d'institutions « démocratiques » expérimentent des changements semblables à la même époque. Le caractère révolutionnaire du phénomène, au Québec, tient au fait que ces changements bousculent et font s'écrouler un édifice culturel sans doute verrouillé mais encore massivement présent. Il tient aussi au fait qu'à une politique économique et sociale particulièrement conservatrice, succède une politique de rattrapage, novatrice sur plusieurs plans. La seule énumération des mesures serait trop longue. En gros, toutefois, il est possible de les résumer ainsi : sécularisation et démocratisation du système d'éducation de manière à ce que les jeunes Québécois accèdent en plus grand nombre à l'enseignement secondaire et post-secondaire ; intervention massive de l'État dans l'économie afin d'accroître la mainmise des Québécois sur leur économie et de favoriser la montée d'une élite économique nationale ; train de mesures sociales visant, à terme, un accès universel et gratuit aux soins de santé et une distribution plus équitable des revenus de l'État.

Ces changements politiques et économiques s'opèrent à l'initiative d'une élite politique et culturelle née dans le premier quart du siècle et socialisée entre les deux guerres. Elle propose en même temps ses valeurs sociales et culturelles, en rupture avec le cléricisme et le traditionalisme des années 1950. La génération du « baby boom », quant à elle, même si elle épouse un grand nombre de revendications sociales et politiques de ses aînés, n'est pas entièrement en phase avec les valeurs morales, sociales et culturelles de ces derniers. Elle est plus réceptive qu'eux à des comportements naguère illicites : liberté des relations sexuelles, liberté de religion (dans le sens nouveau de liberté de pratiquer ou de ne pas pratiquer une religion), vogue du rock'n'roll et des modes musicales qui s'en inspirent, relâchement des règles vestimentaires, valorisation du « joual »²². Elle adhère aussi plus fortement à l'objectif d'indépendance nationale proposé par plusieurs mouvements et partis politiques à partir de la fin des années 1950.

(*H₄₃*) L'éclosion d'une culture « jeune » est favorisée par l'accession des jeunes à la société de consommation. (*H₄₄*) Leur pouvoir d'achat demeure faible, mais comme (*H₄₅*) il se concentre dans le domaine des biens culturels (le budget familial pourvoyant à l'essentiel des besoins), (*H₄₆*) il exerce une influence non négligeable sur les industries de la culture et des communications, qui connaissent un vigoureux essor dans les décennies de l'après-guerre. L'adhésion des jeunes aux revendications nationalistes donne de la vigueur à l'expression culturelle de l'identité québécoise. En retour, la littérature, la chanson, le cinéma d'origine québécoise sont valorisés par les jeunes et, avec des réserves, par l'élite culturelle.

L'affluence économique, qui pousse le salaire réel vers des sommets jamais atteints, exerce un effet cumulatif sur la production culturelle. Plus particulièrement, la forte hausse des dépenses publicitaires entraîne une augmentation et une diversification de l'offre médiatique grand public, (*H₄₇*) en particulier dans les secteurs liés à la consommation et aux loisirs.

²¹ Étant donné que la périodisation n'est qu'indicative et pour insister sur son caractère non exclusif, nous découpons les périodes de manière à ce qu'elles se chevauchent à leurs extrémités.

²² Sociolecte des milieux populaires montréalais, stigmatisé par l'élite culturelle.

La télévision, qui a frappé l'imaginaire des Québécois dans les années 1950, s'est banalisée à mesure que son auditoire s'élargissait et que sa programmation s'étendait. La concurrence avec les chaînes américaines a obligé CBC à offrir des programmes toute la journée plus tôt que son équivalent de langue française, la SRC ; mais cette dernière effectue son rattrapage à l'occasion de l'inauguration de la première chaîne privée de langue française. Au début des années 1960, la télévision, toutes chaînes confondues, rejoint tout son auditoire potentiel.

Au moment de la mise en place du réseau de télévision dans les années 1950, la télévision privée joue, en matière d'information, un rôle marginal et complémentaire à celui de la télévision publique. Les stations privées²³ ne sont autorisées à diffuser que des nouvelles locales, qui complètent le journal national de la télévision publique. À partir de 1961, la constitution de réseaux privés est autorisée. Un réseau de langue anglaise (CTV) entre immédiatement en fonction. Un second réseau, de langue française, se constitue aussi en 1972, autour de la station montréalaise Télé-Métropole. Pendant les années 1960, toutefois, cette station privée soumet Radio-Canada à une vive concurrence. Les cotes d'écoute de cette dernière chutent brutalement. (*H₄₈*) La société d'État s'adapte à ce contexte de concurrence en modifiant le contenu, le style et le ton de sa programmation de manière à les rendre plus populaires.

(*H₄₉*) Les chaînes privées accordent plus d'importance que le radiodiffuseur public à des thèmes qui soulèvent l'intérêt du public (les faits divers et les nouvelles locales, en particulier). Mais comme elles disposent de moins de ressources, (*H₅₀*) elles ne peuvent produire, au début, un journal télévisé qui rivalise en qualité avec celui de la télévision publique. Celle-ci n'est donc pas contrainte de s'adapter immédiatement à cette concurrence.

La première génération socialisée (socialisation primaire) par la télévision parvient à l'âge adulte durant les années 1960. Cette cohorte très nombreuse constitue une part de plus en plus importante du public des médias. (*H₅₁*) Conscients de ces changements démographiques, (*H₅₂*) les responsables de la programmation télévisuelle proposent à ce jeune auditoire des programmes au contenu et, surtout, au ton différents. Par ailleurs, (*H₅₃*) de plus en plus de personnes accédant à des postes de responsabilité dans les médias ont été socialisés, sur le plan professionnel, dans les années 1950 ; (*H₅₄*) ces personnes sont plus réceptives aux changements induits par la généralisation de la télévision (dans les relations interpersonnelles, dans les habitudes de loisir, etc.) et en phase avec les valeurs secrétées par la société de consommation (relativisme culturel, liberté de style, etc.). (*H₅₅*) À court terme, le journal télévisé demeure peu touché par ces changements. (*H₅₆*) À la longue, toutefois, ces changements dans la programmation générale influenceront sur le style des programmes d'information. (*H₅₇*) Parce que leurs responsables ne sont pas soumis aussi rigoureusement que ceux du journal télévisé aux obligations d'impartialité et d'objectivité, les programmes d'affaires publiques présentent plus fréquemment des reportages plutôt que de se cantonner dans des débats en studio (*H₅₈*) comme c'était le cas dans les années 1950 ; (*H₅₉*) ils abordent plus directement des sujets controversés et (*H₆₀*) adoptent un style et un ton plus libres, (*H₆₁*) dont s'inspireront les journalistes du JT au cours de la décennie suivante. (*H₆₂*) Exposés quotidiennement à la télévision américaine, (*H₆₃*) les responsables des programmes d'information et d'affaires publiques délaissent la tradition britannique, (*H₆₄*) dont les défenseurs parviennent au terme de leur carrière. (*H₆₅*) La notoriété des journalistes affectés aux affaires publiques se trouve

²³ À l'origine, les stations de télévision privées sont obligatoirement affiliées au réseau de Radio-Canada et en diffusent une partie de la programmation, notamment le journal contenant des informations nationales et internationales, qu'elles peuvent compléter par des nouvelles locales. Dans les années 1960, certaines stations locales sont autorisées à quitter le réseau de Radio-Canada (pour éventuellement former un réseau privé), tandis que d'autres stations continuent d'appartenir au réseau public.

renforcée du fait de la popularité de ces nouvelles formules (ou (H_{66}) de l'accent nouveau mis sur ces formules).

(H_{67}) Alors qu'au cours de la décennie précédente, du fait de la nouveauté et de la lourdeur technique du nouveau média, les responsables techniques jouent un rôle prépondérant, (H_{68}) dans les années 1960, les améliorations techniques du matériel de production permettent au personnel de réalisation d'acquiescer plus d'autonomie et d'autorité. (H_{69}) Bénéficiant eux aussi de ces améliorations et s'appuyant sur leur plus grande notoriété, les journalistes, (H_{70}) qui forment progressivement un véritable réseau national, (H_{71}) réclament plus de responsabilités dans le journal télévisé et (H_{72}) obtiennent que la présentation du journal leur soit confiée plutôt qu'à des annonceurs comme cela était le cas depuis les débuts de la télévision. (H_{73}) Cette tendance se manifeste d'abord au réseau anglais (CBC), puis se communique au réseau français (SRC) au début des années 1970. (H_{74}) Ce changement dans les catégories de personnel s'accompagne à court terme d'une adaptation du rôle du présentateur du journal télévisé, (H_{75}) qui s'apparente davantage à l'*anchorman* des réseaux américains qu'au traditionnel lecteur de nouvelles.

L'entrée en scène de nouveaux acteurs : un nouveau style de présentation et plus de reportages (1972-1982)

Malgré de courts épisodes de ressac et d'importantes difficultés d'approvisionnement pétrolier, la période de croissance et d'affluence économiques se poursuit. Le mouvement syndical en profite pour hausser ses exigences. Dans l'industrie des médias, (H_{76}) les revendications syndicales s'expriment d'autant plus bruyamment qu'elles sont prises en charge par un effectif beaucoup plus jeune. (H_{77}) Ce contexte de remise en question des règles socio-économiques et professionnelles est propice à l'expérimentation dans l'offre médiatique et dans la pratique journalistique.

Avec la généralisation de la consommation de produits culturels, (H_{78}) les valeurs culturelles gagnent de l'importance par rapport aux autres domaines axiologiques (religion, politique, travail). (H_{79}) Le public devient de plus en plus conscient du caractère contingent de ses pratiques culturelles et de ses valeurs. Même la télévision se trouve *de facto* relativisée : son auditoire se fragmente, et elle n'atteint, même aux heures de grande écoute, qu'une minorité de la population. (H_{80}) Les valeurs liées à l'accomplissement et au bonheur individuels se généralisent dans l'ensemble de la population. (H_{81}) Les effets de la révolution culturelle sur les modes, les comportements individuels et collectifs, les modes d'adresse dans les relations interpersonnelles et sociales, transforment profondément le rapport à la norme. Le phénomène touche les médias eux-mêmes, dans la mesure où ils doivent demeurer en phase avec leur public (à défaut de quoi, ils risquent la désaffection de ce public). (H_{82}) La généralisation de pratiques et de valeurs considérées comme marginales ou déviantes les fait apparaître comme un référent légitime aux journalistes et aux responsables du journal télévisé. (H_{83}) L'adaptation se produit d'autant plus facilement que la génération de l'immédiat après-guerre assume de plus en plus de responsabilités dans les médias.

