

Université de Montréal

JOURNALISME ET IMMÉDIATÉTÉ : DES PRATIQUES JOURNALISTIQUES
EN ÉVOLUTION

par
Sébastien Larocque

Département de communication
Faculté des Arts et des Sciences

Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de maîtrise
en communication, option médiatique

Avril 2021

© Sébastien Larocque, 2021

Ce mémoire intitulé

**Journalisme et immédiateté : des pratiques journalistiques
en évolution**

Présenté par
Sébastien Larocque

A été évalué par un jury composé des personnes suivantes

Tamara Vukov
Présidente-rapporteuse

Juliette De Maeyer
Directrice de recherche

Mirjam Gollmitzer
Membre du jury

Résumé

Ce mémoire de recherche-crédation a comme objectif de mieux comprendre les perceptions qu'ont les journalistes sur leur travail quotidien à l'ère numérique. Plus précisément, on tente de comprendre comment ces perceptions ont évolué depuis l'intégration des nouvelles technologies, comme Internet et les réseaux sociaux, au sein des entreprises médiatiques dans les 10 dernières années. En s'inspirant du concept d'accélération sociale d'Harmut Rosa, nous voulions examiner comment l'immédiateté conditionne quotidiennement les perceptions des journalistes sur les pratiques journalistiques. Pour l'illustrer, nous avons interviewé huit journalistes canadiens issus des quatre médiums différents – la télévision, la radio, la presse écrite et le web. D'autres facteurs comme l'âge, l'expérience de travail et le genre ont été pris en considération dans le processus de sélection des participants afin d'obtenir différentes perspectives sur le phénomène à l'étude. Ainsi, les journalistes participants ont été questionnés sur leurs façons de travailler et sur leur production, mais aussi sur leur rythme de travail, leur rapport au temps, l'intégration des technologies dans leur travail et les impacts de celles-ci. Les résultats, présentés sous forme de mise en abîme du journalisme, montrent que les journalistes ont l'impression qu'ils travaillent plus, travaillent plus vite, ont plus de pression, sont plus autonomes et multitâches, mais aussi que l'évolution des méthodes de travail a des répercussions sur la qualité de l'information. Ces sujets sont tous abordés dans les articles d'analyse rédigés pour le site web (Annexe 1) qui a été créé pour la partie créative de ce mémoire. Pour en arriver à ces résultats, nous avons opté pour une analyse thématique. Bien entendu, le faible échantillon de l'étude ne permet en aucun temps de proposer des généralités en la matière. Malgré cela, le nombre d'éléments communs dans chacune des entrevues démontre un raisonnement qui porte à croire que le travail des journalistes a bel et bien évolué depuis le début de l'ère numérique.

Mots-clés: Journalisme, accélération sociale, pratiques journalistiques, recherche-crédation, technologies

Abstract

This research-creation dissertation aims to better understand the perception that journalists have on the daily work in the digital age. More specifically, we try to understand how these perceptions have evolved since the integration of new technologies, such as the Internet and social networks, within media companies in the last 10 years. Drawing on Harmut Rosa's concept of social acceleration, we wanted to examine how immediacy conditions the perceptions that the press workers have on journalistic practices on a daily basis. To demonstrate this, we interviewed eight Canadian journalists from four different media - television, radio, print and the web. Other factors such as age, work experience and gender were taken into consideration in the selection process of participants in order to gain different perspectives on the phenomenon under study. Thus, the participating journalists were questioned about their ways of working and their production, but also about their pace of work, their relationship to time, the integration of technologies into their work and the impacts of these on their work. The results, presented in the form of a news website, show that journalists are under the impression that they work more, work faster, are under more pressure, are more autonomous and required to multitask, but also that the evolution of working methods has repercussions on the quality of the news. These topics are all covered in the articles written for the website (Appendix 1) that was created for the creative part of this dissertation. To get to these results, we opted for a thematic analysis. Of course, the small sample of the study does not at any time allow us to offer generalities in this area. Despite this, the number of common elements in each of the interviews demonstrates reasoning that suggests that the work of journalists has indeed evolved since the onset of the digital age.

Keywords : Journalism, social acceleration, journalistic practices, research-creation, technology

Table des matières

Résumé	3
Abstract	4
Tables des matières	5
Remerciements	6
Dédicace.....	7
Introduction	8
Revue de littérature (conceptualisation).....	9
Objectifs et question de recherche	27
Méthodologie.....	29
Recherche qualitative.....	30
Entrevue	32
Participants.....	39
Recherche-création	42
Conclusion.....	54
Bibliographie	59
Annexe 1 – Liens vers le site web.....	63

Remerciements

En premier lieu, j'aimerais remercier ma directrice de recherche, Juliette De Maeyer, pour son encadrement, son appui, sa contribution dans l'évolution de ma pensée, sa confiance en moi tout au long de mon parcours, mais surtout pour sa patience.

Merci également à tous les professeurs qui m'ont encouragé à persévérer et m'ont offert leur soutien durant mon parcours académique.

Un merci spécial au professeur Martin Blais qui m'a grandement motivé dans l'atteinte de mes objectifs, et sans qui cette aventure n'aurait sans doute pas eu lieu.

Merci aux journalistes qui ont volontairement donné de leur temps pour rendre mon projet possible. Pour le partage de vos expériences et la richesse des propos recueillis, j'en suis grandement reconnaissant.

À mes ami(e)s qui m'ont écouté, encouragé et conseillé, je vous en dois une!

À ma famille, sans vous rien de tout cela n'est possible. De près ou de loin, vous avez été la pierre d'assise de ma réussite académique, professionnelle et personnelle.

À toi maman, qui de là-haut sans le savoir joue un rôle déterminant dans ma vie. Veille sur nous. Je t'aime.

Dédicace

«Be the person you needed when you were younger»
- Anonymous

Introduction

L'ère numérique qui touche les médias donne-t-elle lieu à un renouveau au sein de la profession de journaliste? Les pratiques journalistiques vont-elles réellement plus vite ou n'est-ce qu'une simple illusion qu'apportent les technologies? Ces questions, entre autres, ont généré les motivations derrière ce travail de recherche. Ainsi, l'étude aura comme but d'identifier si des changements ont eu lieu dans les dernières années au sein des routines quotidiennes des journalistes en fonction de l'immédiateté et des cycles de nouvelles en continu.

Premièrement, le concept de l'immédiateté est au cœur du raisonnement scientifique que propose l'étude. Il est devenu à la fois plus facile pour les consommateurs d'obtenir des informations, mais tout aussi facile pour les médias de diffuser l'information continuellement à l'ère numérique. En ce sens, les nouvelles arrivent de façon instantanée dès lors qu'un événement se produit, et ce, tout au long de la journée.

De là, certains questionnements surgissent déjà : pour qui? pourquoi? et comment? En d'autres mots, comment fonctionne le processus rédactionnel des journalistes? Dans l'optique de cette recherche, ceci se traduit par comment les journalistes construisent leur reportage au quotidien aujourd'hui contrairement aux années qui ont précédé ce virage numérique. De là, un travail de terrain exhaustif mettant l'emphase sur le rythme de travail et le rapport au temps des journalistes permettra d'analyser le cœur de la problématique.

Deuxièmement, l'autre concept qui est fondamental à cette étude est celui des cycles de nouvelles en continu. Cette notion est intrinsèquement liée à celle de l'immédiateté préalablement discutée. Le constat initial en ce sens est que les cycles de nouvelle sont le véhicule qui donne lieu à l'immédiateté au sein des médias. En effet, un survol des différentes plateformes (chaînes télévisuelles, applications mobiles et site web pour ne nommer que celles-ci) de différents médias témoigne de ce

constat. La prémisses est celle qu'une émission en direct telle que LCN et RDI permet aux médias de diffuser leur contenu immédiatement. L'envoi d'alertes à l'aide d'applications et la flexibilité qu'offre le web sont aussi des exemples importants.

Ainsi, ces différentes plateformes ont contribué à l'affaissement voire au renouveau des heures de tombée au sein des médias. Dans cette étude, les participants seront appelés à témoigner de leurs expériences au quotidien notamment en lien avec les heures de tombée qui ne sont plus fixes comme ce fut longtemps le cas. Les témoignages recueillis permettront aussi de constater les effets des cycles de nouvelles en continu sur les pratiques journalistiques.

Enfin, la recherche aura comme objectif principal de déceler les changements qui ont lieu au sein du travail des journalistes, le cas échéant. Qui plus est, il sera question de contextualiser le phénomène relativement aux concepts d'immédiateté et de cycles de nouvelles en continu. De plus, la recherche n'a pas que pour but de confirmer ou infirmer si des changements ont lieu au sein des pratiques journalistiques, mais bien de comprendre le contexte derrière cette première attestation.

Revue de littérature (conceptualisation)

Lorsqu'il est question de l'accélération dans un contexte quelconque, le sociologue allemand Hartmut Rosa semble être la référence de nombreux auteurs. En effet, Rosa a été un des théoriciens à avoir exploré le concept d'accélération et à en faire une théorie. Ce dernier disait entre autres que l'accélération du rythme de vie était «une augmentation du nombre d'épisodes d'action ou d'expérience par unité de temps» (Rosa, 2012, p. 25). Cette explication de Rosa est au cœur d'une des trois catégories de l'accélération, soit celle de l'accélération du rythme de vie. Les deux autres sont l'accélération technique et l'accélération du changement social.