(H_{84}) La prise en charge, par les journalistes, du journal télévisé, y compris de sa présentation, entraîne progressivement des changements dans le dispositif télévisuel, qui devient beaucoup plus diversifié. (H_{85}) Le réalisateur exerce une influence moins grande sur le contenu et la présentation du journal télévisé. (H_{86}) En revanche, le rôle du présentateur est plus actif que celui que jouait naguère le lecteur de nouvelles. (H_{87}) Faisant partie du même groupe professionnel que les journalistes, le présentateur se considère habilité à intervenir sur les nouvelles qu'il présente. (Par

exemple, il peut donner son avis sur l'ordre de présentation, voire sur le contenu, des nouvelles.) (*H₈₈*) Jouissant d'un statut élevé dans l'équipe du journal télévisé, il obtient que son caractère de « professionnel de l'information » transparaisse dans le dispositif télévisuel. (Par exemple, il s'entretient avec les reporters qui sont sur les lieux de l'événement ou, plus tard, s'adresse lui-même, à distance, aux protagonistes des événements et va, dans des cas exceptionnels, jusqu'à se rendre lui-même sur les lieux de l'événement). (*H₈₉*) Le remplacement de l'annonceur et du commentateur des actualités filmées, tous deux spécialistes de l'expression orale, par un présentateur et des reporters qui se considèrent d'abord comme des journalistes entraîne des modifications dans la dimension linguistique du journal télévisé. (*H₉₀*) Au registre soutenu et au débit régulier des annonceurs professionnels succèdent le registre plus familier et le débit plus personnel du présentateur et des reporters.

(*H₉₁*) La mise au point de caméras vidéo de plus en plus légères, voire portables, facilite la collecte d'images par les équipes de reportage sur les lieux mêmes des événements. En conséquence, (*H₉₂*) la contribution des journalistes dans la production du journal télévisé augmente même s'ils demeurent dépendants du personnel technique. (*H₉₃*) La mise en service de satellites de communication permet la transmission en mode vidéo de reportages réalisés à distance, lesquels peuvent être introduits sans délais importants dans le journal télévisé. (*H₉₄*) À cause de ces deux innovations, la place de l'image animée dans le journal télévisé devient plus importante.

(*H₉₅*) Avec la généralisation et la banalisation de la télévision, puis avec la diversification des formules du JT (en particulier à la suite de l'autorisation de troisièmes chaînes hertziennes généralistes au milieu des années 1980) le public devient plus conscient du caractère relatif et contingent du journal télévisé et des règles qui assurent sa production.

L'effet tabloïd (1982-1992)

L'économie est entrée dans un cycle de contraction. Pour maintenir leur taux de profit, les entreprises explorent plusieurs stratégies complémentaires. Elles exigent des concessions de leurs employés, dont elles cherchent à modifier les conditions de travail, notamment par l'augmentation du travail précaire, à temps partiel ou à forfait. Elles cherchent aussi à élargir leurs activités par l'acquisition de concurrents dans leur secteur d'activité ou l'annexion d'entreprises dans des secteurs d'activité connexes, par la diversification de leur production, notamment du point de vue géographique. Elles tentent enfin de réduire leurs charges sociales et, pour ce faire, induisent l'État à se retirer de (ou à réduire ses responsabilités dans) différents domaines comme l'éducation, la santé, etc. Dans tous les cas, le retrait de l'État signifie l'élargissement du champ d'intervention du capital dans ces domaines. Même si, pour l'essentiel, le système politique demeure inchangé, les citoyens sont de plus en plus conscients du caractère contingent des institutions politiques²⁴.

²⁴ Comme c'est le cas à plusieurs occasions précédemment lorsqu'il s'agit de paramètres éloignés de nos variables dépendantes, ce paragraphe réunit un ensemble de propositions qui dans un autre modèle explicatif, par exemple de l'évolution économique, tiendraient lieu d'hypothèses. Ici, étant donné leur « éloignement » de l'objet de recherche ou des variables dépendantes, ces propositions se voient plutôt conférer le statut de postulats. En d'autres termes, il est pris pour acquis que ces propositions sont valides et il ne sera pas question de tenter de les réfuter. Toutefois, comme elles constituent elles-mêmes des propositions relatives, discutables et donc réfutables, il ne peut être question de les considérer comme des postulats que si, à la lecture de la documentation scientifique la plus reconnue sur le sujet, elle paraissent les plus valides et, idéalement, font consensus dans la communauté scientifique oeuvrant sur ces questions.

(*H₉₆*) La capitalisation nécessaire au fonctionnement des médias augmente sensiblement et oblige les propriétaires des médias à élargir les assises financières de leurs entreprises. (*H₉₇*) Le contrôle des entreprises de communication passe progressivement des entrepreneurs aux actionnaires, sans liens particuliers avec ce secteur d'activité autres que la recherche de profit. (*H₉₈*) Dès lors, et de plus en plus, la principale préoccupation des gestionnaires des médias consiste à livrer un rendement à la hauteur des attentes des actionnaires, c'est-à-dire un rendement égal, voire supérieur, non seulement à celui des autres médias, mais aussi au rendement optimal des autres secteurs d'activités. (La concurrence se porte donc à un niveau plus abstrait : elle ne concerne qu'en apparence les médias ; ce sont plutôt les capitaux investis qui se font concurrence pour les rendements les plus élevés.) D'où (*H₉₉*) une plus grande fluidité du capital, qui oblige les gestionnaires des médias à une attention soutenue aux conditions économiques et financières non seulement de leur industrie, mais de l'ensemble de l'économie capitaliste²⁵.

(*H₁₀₀*) L'affluence économique des dernières décennies et l'élargissement du rôle de l'État-annonceur ont fortement contribué à faire gonfler le volume des dépenses publicitaires. (*H₁₀₁*) La demande croissante d'espace ou de temps publicitaires ont favorisé la multiplication des supports. Parallèlement, (*H₁₀₂*) s'ajoutant ou se substituant à l'influence de l'afflux publicitaire, des innovations techniques contribuent à élargir l'offre de chaînes de télévision. (*H₁₀₃*) Les politiques publiques relatives aux médias audiovisuels font de plus en plus de place à des préoccupations industrielles et commerciales. (*H₁₀₄*) L'octroi de nouvelles chaînes ou de nouveaux services de communication par les autorités réglementaires repose sur des considérations économiques (capacité du marché, en fonction du volume publicitaire et du nombre d'abonnés pressentis, de supporter ces nouveaux services) plutôt que sur les besoins du public en information, en éducation ou en loisir culturel. (*H₁₀₅*) La multiplication des chaînes hertziennes et câblées entraîne la relativisation du statut de la télévision publique : seul pourvoyeur d'information, de culture et de divertissement à l'origine de la télévision, elle n'est plus, pour les téléspectateurs, qu'une chaîne parmi d'autres. (*H₁₀₆*) Ces derniers en viennent donc à considérer la télévision moins comme un service public aux citoyens que comme une industrie culturelle axée sur le divertissement des consommateurs. De plus, (*H₁₀₇*) le développement de la télédistribution (par câble et par satellite) entraîne une intensification de la concurrence que se livrent les programmes d'information ou à laquelle ils sont soumis de la part des autres types de programmation.

(*H₁₀₈*) L'augmentation de la dette publique et les pressions du milieu des affaires incitent le gouvernement canadien à réduire ses dépenses dans le domaine de la radiodiffusion. (*H₁₀₉*) Conséquemment²⁶, la publicité est autorisée au journal télévisé de Radio-Canada, comme c'est le cas dans les autres télévisions. (*H₁₁₀*) Les pressions du milieu des affaires poussent aussi l'État à laisser plus de place à l'entreprise privée sur le marché de la télévision. La mise en place de nouvelles chaînes privées (hertziennes et généralistes) entraîne (*H₁₁₁*) une intensification de la concurrence sur le marché publicitaire ; (*H₁₁₂*) l'intensification de la concurrence entre les réseaux publics et privés de télévision stimule la recherche de nouvelles formules de programmation, y compris dans le domaine de l'information et (*H₁₁₃*) la diversification des formules de traitement de l'information télévisée. (*H₁₁₄*) Pressées de se tailler un créneau à côté des réseaux publics et privés en place, de manière à assurer l'atteinte rapide de la rentabilité (ou à tout le moins pour réduire les pertes à court terme), les nouvelles chaînes (*H₁₁₅*) sont à la recherche d'une formule de traitement journalistique peu onéreuse. (*H₁₁₆*) Elles empruntent à la télévision américaine la formule de la « télévision tabloïd », (*H₁₁₇*) basée sur l'exploitation systématique des faits divers et une

²⁵ Même si ces propositions relèvent aussi de l'économie, leur objet matériel coïncide avec une variable intermédiaire particulièrement stratégique du modèle explicatif, soit l'entreprise médiatique.

²⁶ L'hypothèse porte sur le lien de causalité.

présentation populaire, voire familière, de l'information. (*H₁₁₈*) Sous l'effet de cette concurrence, le réseau privé, puis le réseau public, adaptent le contenu de leur journal télévisé, (*H₁₁₉*) qui fait plus de place aux faits divers et (*H₁₂₀*) s'ajuste au registre du nouveau concurrent.

(*H₁₂₁*) Avec l'intensification de la concurrence, les gestionnaires des chaînes de télévision ont tendance à appliquer au journal télévisé les mêmes critères d'évaluation qu'aux autres programmes, notamment la taille de l'auditoire. (*H₁₂₂*) Le journal télévisé doit contribuer à la rentabilité de la chaîne ou, à tout le moins, ne pas obérer son budget. (*H₁₂₃*) Toutefois, à cause de la complexité croissante de la gestion des sociétés de radiodiffusion, les gestionnaires ne peuvent intervenir directement dans la production du journal télévisé. (*H₁₂₄*) Les préoccupations managériales sont, en revanche, de plus en plus assumées par les responsables du JT et par les journalistes, qui les ont intériorisées au moment de leur socialisation professionnelle ou qui en viennent à les accepter comme une règle de fait difficile à contourner.

(*H₁₂₅*) L'augmentation du temps de travail, la participation accrue des femmes au marché du travail ainsi que la redistribution et la réorganisation de l'activité domestique qui s'ensuivent réduisent le temps d'exposition aux médias. (*H₁₂₆*) Les jeunes demeurent une catégorie importante de téléspectateurs, et (*H₁₂₇*) les responsables de la programmation sont obligés d'en tenir compte dans la conception de programmes (thèmes, style, registre). (*H₁₂₈*) La multiplication de l'offre et (*H₁₂₉*) de nouvelles techniques comme le magnétoscope et la télécommande rendent le public de plus en plus imprévisible, (*H₁₃₀*) ce qui incite les responsables de la programmation à recourir à des procédés rhétoriques plus expressifs et à un montage plus serré. (*H₁₃₁*) Grâce au développement des techniques de recherche sur l'auditoire, les gestionnaires de la télévision disposent de représentations de plus en plus précises et fidèles du public et de ses intérêts.

(*H₁₃₂*) Les membres de la génération du « baby boom », qui occupent une proportion importante des emplois dans le secteur des médias, se préoccupent de plus en plus de la dimension économique de leur métier : ils possèdent des actions et planifient leur retraite ; leurs charges familiales ont augmenté et imposent la prudence dans les rapports avec les employeurs. Les journalistes, en particulier, (*H₁₃₃*) dont l'âge moyen a augmenté, (*H₁₃₄*) sont moins revendicateurs et plus réceptifs à l'économisme ambiant. (*H₁₃₅*) Ils acceptent plus aisément que leurs prédécesseurs immédiats les préoccupations commerciales des gestionnaires. Par ailleurs, (*H₁₃₆*) les conditions de travail précaires auxquelles sont soumis de nombreux nouveaux venus (*H₁₃₇*) contribuent à inhiber la critique organisée du fonctionnement des médias et la contestation des employeurs.