Or, chacune des catégories possède des caractéristiques précises en fonction des sphères de la vie qu'elle modifie. Ce faisant, elles conditionnent le rapport que les individus entretiennent avec le temps au quotidien et leur mode de vie. Par exemple, l'accélération technique est définie par Rosa comme étant «l'accélération intentionnelle de processus orienté vers un but». Concrètement, c'est dire que les individus font des choix qui leur permettent de gagner du temps. Ceci s'applique tant sur le plan communicationnel, notamment par l'envoi de courriel contrairement à l'envoi de fax, que dans les déplacements, par le choix du mode de transports privilégié, entre autres (Rosa, 2012, p.18).

Par ailleurs, Harmut Rosa note que l'accélération se manifeste aussi «à l'intérieur» de la sphère sociale. L'accélération du changement social est basée sur cette notion que «les rythmes de changements sont eux-mêmes en train de changer» (Rosa, 2012, p.20). En bref, la société évolue comme un tout en raison des changements qui s'opèrent dans les habitudes de vie des gens, leurs interactions les uns envers les autres et dans leur mode de vie, entre autres.

Mais comment l'accélération se matérialise-t-elle dans la vie quotidienne d'une population, par exemple ? D'emblée, Rosa (2012) rejette l'idée que les technologies sont entièrement responsables de l'accélération du rythme puisque rien n'oblige un individu d'augmenter ses actions en ayant recours aux différentes technologies (p.33). Le sociologue est plutôt d'avis que l'accélération se manifeste grâce à deux moteurs qui servent de propulseurs : le moteur social, qu'il définit comme la compétition, et le moteur culturel, qu'il catégorise comme une «promesse de l'éternité», métaphore empruntée à la religion pour mettre de l'avant un mode de vie basé sur les offres et les possibilités.

Dans une société axée sur un modèle capitaliste, la compétition est au cœur du modèle économique. Dans celui-ci, les notions du temps et de l'argent sont intrinsèquement liées parce que les entrepreneurs cherchent la plupart du temps à augmenter les profits tout en réduisant le temps qu'ils consacrent à une tâche (Rosa, 2012, p.34). «La réussite est définie comme le labeur ou le travail effectué

en un temps donné (la puissance = le travail divisé par le temps, physique), d'où le fait que l'accélération et l'économie de temps sont directement liées à l'obtention d'avantages concurrentiels – ou bien (...) au maintien de sa propre position» (Rosa, 2012, p.36-37). Or, cette affirmation s'applique tout autant à la sphère de la vie sociale, selon Harmut Rosa (2012). Par ses interactions, l'individu tend à être en quête de succès en comparant son statut social aux autres.

La définition du succès proposée par Rosa est particulièrement intéressante si on l'applique au domaine du journalisme. D'un point de vue économique, ça ne fait pas de doute, la survie des médias, du moins ceux qui appartiennent à des intérêts privés, est intrinsèquement liée aux revenus publicitaires. Et pour générer ces revenus, il est important pour une entreprise médiatique de se distinguer de ses rivaux. En l'occurrence, cette distinction provient de la sphère de la vie sociale du premier moteur de l'accélération. C'est-à-dire qu'un média parviendra à se démarquer des autres notamment par la réputation qu'on lui confère. Celle-ci est déterminée, entre autres, par la popularité que le média possède, qui elle, est à son tour établie en fonction du nombre d'abonnés (cotes d'écoute et nombre de clics).

Le moteur culturel quant à lui repose sur l'idée d'une «vie accomplie» en maximisant l'accomplissement du plus grand nombre de choses avant la mort, raisonnement emprunté à la promesse religieuse de vie éternelle par Rosa (2012). «L'accélération sert ainsi de stratégie pour effacer la différence entre le temps du monde et le temps de notre vie» (Rosa, p.40). Or, il y a là un paradoxe puisque l'augmentation du nombre d'actions réalisées en un espace-temps donné fait aussi augmenter le nombre de possibilités, selon Rosa (p. 40). La promesse ne peut donc jamais être réalisée.

Mais ces forces motrices externes ne sont plus nécessaires pour alimenter l'accélération sociale puisqu'elle s'est transformée en un «système autopropulsé» par un cycle formé par les trois catégories préalablement expliquées (accélération technique, accélération du changement social et accélération

du rythme de vie) (Rosa, 2012, p. 41). «L'accélération technique (...) apporte presque inévitablement toute une gamme de changements dans les pratiques sociales, les structures de communication et les formes de vie correspondantes» (p. 41).

En ce sens, des auteurs comme John Tomlinson (2007), Kostas Saltzis (2012) et Christophe Deleu (1998), entre autres, ont concentré leurs études sur le concept de l'accélération dans le milieu journalistique. Deleu indique que «le journalisme d'information a toujours été marqué par l'impérieuse nécessité d'aller plus vite.» (Deleu, 1998, p. 208) L'histoire et l'évolution du journalisme témoignent de la véracité des propos de Deleu.

Si jadis le journalisme de presse écrite était synonyme de rapidité, la venue de la radio et, éventuellement, de la télévision a vite bouleversé les façons de faire et de livrer l'information. En effet, la presse écrite était la voie médiatique la plus utilisée. La venue de la radio comme média a été un exemple probant des conséquences de l'accélération sur le journalisme. Elle permettait, entre autres, une meilleure accessibilité à l'information. Contrairement à la presse écrite et à la télévision, la radio permettait aux gens d'obtenir de l'information en direct, presque au moment même où l'événement en question se produisait.

Le scénario se répète à l'ère numérique depuis la venue de l'internet et, un peu plus tard, celle des réseaux sociaux. Les sites internet étant aujourd'hui liés aux médias sociaux des entreprises, cela fait en sorte que les nouvelles se propagent à une vitesse accentuée. Internet est du même coup devenu un choix prôné dans la diffusion des nouvelles. Grâce à l'internet, les médias parviennent à rejoindre un plus grand auditoire. Bref, le concept d'accélération est plus souvent qu'à son tour associé aux changements technologiques (Deleu 1998; Lewis et Cushion, 2012; O'Sullivan et Heinonen, 2008).

Les informations qui sont publiées sur les sites web ou les réseaux sociaux des institutions médiatiques sont disponibles en tout temps, sans contrainte ou presque. Notamment, Christophe Deleu

(1998) notait qu'internet égalait vitesse. À ce jour, les médias partagent le contenu de leur site web sur les réseaux sociaux. Les deux plateformes permettent une diffusion plus rapide que les moyens traditionnels (journaux, télévision et radio) «Disponible 24 heures sur 24, sans frontières géographiques qui offrent la possibilité de faire le tour de la planète en quelques secondes et de l'utiliser sans autres limites que celle de notre imagination» (Deleu, 1998, p. 213).

Dans le milieu journalistique, le concept de l'accélération a été étudié et défini de différentes façons. Pour sa part, Amadine Degand définit le phénomène comme étant «[...] le fait de traiter l'information en temps réel» (Degand, 2011, p. 2). Elle utilise plutôt le terme immédieteté pour parler de l'accélération. D'autres utiliseront le terme instantanéité.

La notion de temporalité est au cœur des études sur l'immédieteté dans les médias. Ce faisant, le terme temps réel est souvent employé. Dans un cadre journalistique, celui-ci signifie que l'information est publiée en direct (Degand, 2011). Qui plus est, le phénomène n'a été rendu possible qu'en raison des avancées technologiques qui ont touché le domaine, selon elle. Le concept en soi pourrait se traduire par «ici et maintenant», slogan dont s'est doté la société d'État Radio-Canada dans les dernières années.

Ainsi, l'une des conditions à l'immédieteté est l'absence d'un intermédiaire. En effet, Degand indiquait que le temps réel se définissait par ce qui pouvait être dit «direct» et «immédiat». Elle ajoute que «le temps réel est donc le temps tel qu'il est vécu et calculé par nos sociétés et durant lequel se déroulent des événements qui peuvent éventuellement être transformés en information» (Degand, 2011, p. 3). Par exemple, les cérémonies, les événements sportifs et les procès juridiques de style «cover it live» sont dignes du temps réel, selon Degand. Elle insiste sur le fait que les nouvelles ne peuvent être diffusées en temps réel puisque les médias en soi sont des intermédiaires qui «retardent» dans une certaine mesure la présentation des informations.

Le terme «cover it live» renvoie à cette idée que les journalistes parviennent à rendre compte des événements en direct, avec exactitude et sans délai. Par exemple, c'est le cas d'un point de presse diffusé en temps réel à la télévision. Les journalistes sur place le présentent tel quel. Le réseau social Twitter peut aussi servir d'exemple puisque les journalistes y accentuent leur présence pour diffuser des informations en direct.

Néanmoins, selon Degand (2011, p.7), «rares sont les véritables informations qui sont relayées immédiatement, [...] nous pouvons considérer qu'un match de football est un événement qui peut être diffusé et commenté au moment même où il se déroule. Il y va de même pour des négociations ou des cérémonies retransmises en direct [...]». À l'ère numérique, les diffusions en direct sur les réseaux sociaux cadrent parfaitement dans la définition du «cover it live». En bref, c'est dire que les actualités sont diffusées et commentées au moment même où elles ont lieu.

Pour sa part, le terme immédiateté est défini de différentes façons dans la littérature. Pour John Tomlinson (2007), l'immédiateté et la technologie vont forcément ensemble, alors que Brian Massey et Mark Levy (1999) notent qu'il est plutôt le résultat d'un processus culturel. Pour les fins de cette étude, le terme immédiateté aura une conception plus neutre. C'est-à-dire qu'il ne sera pas forcément associé à une construction sociale et culturelle comme le prétendent Massey et Levy (1999) ni comme un dépendant à la technologie comme l'explique John Tomlinson (2007).