(*H₁₃₈*) La multiplication des chaînes spécialisées accélère l'effritement de l'auditoire des chaînes généralistes. (*H₁₃₉*) Cette érosion affecte l'équilibre financier de ces dernières, qui mettent tout en oeuvre pour ralentir, voire pour inverser, la tendance. (*H₁₄₀*) L'intensification de la concurrence exerce donc une profonde influence sur la programmation des chaînes de télévision en général et, plus particulièrement, sur les programmes d'information. Cette influence se fait aussi sentir sur le contenu et la forme du journal télévisé. Voici quelques dimensions de cette influence :

(*H_{140.1}*) les chaînes privées se rapprochent encore plus des intérêts et des préoccupations du public (vie quotidienne, dimension locale, etc.) ;

(*H_{140.2}*) le support visuel se diversifie et se généralise ;

(*H_{140.3}*) le dispositif télévisuel, propre à chaque chaîne, a tendance à prendre plus d'importance par rapport aux référents du journal télévisé, communs à l'ensemble des chaînes ;

(*H*_{140.4}) la pratique du reportage télévisé fait de plus en plus de place à des procédés empruntés aux techniques de la narration (mise en scène et reconstitution partiellement fictive rendues plus faciles par les techniques d'enregistrement et de montage magnétoscopiques) ;

(*H*_{140.5}) le style des nouvelles et des reportages se rapproche plus systématiquement du style parlé et du registre familier ;

(*H*_{140.6}) les procédés stylistiques (par exemple, les métaphores) auxquels se prêtent les genres du journal télévisé sont plus nombreux et plus diversifiés ;

(*H*_{140.7}) la prononciation des reporters a tendance à respecter, voire à favoriser, les idiotismes populaires et à s'écarter de la norme du langage soutenu ;

(*H*_{140.8}) la prosodie des présentateurs s'éloigne de celle des annonceurs des débuts de la télévision et devient plus variée, tandis que celle des reporters se rapproche de celle du registre familier ;

(*H*_{140.9}) le journal télévisé emprunte à d'autres genres, en particulier le magazine télévisé, des formules et des procédés qui se sont avérés attrayants auprès du public.

D'autres facteurs (techniques, organisationnels, etc.) jouent dans l'apparition et le développement de ces phénomènes, mais (*H*₁₄₁) la concurrence constitue dans tous les cas l'élément déclencheur, voire déterminant. (*H*₁₄₂) Par ailleurs, l'amélioration progressive du JT des chaînes privées induit la télévision publique à se préoccuper davantage des attentes des téléspectateurs.

(*H*₁₄₃) Le journal télévisé est devenu le principal moyen d'information de la majorité de la population. De plus en plus, les sources d'information (acteurs sociaux) font en sorte d'attirer sur leur cause l'attention des reporters du JT²⁷. (*H*₁₄₄) L'intensification de la concurrence entre ces sources les amène à produire des messages plus « saillants » et mieux adaptés aux conditions de production-diffusion médiatique. (*H*₁₄₅) L'importance croissante du journal télévisé dans l'information du public et le (*H*₁₄₆) renforcement du statut des journalistes affectés au JT entraînent une modification du rapport entre journalistes et sources : à l'origine, les journalistes sont dépendants des sources, mais progressivement celles-ci deviennent de plus en plus dépendantes des journalistes.

(*H*₁₄₇) La généralisation du reportage favorise l'apparition d'un style, de structures narratives et d'éléments prosodiques spécifiques au journal télévisé. (*H*₁₄₈) Plus particulièrement, les reportages contiennent de plus en plus souvent une chute « éditorialisante », dans laquelle le journaliste propose une (sa) lecture de l'événement rapporté²⁸. (*H*₁₄₉) Cette chute « éditorialisante » est accompagnée d'un effet comparable sur le plan prosodique. (*H*₁₅₀) Ces deux éléments deviennent une règle générale des reportages au cours de la décennie suivante. (L'effet de mimétisme jouant à fond, (*H*₁₅₁) le stéréotype est transmis dans les écoles de journalisme et reproduit par leurs diplômés.)

Cette innovation, par laquelle le journaliste se voit conférer (ou se confère) un rôle critique, aurait été impossible sans une modification importante du statut des journalistes. En effet, (*H*₁₅₂) l'image et le statut des journalistes du JT (*H*₁₅₃) dans l'entreprise, (*H*₁₅₄) auprès des sources d'information, (*H*₁₅₅) des journalistes de l'écrit et (*H*₁₅₆) du public, se sont beaucoup renforcés depuis les années 1960.

²⁷ Certaines propositions appartiennent plus ou moins au sens commun et font l'objet d'un consensus évident. Elles ne sont pas directement soumises à réfutation, mais elles le sont indirectement par le truchement des hypothèses auxquelles elles sont causalement liées. Ici, si l'hypothèse suivante (*H*₁₄₄) est réfutée, il faudra se demander pourquoi et éventuellement chercher à réfuter une proposition précédemment tenue pour évidente.

²⁸ Il cadre l'événement.

(*H*_{157.1...7}) Cette amélioration du statut des journalistes est la résultante de plusieurs facteurs convergents : (1) la multiplication du nombre de journalistes et (2) d'activités professionnelles liés à la production du journal télévisé, (3) la taille de l'auditoire du JT, (4) la place du JT parmi les moyens d'information et (5) de la télévision dans l'ensemble des loisirs du public ainsi que (6) la place qu'occupe le JT parmi les moyens d'information dans les stratégies de communication des sources et, enfin, (7) la rentabilité du JT et des programmes d'information.

(*H*₁₅₈) Plus que les journalistes, le présentateur du journal télévisé profite de cette amélioration de statut. (*H*₁₅₉) Celui-ci s'élève dans la hiérarchie du personnel du JT et de la chaîne de télévision.

L'ère du direct (1992-2002)

Du fait du discours néo-libéral, qui remet en cause l'intervention de l'État, non seulement dans l'économie mais dans plusieurs domaines sociaux, dont la culture, la tendance multiséculaire à l'internationalisation de l'économie devient un enjeu public important. Les innovations techniques dans le domaine des communications (reportage transmis en direct par satellite et Internet) atteignent le consommateur final et contribuent à la cristallisation de cet enjeu. Les représentations sociales liées à ce thème se construisent plus rapidement, d'une part, du fait que ces techniques accélèrent et généralisent l'accès à l'information et, d'autre part, parce qu'elles constituent elles-mêmes une métaphore particulièrement explicite de cet enjeu. Le direct et Internet réalisent, pour des centaines de millions de citoyens/consommateurs dans l'ensemble des pays industrialisés, la compression absolue du temps et de l'espace, jusqu'à abolir la réalité, qui devient virtuelle.

Les jeunes adultes des années 1990 ont été socialisés au moment où se généralisaient la micro-informatique, la production numérique d'effets spéciaux au cinéma, les canaux spécialisés, le magnétoscope, la télécommande, etc. (*H*₁₆₀) Nés dans une société de consommation, ils ont intériorisé les règles de fonctionnement de cette société. En particulier, (*H*₁₆₁) ils considèrent plus volontiers que leurs aînés les objets, y compris les oeuvres culturelles, comme contingents et provisoires ; (*H*₁₆₂) ils accordent aussi plus d'importance que leurs aînés à la forme qu'au fond des oeuvres culturelles. Nés dans une société relativiste, (*H*₁₆₃) leur rapport à la norme est basé, plus que chez leurs aînés, sur l'utilité et la gratification individuelles et immédiates.

(*H*₁₆₄) La multiplication des médias (canaux spécialisés, CD, DVD, Internet, etc.) et l'accroissement pléthorique de l'offre de messages obligent les producteurs, au risque de se marginaliser, voire d'être évincés du marché, à produire des oeuvres aisément intelligibles, mimant les modes et les registres d'expression des segments les plus larges de leur public virtuel²⁹. (*H*₁₆₅) Soumises à la concurrence des nouvelles chaînes spécialisées, (*H*₁₆₆) les chaînes généralistes adoptent certaines de leurs stratégies et (*H*₁₆₇) tentent d'occuper certains créneaux « spécialisés » (par exemple, la chaîne Télévision Quatre-Saisons sollicite explicitement³⁰ le créneau « populaire » avec une information basée sur des faits divers locaux et des films érotiques).

À la suite de l'autorisation d'un grand nombre de services spécialisés de télévision (d'abord par

²⁹ Selon Régis Debray, la trivialiséation du contenu est fonction de l'extension du support (DEBRAY, R. *Cours de médiologie générale*. Paris : Gallimard, 2001. (Coll. Folio essais). P. 270-271).

³⁰ La chaîne se désigne elle-même comme le « mouton noir » de la télévision québécoise.

câble, puis par satellite) par le Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, (*H₁₆₈*) à partir des années 1980, l'offre de programmes connaît une très forte croissance. (*H₁₆₉*) La généralisation du magnétoscope domestique et de la télécommande transforme les habitudes d'écoute des téléspectateurs. (*H₁₇₀*) De plus en plus, ils considèrent normal d'écouter les programmes qui leur plaisent au moment où cela leur plaît. D'autre part, (*H₁₇₁*) un grand nombre passent, à tout moment, d'une chaîne à l'autre pour comparer les programmes en cours et s'attarder à ce qui les intéresse le plus ; plusieurs suivent même des programmes différents simultanément sur le même écran.

Bien que les techniques de transmission par satellite d'images animées rendent possible le fonctionnement d'une chaîne spécialisée en information depuis la fin des années 1970, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes n'autorise l'exploitation de chaînes d'information en continu qu'à partir de 1987. Dans les années 1990, trois autres réseaux, Radio-Canada, CTV et TVA, imitent CBC, qui a lancé *Newsworld* en 1987. (*H₁₇₂*) La mise en service de ces nouvelles chaînes spécialisées d'information entraîne la généralisation du reportage en direct. (*H₁₇₃*) Les conditions spécifiques de ce type de reportage amènent les journalistes qui le pratiquent à remettre en question *de facto* les règles applicables au reportage télévisé traditionnel. En particulier, (*H₁₇₄*) pour compenser le manque de distance par rapport à l'événement et le peu de temps disponible pour faire les vérifications d'usage, (*H₁₇₅*) ils ont tendance à se mettre en retrait de l'événement, auquel le public a directement accès, et à s'en faire les commentateurs. D'autre part, comme le téléspectateur a accès à l'événement sans leur entremise, (*H₁₇₆*) ils cherchent à ajouter à la dimension purement factuelle du reportage en direct une dimension « humaine », en recueillant les témoignages des protagonistes ou des spectateurs de l'événement. (*H₁₇₇*) Enfin, le direct interdisant la préparation et la répétition du message, ils ont tendance à quitter le registre plus ou moins soutenu du reportage traditionnel (préparé et enregistré), pour le registre familier qui, de leur point de vue, sied mieux à l'improvisation du direct.

(*H₁₇₈*) Le développement des techniques numériques et l'informatisation du montage entraînent une diversification des procédés de télévisualisation et favorisent un très haut degré d'expressivité visuelle. (*H₁₇₉*) Par effet de mimétisme avec les autres secteurs de la production audiovisuelle et (*H₁₈₀*) à cause de l'intensification de la concurrence entre les chaînes, le montage du JT favorise les plans plus courts et plus nombreux.

Les conditions techniques qui ont permis la généralisation du reportage en direct font en sorte que les responsables du JT disposent de beaucoup plus d'information et d'images que ce qui leur est possible de présenter. Dans ce contexte, (*H₁₈₁*) la dimension visuelle des nouvelles n'est plus perçue comme un problème (difficulté de télévisualiser ce qui est important) mais comme un instrument de valorisation de l'information et un outil tactique dans la concurrence entre les chaînes et les programmes.

(*H₁₈₂*) La concurrence entre les chaînes continue de susciter des innovations : (*H₁₈₃*) les journalistes se mettent en scène plus systématiquement et plus ostensiblement dans leurs reportages et (*H₁₈₄*) les procédés destinés à établir un rapport avec le public se multiplient de la part des journalistes et du présentateur. (*H₁₈₅*) Le renforcement de leur statut permet au présentateur et aux reporters de faire de plus en plus place dans leurs reportages et leurs commentaires à des éléments dénotant une distance critique par rapport aux événements et aux protagonistes des événements (par exemple, l'utilisation de l'humour, de la dérision, de la désinvolture dans le traitement des nouvelles). Paradoxalement, tandis que l'« image » des journalistes se renforce aux yeux du public, (*H₁₈₆*) leur marge de manoeuvre diminue du fait de la généralisation du reportage en direct et de la

complexité technique de leur travail. (H_{187}) Le rôle des cadres de rédaction et du personnel de réalisation, qui doivent assurer la coordination du travail de reportage, est par ailleurs renforcé.

(H_{188}) Le développement des compétences du public en matière de décodage et d'interprétation des messages médiatiques permet une transformation des règles de présentation du journal télévisé. (Par exemple, introduction de reconstitutions ou de passages fictifs, ironie dans les commentaires, etc.) (H_{189}) La majorité des téléspectateurs, particulièrement chez les plus jeunes et les moins scolarisés, approuve l'évolution du journal télévisé, qui correspond à ses goûts. Toutefois, (H_{190}) la frange la plus âgée et la plus scolarisée du public, (H_{191}) plus consciente de l'évolution des règles de production du journal télévisé, est plus critique à l'endroit des journalistes.

Du fait des chaînes d'information en continu et du direct, (H_{192}) les responsables du journal télévisé et les journalistes ont intériorisé l'idée qu'une proportion de plus en plus grande de l'information est déjà connue par une proportion de plus en plus grande du public avant le journal télévisé. (H_{193}) En conséquence, la manière de présenter l'information leur apparaît aussi importante que l'information elle-même.

Les hypothèses qui composent la trame de ce récit en cinq parties ne sont pas également probables ; ainsi, certaines ne sont avancées que par souci de confirmer des informations déjà connues, tandis que d'autres portent sur des liens de causalité incertains. La réfutation prévisible de certaines hypothèses n'affectera pas nécessairement la validité du modèle explicatif si les conclusions qui découlent de cette réfutation demeurent compatibles avec les autres propositions du modèle. Toutefois, le modèle devrait être remis en question si les hypothèses réfutées étaient suffisamment nombreuses et stratégiques pour qu'en soit affectée sa cohérence d'ensemble. La réfutation du modèle, par ailleurs, n'entraînera pas nécessairement celle de la théorie. Toutefois, si le modèle devait s'avérer invalide non pas faute d'adaptation à la réalité empirique (par exemple dans le cas de réfutation de plusieurs hypothèses descriptives), mais dans les articulations entre facteurs prévues par la théorie, celle-ci pourrait être mise à mal, voire réfutée.

Chapitre 3

FACTEURS EXPLICATIFS ET CONCEPTS OPÉRATOIRES

Nous reprendrons, dans ce chapitre, plusieurs informations introduites précédemment, en les extrayant de la trame historique pour les regrouper selon les facteurs qui agissent comme cause médiate des changements que nous étudions. Comme ces facteurs n'agissent pas en tant que tels, mais doivent être actualisés dans la vie quotidienne des journalistes, nous présenterons quelques concepts opératoires susceptibles d'éclairer la manière dont nous pensons possible d'étudier cette dimension du phénomène.

Les facteurs explicatifs généraux

Les hypothèses présentées dans le chapitre précédent contiennent généralement un facteur immédiat (variable indépendante) permettant d'élaborer une explication à court terme des phénomènes analysés. Toutefois, il serait souvent nécessaire de remonter dans la chaîne causale jusqu'à une composante structurelle (économique, sociale ou culturelle) qui constituerait une cause logiquement plus satisfaisante³¹. Comme le cadre limité de ce texte ne permet pas, pour chacune des hypothèses, de remonter la chaîne jusqu'aux véritables facteurs (médiats), nous revenons ici sur les principaux facteurs (ou familles de variables) et discuterons brièvement de leur rôle ou statut dans le modèle explicatif. Plusieurs de ces facteurs, comme les facteurs économiques, techniques ou politiques, exercent une influence à plusieurs niveaux. Nous les invoquerons à chacun des niveaux où leur influence apparaît d'emblée significative.

Au niveau macro-économique tout d'abord, la structure économique du Québec ne connaît pas de transformations majeures dans la seconde moitié du 20^e siècle. Les traits fondamentaux de cette économie ont été acquis à la fin du 19^e siècle et dans la première moitié du 20^e siècle et continuent de s'affirmer. Il s'agit d'une économie industrielle avancée, dont la productivité relativement forte autorise le versement de salaires capables de maintenir les dépenses de consommation à un niveau élevé. Une partie de ces dépenses sert à maintenir le niveau de dépenses nécessaire à la circulation rapide du capital et est, en conséquence, recyclée dans l'industrie de la publicité. Celle-ci fonctionne en symbiose avec l'industrie des médias : d'une part, les médias tirent le gros de leurs revenus des recettes publicitaires, tandis que, d'autre part, les messages publicitaires sont efficaces parce qu'acheminés avec des messages non-publicitaires qui exercent un puissant attrait sur le public. Bien que les milieux d'affaires considèrent normal ce fonctionnement symbiotique, certains groupes contestent qu'il doive s'appliquer sans réserve à tous les médias, en particulier à la radiotélévision. Ces caractéristiques macro-économiques n'expliquent pas les *changements* particuliers dont il a été question plus haut ; elles les rendent possibles tout simplement, au sens où elles permettent l'émergence et le maintien des institutions dans lesquelles se produisent ces changements. Ce scénario (et tous les scénarios mettant en scène les mêmes catégories d'acteurs

³¹ Dans ce cas, le statut méthodologique de ces facteurs serait modifié et ils passeraient par exemple de variables indépendantes à variables intermédiaires.

et les mêmes catégories d'action) serait en effet impensable dans une économie sous-développée ou dans une société agraire.

De même, d'un *point de vue technique*, la télévision n'est compatible qu'avec un nombre limité de configurations sociales. Les stades de développement d'une technique, en l'occurrence la télévision, ne sont pas indépendants du développement des autres techniques ; ces développements sont souvent conditionnés par d'autres techniques avec lesquelles ils doivent être en phase. Par exemple, la télévision électronique (par opposition à la télévision électromécanique) suppose l'utilisation de très hautes fréquences et la modulation de fréquence. Ces trois techniques sont simultanément disponibles à la fin des années 1930. Auparavant, la télévision électronique était une invention ingénieuse, mais impossible à exploiter. De même, le transistor a été inventé dans le cadre de recherches sur les télécommunications (les radiocommunications en particulier), mais il a eu un effet déterminant sur l'informatique naissante, laquelle ne pouvait connaître de véritable essor sans lui³². Il existe donc une configuration technique en phase avec la télévision, au sens où la télévision ne peut venir qu'après d'autres techniques, lesquelles ont résolu des problèmes dont la solution était préalable à la mise au point de la télévision. Par exemple, le béliographe incorpore le balayage de l'image, essentiel à la télévision. Cette technique fait donc partie de la configuration technique de la télévision comme le téléphone, le télégraphe, le radiotélégraphe, etc. Cette configuration n'est pas en soi un facteur explicatif des *changements* qui adviennent dans le domaine de la télévision ; elle est plutôt préalable à son émergence : c'est la structure technique qui autorise la manifestation du phénomène.

La *structure politique*, c'est-à-dire une démocratie parlementaire de type britannique, conditionne aussi le contexte de l'émergence de la télévision au Canada. Celle-ci se développera obligatoirement à distance du pouvoir exécutif. Toutefois, les facteurs politiques ne se limitent pas à cette seule dimension structurelle. Ils se manifestent aussi dans le jeu des partis politiques, dans les positions de ces derniers à l'endroit de la télévision, dans le support dont ces positions bénéficient de la part de l'électorat, des groupes de pressions et groupes d'intérêt. Les tensions présentes dans toutes les dimensions politiques³³ placent les acteurs sociaux, y compris les journalistes de la radiotélévision, en situation d'influer plus ou moins fortement sur le cours des choses en matière de télévision.

À cet égard, au cours du demi-siècle couvert par la recherche, la tendance profonde entraîne le déclin de l'influence du politique sur la télévision. Radio-Canada/CBC, qui exprime la politique du parlement canadien en matière de programmation télévisuelle, perd le pouvoir de réglementer l'ensemble de la radiotélévision. Cette modification dans son statut n'est qu'un indice particulièrement significatif du long processus de marginalisation du radiodiffuseur public. Plus tard, la création de nouvelles chaînes privées signifie la diminution du poids relatif de Radio-Canada dans le système de radiotélévision. (*H*₁₉₄) L'État, qui assurait la plus large part du financement du système de radiotélévision au début des années 1950, ne fournit plus qu'une contribution secondaire à la fin du siècle. À l'opposé, les milieux d'affaires associés à l'industrie de la télévision en sont venus à occuper une position prépondérante. (*H*₁₉₅) Les partis politiques n'ont d'autre choix

³² Les premiers ordinateurs, à lampe, étaient de taille gigantesque et, par ailleurs, la micro-informatique n'aurait pas été possible dans l'environnement technique des lampes électroniques (par opposition au transistor).

³³ Par exemple, a) au niveau de la structure politique, entre le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux, ou encore, à l'échelle internationale, entre le Canada et d'autres États qui menacent sa souveraineté en matière de radiocommunication (comme les États-Unis dans les années 1920 et les années 1930) ou b) au niveau de la conjoncture politique, entre les politiques des partis en matière de radiodiffusion.

que de s'adapter à ce nouveau rapport de force. De même, les instances de réglementation (CBC, BGR, CRTC première et deuxième versions) interviennent dans une industrie dont elles ne contribuent à fixer qu'une petite partie des règles du jeu. En outre, (H_{196}) leurs interventions manifestent une sensibilité grandissante aux lois du marché et aux intérêts de l'industrie de la radiotélévision.

L'*industrie de la télévision* représente une autre dimension économique essentielle à la compréhension des changements dans le journal télévisé. Les caractéristiques déterminantes de l'industrie, à cet égard, sont le volume de ressources financières disponibles et le nombre d'entreprises présentes sur le marché canadien (ou sur les différents marchés locaux au Canada). Le rapport entre volume de ressources (qui se ramènent essentiellement aux investissements publics ou privés et aux dépenses publicitaires) et nombre d'entreprises conditionne la rentabilité de l'industrie. De manière générale, (H_{197}) le niveau de rentabilité demeure élevé par rapport aux autres secteurs d'activité économiques, (H_{198}) du fait de la réglementation étatique, qui maintient « artificiellement » (du point de vue de la circulation du capital) le nombre de concurrents à un niveau relativement faible en contrepartie d'un engagement de leur part à maintenir un niveau minimal de programmation d'origine canadienne. Toutefois, étant donné les attentes élevées des investisseurs, tout fléchissement de la profitabilité entraîne des pressions pour rétablir la position de l'entreprise ou de l'industrie. Les stratégies pour y parvenir consistent, soit à réduire les dépenses de l'entreprise, soit à augmenter les revenus publicitaires. Or ces deux stratégies ont des incidences sur la programmation. En effet, la programmation constitue le poste de dépenses le plus important, et les revenus publicitaires de la chaîne, indexés sur la taille et le pouvoir d'achat de son auditoire, dépendent en grande partie de l'attrait de sa programmation sur le public.