Michael Karlsson proposait ceci comme définition de l'immédiateté : «Immediacy means that there is, in theory, virtually no lay between when information is received or crafted at a news producer and when the information is passed on to the news consumer» (Karlsson, 2007, p. 2). Cette définition entrecoupe celle que proposait Degand dans la mesure où une information dite immédiate ne peut être contrainte à une temporalité tel que l'imposent les médias. Les auteurs perpétuent cette idée selon

laquelle l'immédiateté est libre de tout intermédiaire. Les termes immédiateté et instantanéité sont souvent employés à titre de synonyme. Il sera de même pour les fins de cette étude.

Enfin, l'accélération est un autre moteur qui contribue à l'accentuation récente de l'immédiateté. L'auteur John Tomlinson décrit l'accélération comme étant une culture de l'immédiateté. «[...] Pertaining to the time, current or instant [...] occurring without delays or lapse in time, done at once, instant. [...] It connotes, [...] ideas of a culture of instantaneity» (Tomlinson, 2007, p. 74).

Ainsi, cette culture d'instantanéité a fait place à des «news cycle» en continu, entre autres (Saltzis 2012; Bivens 2008; Lewis et Cushion 2009). Pour les fins de cette étude, nous définirons les cycles de nouvelles comme étant le roulement quotidien des instances médiatiques. D'une part, les équipes de rédacteurs demandent continuellement de l'information aux journalistes qui en revanche composent avec la réalité de l'accélération.

Par contre, l'accent est davantage mis sur le contenu (des sites internet, des bulletins de nouvelles et des réseaux sociaux) bien plus que la qualité de l'information. En ce sens où il est devenu plus important d'avoir du contenu à publier et être premier sur la nouvelle plutôt que d'attendre d'avoir un reportage complet sur un sujet quelconque. «The age of 24-hour news cycles has created a medium that privileges immediacy» (Lewis & Cushion, 2009, p. 305).

En d'autres mots, c'est dire qu'il n'y a plus d'heure de tombée réelle pour les journalistes parce que l'information est en continu en tout temps. Karlsson affirmait qu'il y a désormais un «deadline every minute [...] the deadline is always now» (Karlsson, 2007, p. 4). Il s'est intéressé au phénomène des cycles de nouvelles en continu. «As a consequence news producers can publish literally every second and continue to work on them after they have been published. This can lead to a shortened news cycle and increases speed in news production» (Karlsson, 2007, p. 6). Phénomène aussi exploré par Nikki Usher (2018), qui notait que «every medium now shares the same deadline. [...] online news has "borrowed"»

from television and moved to a culture of constant high-speed coverage» (p.23). Dans un esprit de compétition entre les différents médias, l'idée principale est que l'immédiateté a imposé cette notion qui veut que les médias qui obtiennent des informations crédibles le plus rapidement connaissent plus de succès (Usher, 2018).

Ce phénomène est d'autant plus vrai à l'ère numérique et depuis l'avènement des plus récentes technologies. Toutefois, il ne se limite pas qu'à l'ère de l'internet. Par exemple, les chaînes médiatiques comme Radio-Canada et TVA proposent toutes les deux des émissions d'informations en direct à longueur de journée. Même chose du côté de la radio qui permet aux producteurs d'être en ondes constamment. Les journaux quant à eux écrivent désormais pour le web en premier plutôt que pour le journal lui-même. Ces trois exemples illustrent tous un changement technologique propre à leur médium de transmission qui a accéléré la façon de livrer l'information, augmentant le débit de production des journalistes.

C'est particulièrement vrai pour les journaux qui sont sans doute les plus affectés par l'immédiateté et les cycles de nouvelle en continu. La présence des cycles de nouvelle 24h date des années 1980 et 1990 où les chaînes d'informations telles que CNN et Fox News ont vu le jour (Pollard, 2009). Toutefois, il y a pour Nick Pollard un paradoxe fort présent au sein des chaînes d'informations 24h. Celles-ci contribueraient plutôt à une désinformation. Ceci s'explique surtout en raison du fait que le contenu est recyclé d'heure en heure. À son avis, seulement «10% [du contenu] are "meaningful updates"» (Pollard, 2009, p. 111). Le fait de recycler des nouvelles d'heure en heure peut créer une confusion chez le lecteur. Les mises à jour ne sont pas assez significatives pour procéder ainsi.

Dans *Vitesse et politique* (1977), Paul Virilio abonde en ce sens. Son étude sur la dromologie le pousse à statuer que la vitesse, le désir d'aller toujours plus vite, n'est plus un vouloir qui est lié à un déplacement spécifiquement, mais que les individus sont plutôt à la recherche de faire disparaître les

distances dans un rapport entre l'espace et le temps. En bref, la dromologie se définit comme étant l'étude du rôle joué par la vitesse dans différents aspects de la société. Le concept du «fleet in being» de Virilio réinterprète cette notion en y incorporant un point de vue sur la distance. En effet, on considère désormais que la vitesse va de pair avec l'élimination de la distance qui sépare l'émetteur du récepteur. Ainsi, «il réalise en permanence une course vers l'au-delà» (Virilio, 1977, p. 48). Ce faisant, et puisque ces écrits traitaient d'abord de la guerre, le philosophe français dépeint l'absence de mouvement comme la mort.

C'est aussi vrai si on transpose ces notions dans l'environnement médiatique contemporain. La compétition, installée entre les différents médias depuis longtemps, incite les entreprises à se livrer une guerre de l'immédiat pour devenir la référence de l'information. Ainsi, et c'est particulièrement vrai pour les journaux, la presse peut difficilement se permettre de ne pas diffuser des nouvelles de façon instantanée, mais surtout de ne pas le faire de manière continue. «Le stationnement c'est la mort, loi générale du monde, l'État forteresse, son pouvoir, ses lois sont dans les lieux de grandes circulations» (Virilio, 1977, pp. 73-74). En effet, les algorithmes du web et des réseaux sociaux donnent aux entreprises de presse les plus actives une plus grande visibilité, en l'occurrence une plus grande crédibilité. Dans le contexte de cette rapidité qui affecte les médias, il y existe une corrélation entre la vitesse de production, la publication abondante et rapide de contenu, et la survie d'un média face à ses concurrents.

Le marché compétitif a ainsi imposé une façade économique aux médias, qui n'ont plus le choix de se rentabiliser à l'aide de revenus publicitaires, notamment (Proulx, 2013). Les médiums de diffusion d'informations, tels que les applications, les réseaux sociaux et les sites web, sont construits dans le but de monétiser l'informations. «Le contexte économique et financier dans lequel ces plateformes numériques se développent est celui d'un capitalisme informationnel et communicationnel [...]» (Proulx,

2013, p. 198). Par exemple, il est possible d'observer sur certains sites internet des contenus commandités.

À mon sens, les contenus commandités se rapprochent des publiereportages. C'est-à-dire que l'information est produite dans le but de faire une publicité, mais qu'elle prend la forme d'un reportage typique. L'information est financée par l'entreprise publicitaire. Il ne s'agit plus d'un article rédigé par l'équipe de rédaction, mais qui est plutôt contrôlé par l'acheteur. Généralement, les médias indiquent qu'il s'agit d'un contenu publicitaire à l'aide de mentions comme «contenu commandités» pour suivre la déontologie journalistique.

Les changements technologiques ont offert une nouvelle routine et de nouvelle façon de faire aux journalistes. Comme mentionné auparavant, la priorité des journalistes est désormais axée sur la production de contenu pour alimenter le web et les réseaux sociaux. Ce faisant, l'émergence des cycles de nouvelles en continu a créé une nouvelle façon de travailler pour les journalistes (Bivens, 2008). «Media technologies has often been driven by this desire to speed up the production process and to deliver the news to the audience faster [...] [les technologies des récentes années] allowed significant acceleration of production» (Saltzis, 2012). L'internet a donc accéléré les façons et la vitesse à laquelle les journalistes construisent leur reportage.

Dans cette étude, le concept de routinisation renvoie à cette idée que les individus gèrent leurs actions selon un cadre défini. Par exemple, dans les années 1980 et 1990, un journaliste de la presse écrite pouvait prendre une journée pour réaliser un reportage. À l'heure actuelle, il doit être beaucoup plus polyvalent. Il est appelé à réaliser plusieurs tâches connexes tout au long de sa journée. En ce sens, Amadine Degand indiquait que la gestion de temps doublait. «Si un journaliste travaille à la fois pour un média traditionnel [presse écrite, radio et télévision] et pour le web, il devra pondérer différemment

les valeurs d'immédiateté et de fiabilité selon le média dans lequel il travaille, en alternance. La gestion du temps au quotidien devient donc double» (Degand, 2011, p. 12)

L'immédiateté fait en sorte que les journalistes doivent produire à un rythme plus élevé qu'auparavant. Les nouvelles routines et les nouvelles façons de faire des journalistes touchent non seulement la production d'un reportage, mais les paramètres qui permettent aux journalistes de les réaliser. Degand (2011) et Bivens (2008) stipulaient que les journalistes contemporains font du journalisme de surface. Nombre d'entre eux sont affectés à la réécriture des communiqués de presse, par exemple. Il est maintenant possible pour un journaliste de produire du contenu sans même devoir quitter son espace de travail ni faire appel à des intervenants. C'est particulièrement le cas pour les journalistes qui produisent exclusivement pour le web. Henrik Örnebring (2010) a conceptualisé le phénomène comme étant du journalisme de bureau.

Dans le contexte du «labour process theory», Örnebring définit les journalistes comme étant des travailleurs à qui ont confié l'unique mandat de collecter de l'information (2010). Parallèlement à ce constat, l'auteur analyse l'arrivée des technologies en fonctions de leur apport au capital des entreprises de presse plutôt que comme des facteurs qui transforment le travail quotidien des journalistes. En d'autres mots, «[...] technological developments are used under monopoly capitalism to displace labour from high-productivity industries to labour-intensive industries, which concentrates workers in low-skilled, low-wage jobs» (Örnebring, 2010, p. 60). L'objectif des entreprises de presse depuis les années 1990 est de réduire les coûts de production tout en offrant un produit de qualité. Les médias cherchent de plus en plus à se rentabiliser. Ceci se traduit par les coupures des postes plus techniques.

Le résultat de cette nouvelle façon de faire s'est traduit par une réorganisation du travail des journalistes, qui n'avaient plus la seule et unique tâche de cumuler des données informationnelles. Plutôt, les patrons demandaient que «[...] parts of the labour involved in the organizing, producing and

presenting of news have for most of the 20th century been differentiated from the labour of journalism, which has mostly been focused on the collection and collating of information, as well as providing the overall narrative structure of the news» (Örnebring, 2010, p. 64). De nos jours, on s'attend à ce que beaucoup plus de journalistes possèdent des compétences techniques.

Ce qu'on nomme aujourd'hui des vidéastes, ces journalistes qui doivent, en l'espace d'une journée, faire la collecte d'information, la saisie des images/photographies et le montage de leur reportage (visuel et/ou audio), sont des postes que les médias s'arrachent de plus en plus. Les formations professionnelles proposent de plus en plus des cursus qui donnent ces connaissances techniques aux étudiants, au grand plaisir des entreprises qui pourront embaucher une seule personne pour faire le travail de trois individus (journaliste, caméraman et monteur). En ce sens, l'apport des technologies est primordial puisque «technology then becomes a tool that allows managers to implement organizational changes aimed at making journalistic labour more cost-effective and more easily controlled» (Örnebring, 2010, p. 64). Autre exemple qui touche à l'élimination des postes techniques, il est de plus en plus fréquent de voir les journalistes être en ondes en direct par l'entremise d'application comme FaceTime ou Skype. Ceci sauve des coûts liés à l'opération des voitures satellites.

Ces nouveaux outils technologiques jumelés à la routine changeante des journalistes au travail font en sorte que la structure du journalisme dans son ensemble est de plus en plus floue. Effectivement, dans cette évolution qui touche le métier depuis la fin des années 1990, les journalistes sont contraints à revoir la culture médiatique avec laquelle ils composaient depuis longtemps. Entre en scène le concept du journalisme liquide, étudié par plusieurs chercheurs dans les dernières décennies, dont Mark Deuze (2008), Steve Paulussen (2016) et Anu Kantula (2016). Ainsi, le journalisme liquide se définit comme étant le «[...] journalism in a digital environment with no set or definitive borders» (Olof Larsson, Sjovaag, Karlsson, Stavellin, & Moe, 2016, p. 494).

Le terme journalisme liquide a été adapté à partir de la théorie sociale de Zygmunt Bauman. Dans *Liquid Life* (2005), ce dernier note que la société moderne liquide se résume comme une société qui est en constante évolution. Les changements au sein de la société sont nombreux et éphémères. La société est donc plongée dans une mutation continue puisqu'elle ne peut garder la même forme à long terme. Sa réinvention cyclique fait en sorte qu'il n'y existe plus vraiment de barrières, voire de limites, à la structure sociétale. Pour Bauman, il devient alors impossible de créer une habitude et une routine parmi les membres d'une société parce que «the conditions under which its members act change faster than it takes the ways of acting to consolidate into habits and routines» (p.2). L'évolution subit par le domaine du journalisme devient ainsi plus clair si on reprend le cadre théorique de Bauman pour étudier le journalisme. C'est-à-dire que la venue du numérique, en l'occurrence son évolution constante, change constamment les façons de travailler des journalistes. Enfin, ces derniers n'ont plus de véritable structure dans laquelle ils opèrent.

Pour Mark Deuze, ceci prend la forme des habitudes de consommation changeantes du public. En d'autres mots, les individus n'ont plus d'horaire fixe pour consulter ou regarder les nouvelles. Si Hermida (2016) comparait le phénomène à un buffet à volonté, mentionnant que «[the] news started to morph from being a rationed commodity consumed by audiences at specific times of the day to being an abundant all-you-can-eat buffet open all hours and available on the go» (p.83), Deuze (2008, p.855) citait un rapport de l'American Pew Research Center for the People & the Press de 2005 : «Sitting down with the news on a set schedule has become a thing of the past for many time-pressured Americans.» Les réseaux sociaux ont joué un rôle important dans ce changement de cap. L'arrivée des réseaux sociaux ont facilité l'accès à l'information d'une part, mais d'une autre a exigé des journalistes du contenu plus fréquent. Ainsi, Facebook et Twitter, entre autres, jouent le rôle d'intermédiaire entre le

public et les journalistes. Ils conditionnent à la fois les habitudes de consommation des lecteurs, mais aussi la charge de travail des journalistes.

Le journalisme liquide, responsable de brouiller les frontières du métier, a fait en sorte que les journalistes ont dû adapter leur façon de travailler pour répondre à cette nouvelle orientation que subit le domaine en raison du numérique. Ainsi, les journalistes sont appelés à être plus flexibles. Ce terme est celui qui est le plus souvent employé pour décrire les changements auxquels font face les journalistes, selon Paulussen (2012). Les patrons s'attendent à ce que les «[...] journalists need to be multi-skilled and mobile and provide updates whenever new information becomes available», précise Anu Kantola (2016, p.428). En ce sens, l'arrivée du numérique, voire les réseaux sociaux et les sites web, constitue une tâche supplémentaire pour les journalistes qui doivent continuellement informer le public. Paulussen (2012) ajoute que les travailleurs du domaine de l'information doivent se doter d'une compétence entrepreneuriale en raison des changements qui touchent le domaine. De plus, Paulussen soutient que les journalistes doivent être en mesure de mieux s'adapter et de faire preuve d'une plus grande créativité afin d'assumer davantage les responsabilités.

Cette flexibilité et cette créativité s'opèrent de manières différentes dans les salles de nouvelles. Dans ce contexte, l'aspect de vitesse est le plus important puisque les patrons s'attendent à ce que les journalistes en fassent plus en moins de temps (Paulussen, 2012) (Kantola, 2016). Selon les auteurs, les patrons parviennent à combler ces besoins notamment par des remaniements de personnel ou encore une redéfinition des tâches. Ce dernier point touche principalement les journalistes web. Le résultat net est que les journalistes en font toujours plus. Paulussen (2012) écrit que les «journalists in convergent newsrooms thus take on more task and responsibilities than they used to do when they were working for a single medium» (Paulussen, 2012, p. 199).

Le plus grand défi pour les journalistes selon Kantola (2016), c'est qu'ils doivent se réinventer et se redéfinir. Selon plusieurs auteurs, notamment Michael Karlsson (2007, 2011), l'abondance des nouvelles a mené à un journalisme de surface, préalablement mentionné. Une menace à l'autonomie professionnelle des travailleurs de la presse résume Kantola.

Ce phénomène est intrinsèquement lié à la redéfinition de la culture journalistique. C'est-à-dire que depuis l'après-guerre, les journalistes ont multiplié les efforts pour se forger une réputation crédible en matière de responsabilité sociale. L'appellation la plus commune qui leur est attribuée est celle de «chien de garde de la démocratie». La conséquence primaire de ce phénomène est que les journalistes craignent que leur travail ne soit plus pertinent si leur rôle de chien de garde est menacé par ces changements. Kantola (2016) attribue ce constat à la réorganisation des salles de nouvelles qui plonge les travailleurs dans une insécurité identitaire. En d'autres mots, «many journalists are in danger of losing their identity, and, equally importantly, they see their professional powers weakening» (Kantola, 2016, p. 430).

L'accélération, condition de l'immédiateté, a fait en sorte que les outils de travail ont eux aussi évolué. Bivens (2008) illustre le changement par l'entremise du fax qui est quasi désaffecté dans les salles de nouvelles au détriment du courriel électronique. Le temps de transmission par voie électronique est beaucoup plus rapide que par télécopieur. Pour Kostas Saltzis (2012), même le téléjournal est soumis à l'immédiateté. Les chaînes d'informations en continu telles que CNN, RDI, LCN et Fox News permettent au journaliste d'être constamment en direct à la télévision grâce aux voitures-satellites qui sont en mesure de rejoindre le studio à distance. La radio offre depuis toujours cette possibilité d'intervenir en ondes à tout moment. Les journaux ont dû faire appel au web pour survivre au marché compétitif entre les médias. Pollard (2009) décrivait notamment qu'ils ont été forcés

d'investir des sommes importantes dans les technologies pour répondre à la demande de leur clientèle. À l'ère actuelle, les publications une fois aux 24 heures ne suffisent plus.