La *technique* occupe elle aussi une place importante dans les stratégies de programmation et les stratégies commerciales des entreprises. Des techniques comme la télédistribution par câble ou par satellite, le magnétoscope, la télécommande, etc. transforment les conditions d'accès au public et les conditions d'écoute. (H_{199}) D'autres techniques, comme la transmission d'images par satellite, l'enregistrement magnétoscopique, le montage numérique, etc. (H_{200}) permettent d'accroître l'attrait visuel des programmes et, notamment, (H_{201}) de modifier le contenu thématique du journal télévisé ou sa présentation.

La *structure sociodémographique* constitue aussi un facteur lourd, du point de vue de l'évolution de la télévision, en ce sens qu'elle conditionne (c'est une macro-variable intermédiaire) l'influence de plusieurs autres facteurs généraux (notamment les facteurs économiques et politiques) sur la télévision. Un des aspects les plus frappants, pour la période qui nous occupe, est sans doute la hausse de la natalité qui a suivi la fin de la guerre et qui affectera la pyramide démographique pendant plus d'un demi-siècle. Les personnes nées à cette époque formeront toujours la cohorte la plus nombreuse, quel que soit leur âge, et de ce fait pèseront lourd dans les choix de programmation des responsables de la télévision. Leurs préférences culturelles auront des implications particulièrement importantes à cet égard. De plus, à partir de leur entrée sur le marché du travail, les membres de cette cohorte donneront le ton aux pratiques professionnelles et aux relations de travail. Les conditions de l'emploi (rapport emploi permanent/temporaire, temps plein/temps partiel, taux de chômage, etc.) leur échappent évidemment en grande partie, mais ils peuvent les influencer, notamment par l'organisation collective.

Cette génération, elle-même phénomène singulier, introduit au Québec un autre phénomène démographique encore plus lourd de conséquence, à savoir la dissolution de la cellule familiale comme unité de base de la vie sociale. Une faible natalité, l'instabilité des liens matrimoniaux et la

multiplication des familles monoparentales contribuent à faciliter le (ou : réduisent les obstacles au) passage à une économie post-industrielle, dans laquelle la très grande mobilité du capital exige souplesse et rapidité d'ajustement de la main-d'oeuvre. D'autres aspects de la structure sociodémographique sont importants. En particulier, la place croissante des femmes, sur le marché du travail, dans les choix économiques des familles, dans les représentations sociales, etc., la généralisation de « l'aisance » économique qu'entraîne la hausse du pouvoir d'achat, l'urbanisation généralisée de la population et de la culture.

Les principaux *facteurs culturels* pertinents à notre objet de recherche sont la langue, la religion, et l'éducation. Les deux principales communautés culturelles canadiennes, les Canadiens anglais et les Canadiens français, ont mis en place et entretenu deux réseaux distincts d'institutions culturelles, y compris des réseaux de radio et de télévision publics et privés. Elles ont vécu dans un isolement relatif, l'une de l'autre, isolement régulièrement brisé par des différends autour de questions d'éducation, de religion, de politique, etc. Même au Québec, où les Canadiens français formaient plus de 80 % de la population, la communauté anglaise occupait une position dominante. À partir des années 1960, cependant, cette domination a été de plus en plus vivement contestée et s'est progressivement atténuée, à mesure que les Canadiens français accédaient à l'éducation supérieure, parvenaient aux échelons de direction dans les entreprises, amélioraient leur situation économique. Les Canadiens français ont commencé à se considérer et à se comporter comme une majorité au Québec, et les Canadiens anglais se sont résignés à ne plus pouvoir se comporter de cette manière. La taille démographique du Québec et l'amélioration de la situation économique des Canadiens français (dont l'augmentation du pouvoir d'achat a des incidences sur les recettes publicitaires) assurent aux responsables de la télévision de langue française les moyens nécessaires à la production de programmes d'information de qualité satisfaisante en comparaison avec ce qui est offert au public nord-américain.

Jusqu'à la fin des années 1950, la pratique religieuse demeure forte parmi les Canadiens français, et le clergé catholique, qui jouit d'un statut élevé, exerce une grande influence sur l'éducation et la société en général. Toutefois, cette influence relève davantage de l'efficacité de l'encadrement idéologique que de la conviction des fidèles. Aussi, dès que l'État prend sur lui les responsabilités sociales du clergé, le pouvoir de ce dernier, qui ne repose plus dès lors que sur une relation morale, s'effondre. Les catholiques québécois délaissent en masse la pratique religieuse et abandonnent des valeurs ou comportements moraux hérités du catholicisme, pour des valeurs et des comportements plus adaptés à la société de consommation, comme la liberté individuelle, la satisfaction des besoins personnels, l'hédonisme, etc. Sur le plan social et culturel, la dissolution très rapide du pouvoir clérical crée un vide béant dans lequel s'engouffrent un grand nombre de groupes de pression ou de groupes d'intérêt qui, ensemble, proposent une vision de plus en plus bigarrée de la culture et de la société québécoises. Cette reconfiguration de la culture québécoise n'est pas en tant que telle une cause des changements qui affectent la télévision et le journal télévisé, mais elle campe la scène sur laquelle évoluent les acteurs. Or cette scène présente désormais une plus grande liberté d'action aux individus et aux collectivités.

Jusqu'au début des années 1960, le clergé, en particulier catholique, a exercé une influence profonde sur l'éducation. L'ensemble du système d'éducation était confessionnel. Les structures administratives, le recrutement du personnel, la formation des instituteurs, l'élaboration des programmes : tout devait recevoir l'assentiment du clergé, dont par ailleurs un grand nombre de membres œuvraient dans le domaine de l'éducation. La conséquence de cette mainmise était que la socialisation scolaire, sans être imperméable à des préoccupations socio-économiques, faisait beaucoup de place au système de valeurs religieux et plaçait les objectifs socio-économiques de l'école à l'intérieur de ce système de valeurs. Les objectifs du clergé étant différents de ceux de

plusieurs groupes politiques, professionnels ou économiques, l'éducation offerte par le système semblait à un grand nombre de personnes en rupture avec les besoins d'une société fortement industrialisée et urbanisée. Aussi, dès le début des années 1960, l'État, après avoir remplacé le clergé comme premier responsable de l'éducation, entreprend-il une réforme en profondeur de l'éducation, dont les objectifs sont la démocratisation de l'enseignement, un accès généralisé à l'enseignement supérieur, l'adaptation de l'enseignement aux besoins de la société et de l'économie, etc. Les effets de cette réforme ont été louangés et critiqués : les Québécois accèdent désormais presque tous à l'enseignement secondaire et en nombre beaucoup plus grand à l'enseignement post-secondaire. Ils forment donc une société beaucoup plus scolarisée que celle d'avant la télévision. Le revers de cette démocratisation, selon certains, serait un abaissement de la qualité de l'enseignement à mesure que l'on s'élève dans les niveaux d'éducation, le grand nombre d'étudiants obligeant à revoir à la baisse le commun dénominateur culturel. Quoi qu'il en soit de ce débat, la réforme semble avoir eu un autre effet culturel plus immédiat sur l'évolution de la télévision, puisqu'elle a entraîné la quasi-dissolution de l'influence des anciennes élites culturelles sur les instances politiques responsables de la télévision. La multiplication des groupes chargés de représenter les intérêts et les attentes sociales a pour effet de neutraliser l'action des agents qui traditionnellement donnaient le ton au débat, en matière de culture, et dont une forte proportion émanait des élites culturelles. En somme, les enjeux sociaux se démocratisent en ce sens que les agents collectifs qui en fixent les paramètres appartiennent de moins en moins à l'élite culturelle. Un corollaire important de cette transformation de l'« espace public » est que la voix des anciennes élites culturelles est rapidement étouffée, et que celle des nouvelles élites culturelles est couverte par les réclamations en *crescendo* de ceux qui préconisent l'adaptation de la télévision aux lois du marché.

Concepts opératoires

Ces différents facteurs, pour importants qu'ils paraissent et même lorsqu'on les spécifie jusque dans leurs ramifications les plus fines, n'influent pas directement sur le fonctionnement de la télévision et l'évolution du journal télévisé. Leur influence ne peut jamais être médiatisée que par des personnes. À cet égard, il importe, dans un premier temps, de distinguer deux dimensions de l'action sociale des individus, et donc des journalistes, auxquelles correspondent les concepts d'*acteur* et d'*agent*. Le premier concept fait le lien avec la dimension micro- ou mésoscopique, au sens où elle désigne le journaliste dans sa relation avec ses sources, ses pairs, ses supérieurs hiérarchiques, à l'intérieur ou à la périphérie de l'entreprise médiatique. Le second concept le relie plutôt aux dimensions pertinentes de la (macro)structure sociale en général, à savoir les dimensions économiques, politiques, culturelles, etc., dont il vient d'être question. Cependant, nous ne nous intéressons pas à n'importe quel acteur social, mais à un groupe précis, les journalistes, et à une catégorie spécifique de leur discours, le journal télévisé. Le JT constitue un élément de la structure socioculturelle dont la notion de *paradigme journalistique* permet d'analyser l'évolution : il fait le lien entre les propriétés discursives du JT et les conditions sociocognitives de sa production.

Ensemble, ces concepts nous aideront à comprendre comment les journalistes, compte tenu de leur statut social, de leurs intérêts professionnels ou économiques, des rôles qui leur incombent dans les chaînes de télévision et dans la société, contribuent à la genèse d'une nouvelle forme culturelle, le JT, et comment, par la suite, ils en assurent la production et la reproduction.

Agents et acteurs sociaux³⁴

Nous considérons que l'action sociale (entendue dans un sens très général, incluant les comportements, y compris les comportements routiniers) relève des *acteurs* individuels lorsqu'elle concerne l'accomplissement des rôles qui leur incombent. Par exemple, un reporter, un caméraman, un perchiste, un homme politique, un agent de sécurité ont tous des rôles précis à jouer dans une conférence de presse. Les actions et les comportements liés à la conférence de presse leur sont attribuables en tant qu'*acteurs* sociaux. Mais ces rôles ne recouvrent pas toutes les dimensions sociales de ces mêmes individus ; ils ne rendent pas compte de la totalité de leurs comportements ou de leurs intérêts. Certes, les individus en question peuvent jouer d'autres rôles, dans d'autres contextes ou systèmes de relation (l'un peut se trouver, le même jour, à la présidence d'un conseil d'administration, un autre secrétaire d'un comité à l'école de son enfant, etc.).

Cependant, même si l'on faisait la somme des actions découlant des différents rôles de chacun des individus, il resterait un domaine non couvert de comportements et d'intérêts, dont le concept d'*agent* vise à rendre compte. Parmi les acteurs de la conférence de presse dont il vient d'être question, il se peut que le politicien soit un homme d'âge mûr et *le* reporter, *une* jeune femme homosexuelle ; il se peut aussi que *le* caméraman, bien que plus âgé que *la* journaliste, touche un salaire moindre, même si les deux sont syndiqués. Dans cet exemple, les individus sont des *acteurs* de la conférence de presse (en tant qu'ils remplissent les rôles constitutifs de ce type d'événement) ; mais, en même temps, ils transportent, sur les lieux mêmes de la conférence de presse, les intérêts et les modèles de comportements associés à d'autres dimensions de leur personne : ils sont homme ou femme, jeune ou vieux, homosexuel ou non, syndiqué ou non, appartiennent à telle ou telle strate socio-économique, etc. Ainsi, dans la mesure où ils partagent avec d'autres individus remplissant d'autres rôles dans d'autres contextes, des intérêts et des modèles de comportements, on peut les considérer comme des *agents*. Par exemple, le reporter est *agent* en tant que *jeune*, en tant que *femme*, en tant que *journaliste* (au sens générique du terme et non en tant que reporter d'une conférence de presse), en tant qu'*homosexuelle*, en tant que *syndiquée*, en tant qu'appartenant par son *revenu* à la frange supérieure de la petite-bourgeoisie, etc. Or, la manière dont ce reporter remplit son rôle dans la conférence de presse, voire la définition même de ce rôle, est influencée plus ou moins fortement par son statut social en tant qu'*agent*. Il est plausible, en effet, qu'une jeune reporter homosexuelle ne se comporte pas de la même manière selon que le contexte est plus ou moins favorable aux jeunes, au travail des femmes, à l'homosexualité, etc.

Le statut et le pouvoir des agents (en l'occurrence, dans le cas de la journaliste, en tant que femme, jeune, homosexuelle, etc.) dépend, entre autres considérations, de leur niveau d'organisation. À cet égard, il y a lieu de distinguer entre *agent primaire* et *agent collectif*. Les individus qui, tout en partageant des intérêts et un ensemble de modèles de comportement communs, demeurent isolés les uns des autres, sans organisation systématique et sans représentation collective, appartiennent à la catégorie des *agents primaires*. Si, au contraire, ces mêmes individus sont fédérés à l'intérieur de groupes qui défendent collectivement leurs intérêts, ils appartiennent à la catégorie des *agents collectifs*. Par exemple, le même individu peut être tantôt agent primaire et tantôt agent collectif : si elle n'est pas syndiquée, la journaliste, en tant que travailleur, est un agent primaire ; lorsqu'elle lutte contre la discrimination sexuelle dans la rémunération à l'intérieur d'un groupe féministe, elle est (ou appartient à) un agent collectif. Dans le cours de sa vie, le même individu peut être, sous la même

³⁴ La distinction entre agent et acteur n'est pas nouvelle ; on la retrouve dans plusieurs courants sociologiques. Les définitions varient cependant selon les auteurs. Nous retenons ici les acceptions proposées par M. Archer (*Realist social theory : the morphogenetic approach*. Cambridge : Cambridge University Press, 1995. P. 276-281).

dimension, tantôt agent primaire et tantôt agent collectif. Par exemple, l'apparition de groupes de pression en faveur de l'homosexualité a fait passer les homosexuels d'agents primaires à agents collectifs. De même, l'organisation des femmes à l'intérieur des mouvements féministes, de journalistes, à l'intérieur des syndicats et du mouvement syndical, de sans domicile fixe à l'intérieur de mouvements de lutte à la pauvreté, etc. modifie leur statut, leur pouvoir (collectif) ainsi que, du point de vue des médias de masse, leur « visibilité » et leur capacité d'influer sur l'actualité (notamment en créant des événements).

Or, une des caractéristiques de la société contemporaine est la multiplication des agents collectifs, et leur organisation systématique en fonction des médias. L'« accélération de l'histoire », dont font état certains observateurs, s'explique en grande partie par ce phénomène qui touche l'ensemble de la société et auquel le domaine des médias n'échappe pas. En somme, l'explication des changements dans le journal télévisé (y compris sa genèse) doit faire intervenir d'une part les rôles assignés aux *acteurs-journalistes*³⁵ et d'autre part les intérêts et les ressources des *agents-journalistes* en regard des intérêts et des ressources des autres agents avec lesquels ils collaborent ou avec lesquels ils sont en concurrence. L'approche méthodologique privilégiée pour expliquer les changements dans le journal télévisé consistera donc à se concentrer, dans un premier temps³⁶ sur les personnes engagées dans les phénomènes à l'étude pour (a) étudier les rôles et les acteurs sociaux impliqués et (b) explorer les dimensions pertinentes des agents sociaux (primaires ou collectifs) qui constituent l'autre face de ces personnes.

Les rôles et les acteurs sociaux analysés sont ceux qu'implique, de près ou de loin, la production du journal télévisé : le présentateur → le cameraman → les rédacteurs → les reporters → les techniciens → les cadres de rédaction → le réalisateur → les responsables de la programmation → le directeur de la chaîne → le propriétaire → les actionnaires, etc. (appelons provisoirement cette séquence, qui n'est assurément pas exhaustive, un système de rôles). D'autres acteurs sociaux entrent en relation avec les acteurs du journal télévisé, en tant que sources d'information (le politicien, l'agent de relations publiques, etc.), en tant qu'instances régulatrices (organisme de réglementation, comité de déontologie, etc.), en tant que public, etc. : l'analyse doit s'intéresser à la définition de leurs rôles dans la mesure où ceux-ci influent sur les rôles des acteurs du journal télévisé. Elle devra aussi, éventuellement, remonter ou descendre dans la hiérarchie du système de rôles de certaines catégories d'acteurs, dans la mesure où des acteurs qui ne sont pas directement en relation avec les journalistes influent sur les acteurs qui entrent en relation avec eux³⁷.

Le changement (ou l'absence de changement) est la résultante de la pratique des acteurs sociaux. Chaque groupe d'acteurs ou d'agents s'active conformément à des règles spécifiques au domaine d'activité de l'acteur ou de l'agent. Les différents groupes d'acteurs entrent en relation les uns avec les autres, et chacun cherche à tirer le plus grand profit possible de cette relation : soit en maintenant ses propres règles (parce qu'elles lui conviennent) et en amenant les autres à adapter leurs règles aux siennes, soit en modifiant ses règles (parce qu'elles ne lui conviennent pas ou lui

³⁵ Ces rôles constituent des dispositifs cognitifs collectifs en lien avec la notion de paradigme. Sur la notion de dispositif cognitif collectif appliqué au journalisme, voir CHARRON, J. et DE BONVILLE, J. « La notion de paradigme journalistique : aspects théorique et empirique ». In Brin, C., Charron, J. et de Bonville, J. *Nature et transformation du journalisme...* P. 33-55.

³⁶ La démarche est exposée logiquement et non chronologiquement : le temps en question est donc une étape dans une démarche et la première opération à exécuter.

³⁷ Par exemple, les responsables de la publicité de la chaîne de télévision peuvent être sensibles aux influences de toutes sortes provenant des annonceurs et les relayer, d'une manière ou d'une autre, aux journalistes.

conviennent plus ou moins) pour les adapter à celles de groupes dont les règles sont plus congruentes avec la situation visée par le groupe.

La structure sociale est *en partie* produite et reproduite par les acteurs sociaux dans le cadre de leurs activités quotidiennes. Mais, avons-nous dit, la manière dont les acteurs remplissent leur rôle et même les modèles de comportement associés à ces rôles sont en partie aussi influencés par le statut des personnes titulaires des rôles en tant qu'agents sociaux (primaires ou collectifs). En fait, l'action individuelle est médiatrice entre la structure sociale et le déroulement quotidien de l'activité sociale³⁸, mais la structure sociale influe sur le déroulement quotidien de l'activité sociale non seulement par l'action des individus en tant qu'acteurs, mais aussi en tant qu'agents. Dans cette perspective, il importe de connaître le statut (économique, politique, social, culturel) des agents. Par exemple, un rôle assumé par une femme est rempli différemment, et les rôles que l'on peut accorder à des femmes sont très différents, selon qu'elles possèdent légalement le droit d'être propriétaire, touchent des salaires égaux, ont le droit de vote, ne sont soumises à aucune forme de domination masculine, sont fortement scolarisées, etc. De même en est-il de l'âge : être un jeune journaliste en 1925 et en 1975 n'a pas les mêmes implications. En 1925 (en toute hypothèse), les jeunes sont des agents primaires peu influents, tandis qu'en 1975, à l'évidence, ils constituent un puissant agent collectif. Ces deux dimensions (sexe, âge) présentes chez l'individu en tant qu'*agent*, relient cet individu à la structure sociale ; ou en d'autres termes, certains facteurs structurels (en l'occurrence des facteurs sociodémographiques) influent sur le déroulement de la vie quotidienne par la truchement des agents (c'est-à-dire des individus en tant qu'agents). D'où l'importance de certaines dimensions de la structure sociale dont l'étude peut ne pas apparaître d'emblée pertinente parce qu'elles ne concernent pas les *acteurs* en tant que tels, mais concernent plutôt les agents qui constituent la face cachée des individus-acteurs.³⁹

L'importance de la dimension diachronique apparaît évidente à la lecture de ce qui précède. Mais il y a lieu d'insister sur les implications méthodologiques du modèle explicatif. Il ne suffit pas, en effet, d'analyser séparément l'évolution historique des rôles et des acteurs d'une part et des agents d'autre part. Au contraire, le modèle suppose une dialectique des deux dimensions et donc requiert de prendre en compte systématiquement leur interaction⁴⁰. Un exemple hypothétique. Un rédacteur entre en fonction au journal télévisé en 1953. Comme la télévision est de création récente et qu'on a voulu assurer le transfert à la télévision du savoir-faire de la radio, ce rédacteur d'âge mûr a été socialisé au journalisme radiophonique au début des années 1940. Il applique donc dans l'accomplissement de ses tâches quotidiennes des schémas acquis à cette époque, il s'inspire de modèles de comportement professionnel hérités de journalistes plus âgés, modèles qu'il a adaptés en fonction des conditions qui prévalaient dans le journalisme et dans la société au moment où il a été socialisé (professionnellement). Ce dispositif cognitif est légèrement déphasé par rapport au

³⁸ Ou, autre formulation plus forte, elle est instantiatrice de la structure sociale dans l'activité quotidienne.

³⁹ Ces propositions impliquent évidemment une théorie capable de rendre compte adéquatement du statut respectif de la structure et de l'individu dans le fonctionnement de la société. Évidemment, l'exposé d'une telle théorie dépasse largement le cadre de ce texte. Pour synthétiser jusqu'à la schématisation abusive, disons que cette théorie comprendrait des éléments importants de la théorie de la structuration (A. Giddens. *La constitution de la société : éléments de la théorie de la structuration*. Paris : PUF, 1987) auxquels seraient associés, pour corriger les faiblesses de cette théorie, des éléments empruntés à l'approche *morphogénétique/statique* (caractérisée par un dualisme analytique et une position de réalisme critique) décrite par M. Archer (*Realist social theory...*).