Ainsi, les journalistes d'expérience ont dû s'adapter aux nouvelles pratiques qui les ont poussés à produire différemment. Nick Pollard (2009, p.115) précisait que dans les années 1980 et 1990, «the viewers waited until the broadcasters were ready to tell them something [...] There were fixed time for the news». À l'heure actuelle, les journalistes sont mandatés d'aller en ondes et de présenter les informations qu'ils ont recueillies jusqu'ici. Ils feront par la suite de nombreuses autres interventions pour parler des développements. Même que, dans une approche plutôt sensationnaliste, les journalistes mettront de l'avant les informations perçues auprès d'une source pour faire réagir l'auditoire. Ils présenteront finalement la réaction de la partie opposée plus tard. Il est important de noter que le terme sensationnalisme n'est pas employé à titre de synonyme de l'immédiateté ni même de nouveauté (en termes de contenu), mais bien à titre illustratif des nouvelles pratiques et routines journalistiques mises de l'avant actuellement.

Pour un bon nombre de chercheurs, ces nouvelles routines incluent l'accentuation des «Breaking News». Les reportages en direct contribuent directement à l'accentuation de ce phénomène. «From an early position of exotic exclusivity in the news room, the Net has now become embedded in news gathering and news processing routines, and has altered relationships with the sources» (O'Sullivan & Heinonen, 2008, p. 359). La mention «en développement» figure au bas de l'écran lorsque les chaînes d'informations veulent mettre l'emphase sur une nouvelle quelconque.

En effet, un coup d'œil rapide sur les réseaux sociaux ou sur les sites internet de certains médias suffit pour constater que la mention «Breaking News» (dernière heure) est utilisée à outrance. Bien qu'utilisée pour obtenir des «clics», il est possible d'observer que les reportages en tant que tels ne comptent pas beaucoup d'information. Il sera question d'un titre accrocheur renvoyant à un ou deux

paragraphes faisant état de détails préliminaires suivis de la mention «plus de détails à venir». La notion de routinisation des «Breaking News» signifiant que les médias cherchent à rendre tout événement plus important au détriment de la connotation réelle du terme (Lewis & Cushion, 2009). Cela s'apparente à la marchandisation de l'information. «Le direct marque la victoire des médias sur les délais de fabrication et de diffusion, retardant la livraison de l'information» (Deleu, 1998, p. 210).

Le journalisme, au fil des ans, s'est tourné vers une approche qui met en valeur les «event-driven stories» (Tuchman 1973; Saltzis 2012). Les «event-driven stories» font référence aux événements qui ne sont pas prévus à l'agenda des journalistes. Au lieu d'une conférence de presse qui est prévue et où le journaliste est en mesure de se préparer et de recueillir des informations en vue de son reportage, les «event-driven stories» sont ces événements non anticipés qui deviennent l'actualité au moment où ils se déroulent. Gaye Tuchman (1973) précisait qu'il s'agit de nouvelles qui sont basées sur des faits non prévisibles. «If immediacy has become the new life-blood of 24-hour news culture, breaking news is its apotheosis» (Lewis & Cushion, 2009, p. 304).

Pour d'autres chercheurs, ce phénomène est un des effets que provoque l'immédiateté dans la sphère médiatique. C'est-à-dire que le journalisme est devenu plus axé sur l'«événementiel». «La plupart des événements d'actualité ne deviennent des informations qu'une fois qu'ils se sont déroulés [...] [L']immédiateté n'est donc en réalité qu'une illusion d'immédiat» (Degand, 2011, p. 3). Les bulletins de nouvelles sont souvent remplis de reportage faisant état de choses qui se sont produites la journée même bien plus que des faits prévisibles. Ces derniers sont souvent relayés entre deux autres nouvelles.

Comme mentionnée préalablement, le direct et la diffusion en continu contribuent à cette idée. Les journalistes n'ont plus besoin d'attendre d'obtenir tous les points de vue pour présenter l'information qu'il possède. «The high speed of information on the internet denotes that news items are basically published before they have been completed» (Karlsson, 2011, p. 286). En fin de compte, le

journaliste ne doit que prouver qu'il a effectué son travail et qu'il a tenté de joindre toutes les parties impliquées dans l'histoire.

Le défi auquel sont opposés les journalistes est d'une part d'obtenir l'information en primeur, mais aussi de s'assurer que son compte-rendu soit le plus juste possible. Ainsi, «timely reporting is considered to be the essence of news work, which aims not only to reflect what is happening in a society but also to uncover facts as soon as possible, or, at least, sooner than the competition [...] live reporting has become a routine» (Saltzis, 2012, p. 703).

La présence accrue et la routinisation des «Breaking News» ont créé un marché de compétition entre les entreprises médiatiques. Ce qui signifie pour eux que «the extent to which breaking news has become an everyday part of the 24-hour news cycle, a chance to highlight the “newsness of news” regardless of its drama or its significance» (Lewis & Cushion, 2009, p. 306). La marchandisation de l'information a donc créé un univers de compétition entre les différentes entreprises médiatiques préconisant non seulement l'accélération, mais aussi le rythme de production des médias (Gans, 1979). Pour Harmut Rosa (2012), la compétition constitue le moteur social de l'accélération.

L'immédiateté et la concurrence font en sorte que les médias sont trop souvent tentés par les mises à jour des contenus et la publication de nouvelles informations. Les entreprises de presse tentent ainsi de s'adapter aux changements technologiques (Usher, 2018, p.23). La marchandisation de l'information a donc créé un univers de compétition entre les différentes entreprises médiatiques préconisant non seulement l'accélération, mais aussi le rythme de production des médias (Gans, 1979).

Ainsi, les évolutions technologiques et l'intensité grandissante de la compétition font en sorte que les journalistes doivent revoir leurs pratiques afin d'atteindre et de satisfaire un plus grand auditoire. Une des raisons pour lesquelles les «Breaking News» connaissent une augmentation au sein de l'écosystème médiatique (Usher, 2018). «Satisfying audiences and beating the competition might be

one way for newspaper journalists to remain relevant in a city's news ecology; on the other hand, pursuing these goals also might undermine their ability to produce the kind of news that made them distinctive and valuable to a community» (Usher, 2018, p. 32). Les journalistes doivent ainsi faire preuve d'ingéniosité afin d'offrir un contenu pertinent, mais surtout différent et unique.

En ce sens, la routinisation du travail des journalistes et l'explosion des nouvelles de dernière heure ont perdu le degré de notoriété qui leur était préalablement attribué. Si d'une part la routinisation du travail des journalistes mène à une presse qui est de plus en plus homogène, offrant peu de contraste dans le traitement des nouvelles; de l'autre, l'abus des mentions dernière heure n'a plus l'effet escompté, c'est-à-dire d'attirer l'œil du lecteur. Désormais, la quête des médias est de générer un certain achalandage sur leur plateforme numérique. Pour Nikki Usher (2018), cela s'explique par la «fear of being irrelevant, compulsions that in turn may undermine their standing in local news among audiences, the competition, and among themselves» (p. 29).

Objectifs et question de recherche

Le projet consiste à mettre en lumière les parallèles qui existent entre la théorie de l'accélération, en l'occurrence l'immédiateté, et l'évolution des pratiques journalistiques. La prémisse pour cette étude est la suivante : le monde progresse à un rythme soutenu qui affecte le quotidien des gens, notamment à cause de la technologie, mais ne se limitant pas à celle-ci. Rosa (2012) l'illustre entre autres avec l'exemple banal du courrier électronique qui a changé les dynamiques de communication. John O'Sullivan et Ari Heinonen (2008) parlaient des fils de presse qui procurent aux différents médias des nouvelles en continu.

Ainsi, l'hypothèse est que les pratiques journalistiques sont aussi changeantes en fonction de cette accélération. L'instantanéité qui est issue du marché compétitif et des conséquences

économiques, entre autres, pousse les journalistes à accélérer leur travail. Ce faisant, il semblerait que la qualité de l'information est en déclin (George, 2011) et que les erreurs journalistiques sont plus fréquentes (Karlsson, 2007) (Usher, 2018).

Qui plus est, la revue de littérature effectuée pour aboutir à cette problématisation nous propose différentes raisons de croire que l'accélération est bel et bien un facteur qui influence la qualité des informations transmises. Ce faisant, le phénomène contribue à la désinformation de la société. Cependant, au sein de la littérature qui a été observée, les auteurs se penchent davantage sur cette dite qualité, étudiant de nombreux médias et leur contenu pour arriver à de telles conclusions.

L'étude ci-présente cherche à mieux comprendre le travail quotidien des journalistes dans cette nouvelle ère d'information axée sur l'instantanéité. Plus précisément, il sera question d'observer comment les pratiques journalistiques évoluent, ont évolué et continuent d'évoluer à l'heure actuelle. Pour les fins de cette étude, le terme «pratiques journalistiques» sera employé pour faire référence au travail des journalistes au quotidien. En ce sens, il se réfère aux méthodes de travail utilisées par les membres des médias pour procéder à la création d'un reportage. Bien entendu, le terme est flexible en fonction des médias (presse écrite, radio, télé et web) pour s'adapter aux différentes réalités.

Dans cette optique, il sera aussi important de comprendre et d'observer les différentes étapes de la réalisation d'un reportage. Bien évidemment, ceci inclut les étapes nécessaires du processus. Il s'agit notamment de la recherche effectuée par le journaliste, les entrevues qu'il réalise (ce qui inclut le choix des intervenants, la façon dont l'entrevue est réalisée et le contenu de celle-ci), les outils nécessaires (caméra, appareil photo, micro, enregistreuse, etc.), la rédaction, la révision et le produit final. À l'étape de la rédaction et de la révision, il sera essentiel de comprendre les choix faits par le journaliste. À savoir les citations retenues, l'angle du reportage et les demandes de la partie patronale, entre autres.