⁴⁰ La résultante des interactions est en somme fonction du jeu des individus en tant qu'acteur et agent. Certes, les acteurs peuvent faire des erreurs, aléatoires (action qu'un acteur individuel reconnaît immédiatement ne pas avoir dû poser alors que les autres acteurs de la même catégorie ont agi autrement) ou systématique (mauvaise perception de son véritable intérêt d'acteur ou d'agent).

contexte de son action. Ainsi, en 1953, un nouveau journaliste se présenterait dans le métier avec, en mémoire, des règles sociales de comportement (acquises lors de la socialisation primaire) différentes de celles dont lui disposait au moment où il a débuté dans le journalisme dans les années 1940. Ce nouveau journaliste s'initierait au métier en imitant des comportements différents de ceux que lui-même avait imités au début des années 1940, ne serait-ce qu'à cause des aspects techniques de la radio et de la télévision. Quoi qu'il en soit, l'essentiel du dispositif cognitif et axiologique (schémas, valeurs, etc.) de ce journaliste demeure relativement approprié dans les contextes professionnel et social de sa pratique.

Quittons la chaîne de télévision pour y revenir une douzaine d'années plus tard. Le même individu occupe toujours les mêmes fonctions au journal télévisé. Sur le plan professionnel, il a contribué à l'élaboration de formes de journalisme spécifiques à la télévision ; il est donc attaché aux modèles de comportement associés au journalisme télévisé de 1965. Mais, il a maintenant plus de 50 ans et ressent vivement la tension entre ses valeurs sociales (acquises dans les années 1920 et lentement transformées depuis cette époque) et celles qui se généralisent dans les années 1960. Dans sa pratique professionnelle, il recherche la congruence entre les règles professionnelles et ses valeurs sociales. Mais les nouveaux journalistes, en phase avec les valeurs de leur génération, se servent des règles professionnelles, qu'il a maintenant implicitement la responsabilité de leur transmettre, pour produire une information dissonante par rapport à ses valeurs. Cette situation renforce le sentiment de tension, né de l'écart qu'il ressent plus ou moins confusément entre ses propres valeurs sociales et celles qu'une génération plus jeune véhicule. Dès lors, tension sociale et tension professionnelle se conjuguent. Mais le niveau de tension atteint son paroxysme à partir du moment où les jeunes journalistes dont il a assumé la socialisation professionnelle non seulement s'éloignent des règles qu'il leur a transmises, mais les modifient jusqu'à les rendre à ses yeux méconnaissables ou encore en inventent carrément de nouvelles. En moins de deux décennies, ce journaliste est passé d'agent de changement à agent⁴¹ de résistance au changement.

Cette biographie fictive démontre l'importance, pour comprendre l'évolution du journalisme télévisé, comme de tout phénomène social d'ailleurs, d'associer les transformations du rôle et de l'acteur aux avatars de l'agent. Ce postulat méthodologique⁴² impose une stratégie de recherche qui tienne compte systématiquement de toutes les dimensions pertinentes mentionnées plus haut (de l'économique au culturel) en tant que telles et de manière globale (d'où découle la nécessité d'étudier l'évolution de chacune de ces dimensions une à une), mais aussi dans leur rapport collectif (toutes dimensions confondues) avec les rôles et les acteurs (comme l'exemple précédent l'illustre très partiellement en ne considérant que la dimension âge). Dans la perspective proposée, les concepts d'âge, de sexe, de statut socio-économique, etc. ne sont pas des variables factices (comme le sont généralement les facteurs sociodémographiques dans les enquêtes sociologiques de type holiste), mais des facteurs lourdement significatifs sur le plan socio-historique. En conséquence, autant que faire se peut, l'observation et l'analyse devraient permettre de reconstituer en synoptique l'évolution de toutes les dimensions pertinentes à l'étude et, autant que possible, reconstituer cette évolution synoptique chez les sujets étudiés eux-mêmes (comme le permet, par exemple, l'approche prosopographique).

⁴¹ En l'occurrence, il s'agit d'un agent primaire puisqu'il ne fait pas partie d'un collectif d'agents qui se donnerait pour objectif de maintenir les règles anciennes.

⁴² Postulat en ce sens que, dans l'explication, nous privilégions la collecte d'information et d'observations compatibles avec cette voie d'explication.

Paradigme journalistique

Le concept de *paradigme journalistique* nous donne l'occasion d'explorer plus systématiquement le dispositif cognitif nécessaire à la pratique journalistique et dont la description occupera une part importante de la recherche. Un paradigme journalistique peut être défini comme « un système normatif (1) engendré par une pratique fondée sur l'exemple et l'imitation, (2) constitué de postulats, de schémas d'interprétation, de valeurs et de modèles exemplaires (2.1) auxquels s'identifient et se réfèrent les membres d'une communauté journalistique dans un cadre spatio-temporel donné, (2.2) qui soudent l'appartenance à la communauté et servent à légitimer la pratique. »⁴³ Attardons-nous un instant aux éléments de cette définition⁴⁴.

Il s'agit d'un *système normatif*, c'est-à-dire un ensemble de règles dans l'acception large que lui donne la théorie de la structuration. Nous entendons donc *normatif* non pas seulement dans le sens d'une règle formelle, explicite, dont les violations sont sanctionnées (ne serait-ce que moralement), comme c'est le cas pour une règle juridique ou déontologique, mais surtout dans le sens d'une règle informelle, tacite et faiblement sanctionnée, comme celles qui guident les activités routinières de la vie quotidienne, savoir-faire, savoir-dire, savoir-vivre inculqués par les rapports sociaux eux-mêmes. Cette dernière catégorie de règles affectent la pratique des acteurs sociaux en profondeur, de manière diffuse mais très généralisée, tandis que les premières règles se manifestent de manière plus superficielle et plus localisée, souvent à l'occasion de conflits de normes. On peut ranger parmi les règles « profondes » d'un paradigme journalistique, les conventions portant sur l'objet de la pratique journalistique. Par exemple, dans le journalisme d'information du 20^e siècle, on considère que les *nouvelles* doivent relater des *événements récents*. Autre évidence : on peut rapporter ce qui arrive de normal ou de routinier aux personnalités publiques, mais, en ce qui concerne les *gens ordinaires*, on se limite à ce qui leur advient d'exceptionnel. La structure d'un texte de nouvelle, le type de propositions qu'on y retrouve (essentiellement des énoncés narratifs ou descriptifs), le lexique à employer : tout cela fait partie des règles tacites dont l'existence n'apparaît, comme en creux, que lorsque les règles sont *textuellement* enfreintes. Pour les producteurs contemporains du JT, il va de soi qu'une nouvelle doit présenter une dimension visuelle importante⁴⁵ : la télévision n'est pas de la radio ; la même contrainte ne pesait pourtant pas sur la production du JT quatre décennies plus tôt.

Ce système normatif n'est nulle part formulé tel quel, de manière explicite et dans son intégralité. Certes, des éléments, comme les normes déontologiques, peuvent faire l'objet de discours officiels ou de pétitions de principe. Mais, pour l'essentiel, le système doit être décodé à partir de la pratique professionnelle, dont il est le point de départ et d'arrivée : le JT révèle les règles de sa production. L'initiation au journalisme consiste donc dans l'imitation et l'intériorisation de ce que font les journalistes : des normes déontologiques sans doute, mais surtout des « réflexes », des « automatismes » qui font qu'un journaliste est capable de distinguer un « événement » ponctuel, là où un profane ne voit qu'une suite ininterrompue d'activités, de retenir d'emblée les éléments « pertinents » et d'écarter des informations qui pourtant, aux yeux du profane, ne semblent pas avoir moins d'importance, d'ordonner, dans son reportage, les différentes informations afin de mettre en valeur les plus significatives à ses yeux. Acuité de vision, justesse de décision, rapidité d'exécution,

⁴³ CHARRON, J. et DE BONVILLE, J. « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition »....

⁴⁴ Ce passage est inspiré de CHARRON, J. et DE BONVILLE, J. « La notion de paradigme journalistique : aspects théorique et empirique »....

⁴⁵ « Pas d'images, pas de nouvelle ».

maîtrise des procédés stylistiques : autant de composantes de la compétence journalistique qui ne s'acquièrent que par la pratique⁴⁶.

À la base de ce savoir-faire, des postulats généraux (l'actualité est constituée d'événements ; un événement manifeste un écart par rapport au prévisible ; une nouvelle est ce qui peut être montré, etc.), des cadres d'interprétation (le silence d'un ministre en réponse à la question d'un journaliste cache quelque chose de louche ; l'annonce d'un investissement est une bonne nouvelle ; etc.), des valeurs (impartialité, justice, démocratie, progrès, etc.), et enfin des modèles (d'articles, de journalistes, de journaux, etc.) dont on peut s'inspirer dans sa propre pratique. Ces modèles proviennent du milieu même dans lequel s'initie le novice : c'est un collègue expérimenté qui « couvre » le même secteur, un journaliste connu d'une chaîne concurrente, un média en vogue, etc.

Les règles dont la maîtrise procure un savoir-faire propre aux journalistes s'imposent avec la force de l'évidence aux membres d'une communauté de journalistes au point de leur sembler relever de l'ordre naturel. Toutefois, la validité de ces règles est étroitement circonscrite dans le temps et l'espace. Certains principes qui faisaient consensus sont remis en cause ; des genres naissent, d'autres tombent en désuétude ; le style vieillit, des procédés se démodent ; ce qui allait de soi hier semble aujourd'hui poser problème. La présentation du JT des années cinquante paraît aujourd'hui aussi démodée que le style fusée d'une Cadillac 1959. À force d'ajustements de détail ou à l'occasion de crises, les conventions qui gouvernent la pratique journalistique se transforment en profondeur : les jeunes rejettent les pratiques qu'ils jugent « ringardes » ; les plus âgés, même s'ils ne s'en scandalisent pas, ne se reconnaissent plus dans les écarts des plus jeunes. De même, d'un pays à l'autre, d'une région à l'autre et même d'un média à l'autre, les règles changent ou sont sujettes à des applications diverses.

Le respect des règles assure la reconnaissance du journaliste par ses pairs et son appartenance à la communauté professionnelle. Comme toutes les traditions, la pratique journalistique trouve sa légitimité dans son existence même et dans le consensus sur sa pertinence. En résumé, le paradigme journalistique constitue un dispositif cognitif intériorisé par un groupe d'individus et qui leur permet de produire de manière « naturelle » et compétente un discours cohérent, reconnaissable par ses lecteurs comme du journalisme. Ce dispositif n'est pas la création spontanée d'une communauté de journalistes, mais la résultante de la pratique discursive antérieure à l'intervention de cette communauté. Même le journal télévisé, dont on peut retracer la genèse avec précision, trouve son origine dans des pratiques antérieures, plus particulièrement celles des reporters de la radio ou des actualités filmées.

Ces suggestions de méthode s'appuient sur la proposition théorique selon laquelle la pratique d'acteurs socio-temporellement situés (T_1) est conditionnée par la pratique des acteurs sociaux qui les ont précédés (T_0) ; en d'autres termes, les structures sociales à l'intérieur desquelles les acteurs agissent au T_1 sont une propriété émergente découlant de l'action des acteurs au T_0 . Par exemple, pour revenir à notre biographie fictive, un jeune journaliste n'invente pas le journalisme ; il s'initie au journalisme qui se pratique au moment où il entre dans le métier (J_0) ; pendant sa carrière, il contribue avec les autres journalistes de sa génération à modifier le journalisme dont il a hérité (J_0), et ce journalisme (J_1), il va le léguer aux plus jeunes lorsqu'il quittera la profession ; ces derniers continueront d'oeuvrer, inconsciemment la plupart du temps, à la transformation du journalisme (J_2),

⁴⁶ Voir à ce sujet MATHIEU, D. *Approche cognitive de la compétence journalistique*. Québec : Département d'information de communication, Université Laval, 2003. (*Études de communication publique*, no 17)

dont hériteront leurs successeurs. Il s'agit certes d'un scénario simpliste, puisque de nouveaux journalistes entrent dans le métier ou le quittent chaque année. Cependant, il illustre le fait que la transformation du journalisme est une oeuvre collective ; le journalisme est une propriété culturelle émergente de la pratique même des journalistes, et chaque journaliste hérite d'une structure culturelle élaborée par d'autres que lui. Dès lors, il est lui-même un important responsable de la reproduction de cette structure, tout comme il contribue à l'apparition d'un journalisme, plus ou moins différent (compte tenu des conditions qui auront prévalu durant la période où il aura pratiqué le journalisme), qui sera celui des journalistes qui lui succéderont.