Ainsi, la question de recherche sera la suivante : comment les journalistes adaptent leurs pratiques journalistiques en fonction de l'immédiateté à laquelle est soumise le domaine du journalisme?

Méthodologie

Pour ce faire, l'étude en question a été axée sur la participation d'individus stratégiquement choisis. C'est pourquoi la recherche s'inscrit dans la démarche qualitative. Cette méthode permet de mieux répondre à la question de recherche contrairement à la recherche quantitative. De plus, les résultats de cette étude sont présentés sous forme d'un projet de recherche-crédation (<https://memoirele.wordpress.com>).

Plus précisément, des entrevues avec des journalistes ont permis d'étudier les notions liées à la temporalité au sein de la profession. En l'occurrence, il s'agit d'étudier le rythme de travail des journalistes dans le processus de création des reportages. Dans cette optique, il est question de savoir si les journalistes ont accéléré leurs pratiques au quotidien. C'est pourquoi l'étude cherchait à savoir si le débit et le volume de production sont affectés ou non par l'immédiateté. Dans cette étude, le terme «volume» sera défini comme étant le nombre de reportages, de textes, d'interventions en ondes, qu'un journaliste réalise dans une journée. Le terme «débit», quant à lui, réfère au temps que ces réalisations prennent à être exécutées. Cela dit, il n'est pas question de chronométrer le temps de rédaction d'un article à proprement dit, mais de savoir comment la production d'un journaliste a changé dans une journée typique de travail. Il a été possible d'évaluer cette production en questionnant les participants sur le rapport qu'ils ont avec le temps. La gestion du temps, les heures de tombée et la durée accordée aux tâches reliées à la réalisation d'un reportage sont des exemples concrets de composantes qui ont pu être analysées. Le rapport au temps a été opérationnalisé ainsi parce que ce sont des éléments

intrinsèquement reliés à la temporalité du travail quotidien des journalistes. Ils permettent de comprendre comment le temps est primordial en journalisme.

Dans la section qui suit, il sera question, dans un premier temps, d'expliquer ce en quoi la recherche qualitative s'avère le moyen le plus efficace pour faire cette étude. De plus, j'expliquerai pourquoi l'entrevue est le moyen adéquat pour faire la collecte de donnée. Finalement, il sera argumenté en quoi la présentation des résultats sous une forme de création est le moyen propice pour l'étude.

Recherche qualitative

Cette question de recherche s'inscrit parfaitement dans le cadre d'une approche qualitative, et ce pour diverses raisons. Notons d'abord que la revue de littérature effectuée présente une relation causale entre le concept de l'immédiateté et la qualité de l'information. Plutôt que de s'intéresser à cette relation causale, notre recherche tend plutôt à définir s'il y a ou non un lien entre les pratiques journalistiques et les concepts d'immédiateté et de cycles de nouvelles en continu. Sous cet angle, l'objectif n'est pas de confirmer ou d'infirmer cette relation causale, mais plutôt de comprendre les façons de faire des journalistes dans celle-ci. Les recherches de type qualitatives donnent une place centrale à l'expérience des individus. C'est notamment l'objectif de ce travail de recherche.

Cette méthode de recherche est privilégiée parce qu'elle correspond le plus aux finalités visées par le travail de recherche. En ayant recours à cette démarche, les participants sont en mesure de partager leur propre vision tout en suscitant des interprétations de leur expérience à partir de leur réflexion. «[Qualitative research] tries to understand how social experience is created and given meaning. From a qualitative perspective, reality or knowledge are socially and psychologically constructed. The qualitative paradigm views the relationship between the knower and the known as inextricably connected» (Yilmaz, 2013, p. 312). Cette construction dont traite Yilmaz repose sur la nature

du contexte. Dans notre étude, cela signifie que la recherche qualitative offre la possibilité de comprendre comment les journalistes perçoivent leur travail et construisent ces perceptions. C'est donc cette construction qui donne un sens à la recherche.

L'apport des journalistes par le biais d'entrevues semi-dirigées est vital pour répondre à la question de recherche puisque cette méthode permet aux participants de rendre compte de leur expérience et de parvenir à cette construction d'une représentation des réalités vécues. Contrairement à ce qui a été trouvé dans la revue de littérature, les conséquences de l'immédiateté, des cycles de nouvelles en continu et la perception des journalistes sur les pratiques journalistiques ont peu été traitées.

À l'image du projet de recherche-crédation qui se veut une mise en abîme d'un site web journalistique (<https://memoirele.wordpress.com>), la démarche qualitative est idéale comme moyen de collecte de données étant donné les similarités entre celle-ci et le travail de journaliste au quotidien. En soi, la démarche qualitative est décrite comme étant une enquête dont la collecte de données s'exécute à partir de méthodes et d'outils comme des témoignages, des notes de terrain et des images vidéo et qui sont analysées en puisant leur sens plutôt que les transformer en données empiriques comme des pourcentages et des statistiques (Paillé et Mucchielli, 2008). Ces procédés sont les mêmes qu'utilisent les journalistes tous les jours pour construire leur reportage : ils réalisent des entrevues, se déplacent sur le terrain pour prendre des notes lors d'un événement et ensuite présentent le résultat en effectuant un compte-rendu des données récoltées. En d'autres mots, c'est dire que, dans une certaine mesure, le travail d'un journaliste s'inscrit dans la démarche qualitative.

De plus, tout comme la construction d'un reportage ou d'un article journalistique, la recherche qualitative s'appuie sur des critères tels que l'interrogation, qui est le point de départ, le cadrage, pour délimiter le sujet à l'étude, une intuition, qui se veut être un début de réponse à l'interrogation,

l'évolution, qui représente la collecte de données pour «étayer l'intuition», et la conclusion, l'aboutissement du travail (Paillé et Mucchielli, 2008, p. 52-53).

La recherche qualitative est aussi la bonne démarche pour cette étude étant donné les stratégies d'analyse retenues pour ce travail : la stratégie thématique. Cette stratégie est caractérisée par le fait que «la personne souhaite synthétiser ce qu'elle pressent ou découvre dans le texte, elle cherche à cerner les propos ou les phénomènes en les reportant dans des énoncés, des thèmes ou des catégories» (Paillé et Mucchielli, 2008, p. 30). Nous explorerons plus en détail cette stratégie d'analyse au moment d'expliquer comment s'est fait la construction des articles d'analyse du projet de recherche-crédation. Pour ces raisons, la recherche qualitative est la meilleure approche pour comprendre la réalité des journalistes.

Entrevue

L'entrevue est l'outil principal que j'ai utilisé dans le but de récolter des données. Ce choix s'explique par le fait que cette méthode permet de mieux comprendre la réalité des journalistes. L'entrevue est une forme méthodologique souvent employée dans la recherche de type qualitative pour rendre compte d'expériences vécues par les sujets de l'étude. Elle repose sur des faits témoignés par les individus (Hoskins & White, 2013). Son usage a permis de mettre les propos des journalistes de l'avant pour avoir une meilleure compréhension de leur expérience.

Cela dit, pour s'avérer efficace, l'entrevue doit se dérouler le plus naturellement possible. Selon Janine Barbot (2012), il est question de négocier le cadre de l'entretien. Ceci fait référence au lieu, au contexte et à la façon dont l'enquêteur se présente à son interlocuteur, entre autres. Le fait de dénaturiser l'entretien, c'est-à-dire de le réaliser dans un milieu familier comme un lieu de travail, peut biaiser les réponses des individus. À titre d'exemple, il est recommandé de faire l'entrevue dans un lieu neutre plutôt que dans un bureau. Un cadre formel peut donner l'impression au journaliste qu'il

s'agit d'une interrogation plutôt que d'une entrevue de recherche. Un entretien «naturel» suscitera de meilleures réponses et plus de contexte, selon Barbot (2012).

Qui plus est, le rôle du chercheur est tout aussi important dans les processus d'entrevue. Étant moi-même journaliste, il appert aussi important d'apporter des précisions en ce qui a trait au rôle du chercheur dans l'étude. C'est-à-dire qu'il n'y existe pas moins de quatre rôles à jouer en tant qu'observateur (Lièvre & Rix-Lièvre, 2013). Ceux-ci sont : le participant complet (le chercheur participe dans son observation, mais ne dévoile pas son statut), le participant qui observe (il est physiquement présent, mais il ne participe pas. Il est en retrait), l'observateur qui participe (participe et révèle son statut de chercheur) et l'observateur complet (s'inscrit dans un contexte expérimental. Le chercheur n'est pas en contact avec les gens qu'il observe). Dans cette recherche, le chercheur cadrera dans l'approche de l'observateur qui participe. D'abord parce que les participants ont été informés de mon statut de chercheur au moment de l'entrevue et parce que ma participation s'est manifestée dans la réalisation des entrevues semi-dirigées qui nécessitent l'apport du chercheur pour guider l'entretien.

En effet, le chercheur a pour objectif de laisser sa contrepartie raconter son expérience et de guider l'orientation générale de l'entretien. Pour ce faire, l'intervieweur doit faire appel à des questions ouvertes et une grille d'entrevue. Timothy John Rapley indiquait, « [...] talk is produced with minimum interactional involvement on the part of the interviewer [...] the only rule the interviewer seems to follow is [...] "let the subject talk" » (Rapley, 2001, p. 310). En ce sens, le rôle du chercheur est central à la réussite de l'entrevue. Il ne doit pas orienter le témoignage du participant.

Ce dernier point a notamment été l'un des défis rencontrés pendant la collecte de données, en l'occurrence lors des entrevues. Étant moi-même journaliste, j'ai dû redoubler de prudence pour ne pas laisser mes expériences professionnelles guider les participants dans leurs réponses.

Ainsi, pour éviter de sauter aux conclusions à partir des réponses obtenues, diverses stratégies ont été utilisées. L'une d'elles a été le recours aux exemples concrets. C'est-à-dire que les participants ont été appelés à expliquer leurs propos en utilisant des exemples concrets qu'ils ont vécus dans l'exercice de leur travail. Ce faisant, cela m'a permis de mieux comprendre l'interprétation de leurs explications plutôt que de les présumer.

Une autre méthode employée a été de reconduire l'entrevue en citant leur propos. Entre autres, cela consistait à synthétiser la réponse de l'intervenant pour ensuite lui demander de confirmer ou d'infirmer l'information. Ceci a notamment fait en sorte d'obtenir une neutralité de ma part. S'il y avait une infirmation de la part du participant, la manœuvre permettait d'apporter des précisions sur l'affirmation et surtout d'éviter de mal interpréter leurs propos.

Comme l'entrevue est la partie centrale de ce projet de recherche, des réflexions ont dû se faire par rapport à ce processus étant donné que les participants sont eux-mêmes des journalistes. C'est-à-dire qu'il faut nuancer en quoi ce travail de recherche est différent d'une entrevue menée par un journaliste pour la création d'un reportage. En ce sens, je m'intéresse à l'idée que les journalistes sont normalement ceux qui posent des questions. Plus particulièrement, il est question du fait que l'entrevue est au cœur même du travail des journalistes au quotidien. En d'autres mots, dans le cadre de cette étude, l'intervieweur est devenu l'interviewé.

Or, ce qui différencie les entrevues que j'ai menées avec les journalistes de celles qu'ils réalisent dans leur fonction réside dans la réflexivité qu'impose le cadre d'une recherche scientifique comme celle-ci. Dans leur quotidien, les journalistes utilisent l'entrevue pour avoir des réponses en lien avec un sujet donné sans pour autant avoir à mettre celles-ci en relation avec des concepts précis. Au contraire, le chercheur doit réfléchir aux façons d'intégrer les entrevues dans l'ensemble de ses recherches (Poupart, 2012).

Ainsi, comme les journalistes sont eux-mêmes maîtres de l'entrevue, le recours à cette méthode pour la collecte était le choix logique. Comme les journalistes ont l'habitude d'utiliser cette pratique, ils pouvaient facilement répondre aux questions posées en exprimant de manière concise (Denzin, 2001) leurs expériences de travail.

L'entrevue a par ailleurs été préférée comme outil méthodologique en raison de la profondeur qu'elle offre dans la collecte de données. Comme il s'agit d'une recherche de type qualitative, il était important de laisser de choisir une méthode qui permettait aux intervenants de partager et de raconter leur expérience. En ce sens, l'entrevue a été le moyen idéal parce qu'elle permet notamment de donner la parole aux participants. Par ailleurs, comme il s'agissait d'entrevue semi-dirigée, ceci a fait en sorte que j'ai pu établir un cadre à l'aide d'un guide d'entrevue qui pouvait facilement être adapté en fonction des réponses des participants. L'objectif du guide était de pouvoir garder le thème de l'étude au centre des entretiens.

Au total, huit entrevues ont été réalisées avec huit participants différents : deux journalistes du milieu télévisuel (un d'expérience, un débutant), deux journalistes du milieu radiophonique (une d'expérience, une débutante), deux journalistes du milieu de la presse écrite (un d'expérience, un débutant) et deux journalistes web (un débutant et une d'expérience, mais débutante au web). Les entretiens se sont faits en personne (4) et par téléphone (4) selon les disponibilités des participants et leur emplacement géographique. En moyenne, les entrevues ont duré en moyenne 45 minutes chacune.

Par ailleurs, toutes les entrevues ont commencé par un résumé du projet d'études et des objectifs de ce dernier en plus d'un résumé du protocole de consentement. Le document résumant les clauses de participations et de confidentialité a été remis aux participants avant chaque entrevue. Les entrevues étaient semi-dirigées et comprenaient des questions ouvertes. Une fois complétées, les entrevues ont été retranscrites pour faciliter la collecte de données. Ce faisant, j'ai pu identifier les

passages les plus pertinents de chaque entretien et les annoter en thèmes, avant d'entamer l'écriture des articles d'analyse (présentés sur notre site web : <https://memoirele.wordpress.com>). Pour ce faire, il a été important de catégoriser les réponses des participants. Ainsi, durant l'analyse des entrevues, j'ai sectionné les réponses en diverses catégories : qualité d'information, immédiateté, pression, charge de travail, compétition, accélération/immédiateté, etc. Ces thèmes, bien que plutôt généraux, ont été utilisés pour bien délimiter les éléments principaux qui découlaient des expériences des journalistes.

À partir de ces thématiques, j'ai pu regrouper les idées similaires de chacune des entrevues pour établir les plans de rédaction des textes. Par exemple, pour l'article intitulé «Fabriquer des Breaking News», les idées retenues ont été celles qui portaient sur la prévisibilité de l'actualité, de l'idée selon laquelle les journalistes devinent l'actualité et du fait que les Breaking News sont plus fréquents, et donc plus routiniers. Cette étape a été cruciale pour la rédaction étant donné que plusieurs aspects identifiés dans les entrevues s'entrecoupaient. Ce processus a entre autres fait en sorte qu'il m'a été possible de séparer ces idées tout en gardant le sens qu'elles avaient. Enfin, j'ai été en mesure d'éviter les répétitions d'un reportage à l'autre.

De plus, les notions abordées dans tous ces articles ont été mises en relation avec le cadre théorique de l'étude. Un dialogue a ainsi été créé entre les données tirées des revues et des citations d'articles scientifiques pour mieux contextualiser et mieux expliciter les idées principales de chacun des textes. Or, la mise en forme a été importante pour bien mettre en valeur les informations. Ainsi, comme le font les journalistes dans leur propre reportage, j'ai intégré les passages des articles des chercheurs en les citant comme des études ou des rapports dans les textes. Cette façon de faire a permis d'obtenir une meilleure fluidité dans les articles. Habituellement, ces citations tirées d'écrits scientifiques sont citées dans une formule plus académique, mais cette façon de faire était incompatible avec le style d'écriture journalistique préconisé. Par exemple, au lieu d'écrire «selon X et X (2012), ...», j'ai plutôt

choisi la formulation suivante : «dans une étude publiée en 2012 par X et X, ...». De plus, pour qu'elle colle mieux au style journalistique, j'ai traduit les citations de l'anglais au français comme le font les journalistes dans leurs textes.

L'analyse thématique est une pratique courante dans la recherche qualitative qui permet de «dégager un portrait d'ensemble d'un corpus» (Paillé et Mucchielli, 2008, p. 30). Cela s'effectue par l'entremise de la lecture des données retranscrites, dans ce cas des entrevues, dans le but d'identifier et puis de synthétiser les informations en les regroupant sous différents thèmes qui sont établis en fonction de la question de recherche. «L'analyse thématique consiste, dans ce sens, à procéder systématiquement au repérage, au regroupement et, subsidiairement, à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus» (p. 267). Cette stratégie d'analyse offre donc la possibilité de regrouper les idées dégagées par les participants et d'ensuite dresser des parallèles entre chacune des entrevues pour construire une vue d'ensemble des éléments principaux.

Mais le travail d'analyse est plus complexe qu'il ne le paraît. L'annotation des entrevues et une première division thématique des données n'offrent qu'une première prise de vue globale sur l'ensemble des données. Pour que les données soient le plus significatives possible, il incombe de prendre en considération le cadre dans lequel elles sont établies. C'est-à-dire qu'avant même de les analyser une première fois, des orientations se dégagent déjà étant donné la problématisation de l'étude et la préparation du travail de terrain préalablement effectué (Paillé et Mucchielli, 2008). Il faut ainsi se questionner sur le type de données qui est recherché. Dans le cas présent, il a été déterminé que d'identifier les représentations qu'offraient les journalistes sur leur travail. Ces représentations ont permis d'effectuer un premier découpage des données.

À partir de ce premier découpage, j'ai procédé à une relecture des entrevues et des annotations pour identifier les similarités entre les propos des participants. Cet exercice m'a permis de regrouper

les thèmes et m'a permis d'identifier les «sujets» des sept articles d'analyse rédigés d'une longueur moyenne de 1000 mots abordant sept thèmes récurrents dans les entrevues réalisées.

Les articles ont donc été construits à partir des propos des participants. Ce faisant, la parole a été exclusivement donnée aux journalistes, ce qui s'inscrit dans la démarche qualitative. La construction des articles repose donc sur la stratégie thématique puisque les expériences vécues par les journalistes leur ont permis d'illustrer de manière concrète l'évolution de leur travail, ce qui m'a permis de thématiser les raisons pour lesquelles les changements se produisent.

Enfin, tout au long du processus, un constat fort intéressant s'est manifesté, soit qu'il n'y a pas une réponse claire, concise et précise lorsqu'il s'agit des impacts de l'immédiateté sur le travail des journalistes. À mon avis, ceci démontre que la recherche qualitative était bel et bien la bonne méthode pour réaliser cette étude comme elle a comme objectif de produire des réponses riches et nuancées. Ce qui a été particulièrement intéressant à observer durant les entrevues, c'est le fait que les journalistes devaient réfléchir à leurs réponses. Il n'y avait pas de réponses évidentes qui leur venaient automatiquement. Cela s'est souvent traduit par des pauses dans les réponses des intervenants parce qu'ils réfléchissaient au fur et à mesure qu'ils répondaient. Ceci a pu être observé par le fait que les journalistes interviewés utilisaient souvent la formulation «je pense», qui indique qu'il y a une réflexion.