CONCLUSION

Ce qu'il s'agit de saisir dans cette recherche, ce sont les propriétés de fond et de forme du JT québécois, à travers leur évolution sur un demi-siècle ; ce sont aussi les transformations des pratiques qui assurent la production de ce discours journalistique spécifique, c'est-à-dire des règles qui guident ces pratiques et des ressources qui les rendent possibles. Au-delà de cette nécessaire description, la recherche vise surtout à discerner l'influence des différents paramètres exogènes (politique, culturel, économique, etc.) et leur modalité d'action. Nos hypothèses générales à cet égard sont que (H_{202}) l'influence des facteurs exogènes est médiatisée, du point de vue des journalistes, par l'organisation médiatique et ses dirigeants, et (H_{203}) du point de vue de ces derniers par les appareils politique et réglementaire auxquels ils sont redevables⁴⁷. En d'autres termes, dans le cas de la télévision et du JT, la dynamique économique du marché ne joue pas aussi librement que dans le cas de l'industrie de la presse, plus libre dans son évolution. Il serait plus juste d'écrire que les lois du marché opèrent plus à l'abri des interventions politiques et réglementaires dans le cas de la presse. Cela dit, l'influence du marché n'est pas suspendue dans le cas de la télévision, mais plutôt soumise à l'intervention ponctuelle du politique. Celui-ci peut, dans un contexte socio-historique donné, contrôler fortement, voire éliminer, cette influence et, dans un autre contexte, y donner libre cours. Pourquoi et selon quelles modalités ces décisions s'imposent-elles ? Voilà des questions essentielles pour comprendre l'évolution des formes du discours télévisuel et, en particulier, du JT. En effet, ces décisions ne sont pas prises dans un vacuum culturel et économique. Au contraire, elles rendent compte dans une large mesure d'un état socio-historiquement défini de la culture ; elles répondent aux pressions, voire aux impératifs, économiques, tels qu'ils se manifestent sur des marchés et à des époques donnés. Or – c'est une autre de nos hypothèses générales – (H_{204}) le JT est discursivement congruent avec une situation socio-historique donnée, elle-même définie par ses dimensions culturelle, démographique, économique, etc.

Dans cette perspective, le modèle explicatif proposé possède plusieurs propriétés heuristiques. En tant que modèle, il présente un tableau cohérent d'une partie de la réalité sociale, et de toutes les dimensions pertinentes de cette partie de la réalité. L'ensemble des hypothèses qui composent le modèle forment une entité, chacune d'elles contribuant à la cohérence de l'ensemble. Bien que, dans le détail, la validité de ce tableau doive être évaluée – c'est le but de la recherche empirique – celui-ci fournit des systèmes de relations à l'oeuvre dans la réalité sociale une représentation suffisamment précise pour guider efficacement la démarche scientifique. Si certaines hypothèses particulières peuvent être réfutées par les faits, la hiérarchie des facteurs d'influence ou la cohérence d'ensemble du modèle ne peuvent être sérieusement remises en cause sans que, par voie de conséquence, la validité de la théorie dont s'inspire le modèle ne soit affectée de manière plus ou moins profonde. À travers le modèle, la théorie s'expose à la critique.

Le modèle peut aussi être comparé à une carte géo-historique à l'intérieur de laquelle le chercheur, en particulier le chercheur novice, peut repérer des territoires et des épisodes qui l'intéressent

⁴⁷ Ou, plus concrètement et plus justement, dans la pratique sociale quotidienne, l'influence se transmet par le truchement des acteurs qui remplissent des rôles assignés dans et par ces appareils.

particulièrement et sur lesquels il souhaiterait concentrer son attention. Sa recherche peut emprunter une approche diachronique et couvrir un territoire circonscrit sur plusieurs des périodes découpées par le modèle ; elle peut aussi se déployer plus largement sur le territoire, mais se limiter à des périodes plus courtes ; ou encore, se concentrer sur un cas, une institution, un groupe d'acteurs, un individu, etc. Dans cette perspective, le modèle fournit un large répertoire de pistes de recherche. Mais ce répertoire n'est pas sans ordre ou constitué selon un ordre arbitraire, comme une liste alphabétique ; au contraire, chaque hypothèse est socio-historiquement située, solidement arrimée à la chaîne et à la trame d'un contexte donné, de sorte que la mise à l'épreuve ponctuelle d'une hypothèse particulière, lorsque théoriquement située dans le modèle et réalisée selon les règles de l'art, peut contribuer à la réfutation du modèle et de la théorie dont il s'inspire.

À cause de son niveau d'abstraction plus grand que le récit purement idiographique, le modèle se prête à la comparaison et peut facilement être transposé, *mutatis mutandis*, dans d'autres contextes géographiques, historiques ou institutionnels. Que faudrait-il modifier, dans le modèle adapté au contexte québécois, pour qu'il rende compte de l'évolution du JT en France ou en Grande-Bretagne, de l'évolution du journalisme écrit ou de celle de l'information radiophonique ? En fait, le modèle contient un grand nombre d'hypothèses explicatives aisément transposables (parce que plus générales, puisqu'elles dénotent des systèmes de relations), imbriquées dans des hypothèses descriptives dont l'extension est plus restreinte et qui exigent un effort d'ajustement plus grand. Cela dit, par l'analyse comparative à laquelle il se prête, le modèle est un instrument précieux au service de la théorie. Si cette dernière peut aisément être appliquée à différents contextes socio-historiques, sa validité demeure incertaine tant qu'elle n'a pas fait l'objet d'une mise à l'épreuve systématique. Or, l'analyse comparative, à travers le temps, l'espace ou les cultures, constitue un test critique de la validité et de la généralité d'une théorie.

Le JT constitue enfin un terrain particulièrement fécond pour étudier l'interaction entre, d'une part, une pratique culturelle et sociocognitive et, d'autre part, une configuration technique. Beaucoup plus que le journalisme écrit, le journalisme télévisé est conditionné par un arsenal technique en progrès rapide et constant. Les caractéristiques générales (électronique, informatisation, miniaturisation, etc.) de la configuration technique à laquelle appartiennent les formes contemporaines de journalisme interviennent dans le travail du journaliste de manière beaucoup plus directe à télévision que dans la presse. Le JT apparaît donc comme un laboratoire particulièrement instructif pour étudier l'appropriation culturelle, professionnelle et institutionnelle de la technique. L'intérêt du cas est décuplé par la nouveauté du phénomène. En effet, le JT constitue, en accéléré, une véritable morphogenèse de pratique culturelle ; cette caractéristique le singularise parmi l'ensemble des autres formes de journalisme et en fait un objet de recherche particulièrement instructif.

LISTE DE RÉFÉRENCES

ARCHER, Margaret. *Realist social theory : the morphogenetic approach*. Cambridge : Cambridge University Press, 1995.

BOYER, Henri. « Scription et écriture dans la communication journalistique ». In Charaudeau, P. *La presse : produit, production et réception*. Paris : Didier Érudition, 1988. P. 71-92.

CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition ». *Communication*. Vol. 17, no 2 (1996). P. 51-97.

CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le journalisme ». In Lemieux, D. et al. (dir.) *Traité de la culture*. Québec : Éditions de l'IQRC, 2002. P. 889-907.

CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « La notion de paradigme journalistique : aspects théorique et empirique ». In Brin, Colette, Charron, Jean et de Bonville, Jean. *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*. Québec : Presses de l'Université Laval, 2004. P. 33-55.

CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Éléments d'un modèle théorique du changement dans le journalisme ». In Brin, Colette, Charron, Jean. et de Bonville, Jean. *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*. Québec : Presses de l'Université Laval, 2004. P. 57-85.

CHARRON, Jean. et DE BONVILLE, Jean. « Les mutations du journalisme : modèle explicatif et orientations méthodologiques ». In Brin, Colette, Charron, Jean. et de Bonville, Jean. *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*. Québec : Presses de l'Université Laval, 2004. P. 87-120.

CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le système de journaux : définition et modélisation du concept ». In Brin, Colette, Charron, Jean et de Bonville, Jean. *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*. Québec : Presses de l'Université Laval, 2004. P. 219-241.

CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le journalisme et le marché : de la concurrence à l'hyperconcurrence ». In Brin, Colette, Charron, Jean et de Bonville, Jean. *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*. Québec : Presses de l'Université Laval, 2004. P. 273-316.

DEBRAY, Régis. *Cours de médiologie générale*. Paris : Gallimard, 2001. (Coll. Folio essais).

DEMERS, Frédéric. « Sur l'historiographie de la télévision au Québec et le pesant récit de la révolution tranquille ». *Mens*. Vol. 3, no 2 (2003). P. 234-267.

FOURNIER, André. *Les nouveaux messagers : chronique de la vie des journalistes de la radio et de la télévision au Parlement de Québec*. Montréal : Éditions du Méridien, 1992.

GIDDENS, Anthony. *La constitution de la société : éléments de la théorie de la structuration*. Paris : Presses Universitaires de France, 1987.

HALLIDAY, Michael A.K. *Language as social semiotic : the social interpretation and meaning*. London : Edward Arnold, 1986.

LOCHEAD, Richard. *Beyond the printed word : the evolution of Canada's broadcast news heritage = Au-delà de l'écrit : le patrimoine de la radio-télédiffusion des nouvelles au Canada*. Kingston, Ont. : Quarry Press, 1991.

MCQUAIL, Denis et WINDAHL, Sven. *Communication models for the study of mass communications*. London : Longman, 1981.

MATHIEU, David. *Approche cognitive de la compétence journalistique*. Québec : Département d'information de communication, Université Laval, 2003. (*Études de communication publique*, no 17).

NADEAU, Pierre. *L'impatient*. Montréal : Flammarion, 2001.

SCHAAP, Gabi. « Research bibliography : three decades of television news research ». *Communications : European journal of communication research*. Vol. 23, no 3 (1998). P. 331-350.

SCHAAP, Gabi, RENCKSTORF, Karsten, WESTER, Fred. « Three decades of television news research : an action theoretical inventory of issues and problems ». In Renckstorf, Karsten, McQuail, Denis et Jankowski, Nicholas (dir.). *Television news research : recent European approaches and findings*. Berlin : Quintessenz Verlag (Communications Monograph, 2). P. 47-89.

THINÈS, Georges et LEMPEREUR, Agnès. *Dictionnaire général des sciences humaines*. Paris : Éditions Universitaires, 1975.

WILLETT, Gilles *et al.* *La communication modélisée : une introduction aux concepts, aux modèles et aux théories*. Ottawa : ERPI, 1992.