De plus, ces mots témoignent aussi du fait que le rapport des journalistes avec l'immédiateté est propre à chacun d'eux. Pour preuve, j'ai pu constater que les journalistes moins expérimentés avaient moins de choses à raconter en lien avec les changements dans leur travail. À l'inverse, les journalistes d'expérience pouvaient plus facilement se rabattre sur des exemples concrets dans leur carrière pour démontrer comment leur travail a changé en raison de l'immédiateté.

Participants

Le choix des participants est l'autre partie intégrante de cette étude. Pour répondre adéquatement à la question recherche, ils ont été choisis en fonction de critères spécifiques tels que leur âge, le nombre d'années d'expérience et le médium (presse écrite, télé, radio ou web). Ainsi, deux groupes d'âge ont été considérés pour choisir les participants : 20 à 30 ans et 30 et plus. Ces deux catégories ont été déterminées dans le but de pouvoir établir le critère de l'expérience. C'est-à-dire que comme il était question de présenter un contraste entre deux générations de journalistes : les débutants (moins de 10 ans dans le domaine) et ceux d'expérience (plus de 10 ans dans le domaine). En sélectionnant les participants en fonction de ces tranches d'âge, il était du même coup possible de respecter le critère de l'expérience. L'autre élément qui a mené à l'établissement des deux catégories d'âge est le facteur technologique puisque les journalistes dans la vingtaine ont une plus grande familiarité avec les outils technologiques tels que les réseaux sociaux. Ce critère m'a permis de m'assurer d'obtenir différents points de vue sur les pratiques journalistiques liées à ces outils qui n'étaient pas utilisés par les journalistes d'expérience.

Il a aussi été important de choisir les participants en fonction du médium avec lequel ils ont évolué. Pour obtenir le plus de données, il était impératif d'avoir au moins deux participants par médium de diffusion : la télévision, la radio, la presse écrite et le web. En procédant de cette façon, ceci me permettait d'obtenir une pluralité de perceptions sur les changements qui ont eu lieu dans le domaine. En d'autres mots, c'est dire que comme les façons de travailler sont différentes pour chacun des médiums, les changements qui se sont opérés dans les pratiques journalistiques sont aussi différents. La sélection a permis d'obtenir de témoignages faisant état de ce constat.

De tels critères ont été mis en place dans le but d'obtenir une variété de points de vue en ce qui a trait aux différentes réalités des journalistes. La recherche étant basée sur les changements des pratiques journalistiques en fonction de l'immédiateté, le choix des intervenants a facilité l'analyse de

données. Concrètement, cela veut dire que j'ai pu, par exemple, comparer comment la charge de travail des journalistes a augmenté dans le milieu télévisuel en l'analysant sous deux points de vue distincts en termes d'expérience de travail.

Pour les fins de ce projet de recherche, un participant dit d'expérience en sera un qui travaille depuis au moins 10 ans dans le milieu médiatique. À l'inverse, les participants dits plus jeunes sont ceux qui possèdent moins de 10 ans d'expérience dans le domaine. Il est important de noter qu'une exception a été faite pour les journalistes web. Ceci s'explique par le fait que le web est relativement nouveau dans la sphère médiatique et que les journalistes qui y travaillent sont, la plupart du temps, de jeunes journalistes ou des journalistes qui ont fait le choix d'y être réaffectés dans les dernières années. Ainsi, un des participants retenus cumule moins de 10 ans d'expérience dans le milieu, tandis que l'autre possède plus de 10 ans dans le domaine, mais moins de 10 ans en tant que journaliste web. Le genre des intervenants a aussi été pris en considération, mais n'était pas un critère de sélection qui aurait pu faire en sorte qu'un candidat soit rejeté au profit d'un autre. Cependant, il a été bénéfique d'avoir une certaine parité.

Sélection des participants				
	Médium	Expérience	Genre	Âge
Participant 1	Télévision	+ de 10 ans	Homme	30 ans +
Participant 2	Télévision	- de 10 ans	Homme	20 – 30 ans
Participant 3	Radio	+ de 10 ans	Femme	30 ans +
Participant 4	Radio	- de 10 ans	Femme	20 – 30 ans
Participant 5	Presse écrite	+ de 10 ans	Homme	30 ans +
Participant 6	Presse écrite	- de 10 ans	Homme	20 – 30 ans

Participant 7	Web	- de 10 ans	Femme	20 – 30 ans
Participant 8	Web	- de 10 ans	Homme	20 – 30 ans

À titre d'exemple, l'un des candidats potentiels sélectionnés est un journaliste d'expérience qui œuvre pour la presse écrite. La presse écrite ayant dû faire un virage numérique important pour s'adapter aux nouvelles technologies, surtout sur l'aspect du débit de production vu la redéfinition des cycles de nouvelles préexistants, le journaliste expérimenté est en mesure d'offrir un point de vue comparatif entre les pratiques journalistiques avant l'ère numérique et celles de l'ère actuelle. Ce faisant, il a pu notamment indiquer concrètement comment il a dû s'adapter aux phénomènes tels que l'immédiateté et puis les cycles de nouvelle en continu. En l'occurrence, il est tout à fait plausible de croire que le participant a dû changer ses pratiques au fil du temps. Les données obtenues ont servi à mieux illustrer les changements qui ont transformé ce champ médiatique au fil des ans.

Par ailleurs, un autre des profils recherchés pour l'étude a été l'inverse du précédent. C'est-à-dire que le participant était un jeune journaliste, avec une certaine expérience, mais qui œuvre au sein d'un média web. Le web étant le média le plus exposé à l'instantanéité, il était intéressant et pertinent de comprendre les rouages de ce média. Qui plus est, l'intervenant a su alimenter la recherche en matière des pratiques journalistiques changeantes. En effet, il a pu mieux expliquer les attentes liées à l'immédiateté dans son milieu quotidien, en l'occurrence ce qui est attendu d'un journaliste web alors qu'il effectue des reportages.

De plus, il a été tout aussi pertinent de recruter des participants au sein des médias traditionnels que sont la télévision et la radio. Ceux-ci ont pu raconter comment leur milieu respectif a évolué dans les dernières années. Par exemple, dans le milieu télévisuel, comment les journalistes sont appelés à produire pour le web et les réseaux sociaux avant même de présenter leur reportage en direct au

téléjournal en soirée ? C'est aussi le cas des journalistes radiophoniques qui doivent écrire des textes pour accompagner la mise en ligne de leur reportage.

Le recrutement des participants pour les fins de cette étude s'est fait à partir de mes contacts. Ayant déjà œuvré au sein de médias de presse écrite, mes anciens collègues de travail ont été les premiers à être interpellés. Certains d'entre avaient d'ailleurs manifesté un intérêt pour l'étude. Puisqu'il existait déjà un lien professionnel entre ces personnes et moi, il a été plus facile d'effectuer les entrevues.

Toutefois, mon expérience professionnelle étant à ce moment limitée au monde de la presse écrite, un défi de recrutement dans l'univers de la télé, de la radio et du web a apporté un lot de difficulté pour la recherche. Afin d'offrir la pluralité des points de vue escomptée, j'ai fait des appels sur mes réseaux sociaux pour recruter les participants manquants.

Une des craintes que j'ai eue relativement au recrutement est le fait que l'agenda des journalistes est normalement plutôt chargé. C'est la raison principale pourquoi il était préférable d'opter pour des connaissances et d'anciens collègues. Finalement, le recrutement des participants s'est bien déroulé et il a été plus facile qu'anticipé d'organiser des entrevues avec les journalistes.

Recherche-création

Le domaine pratique qu'est la recherche-création s'avère encore aujourd'hui un milieu qui n'est pas tant mis de l'avant, mais le fait qu'il y ait de plus en plus de chercheurs-créateurs fait en sorte que la pratique progresse dans le milieu académique. Cela dit, certains auteurs, comme Patricia Leavy (2017), se sont intéressés à l'émergence de cette pratique. Leavy s'est notamment attardée à comprendre la réalisation d'un projet créatif et ses étapes. En bref, la recherche-création est décrite comme un défi méthodologique et épistémologique envers les pratiques de recherches traditionnelles qui comptent sur une standardisation de leur processus (Chapman et Sawchuk, 2012). En plus d'améliorer la

compréhension et de faciliter la lecture, la recherche-crédation est un moyen idéal pour susciter l'intérêt et attirer un plus grand lectorat. En effet, cette forme de présentation innovatrice se démarque par ses propriétés uniques.

Par ailleurs, des auteurs comme Monik Bruneau et André Villeneuve (2007) se sont plutôt penchés sur les questions universitaires qui entourent cette pratique. En effet, la place de la recherche-crédation comme alternative au format académique typique ne se fait pas sans houle. Bien qu'elle gagne en popularité, plusieurs la redoutent toujours. C'est notamment le cas de certains chercheurs qui opèrent dans une perspective épistémologique positiviste ou post-positiviste, qui avancent que les contours de la recherche-crédation sont plutôt flous, ce qui rend, selon eux, l'évaluation par les pairs plus difficile. Leavy (2009), et Barrett et Bolt (2010) critiquent la recherche-crédation parce qu'ils estiment qu'elle ne procure pas de contributions «positives», «vérifiables» et «reproductibles». C'est pourquoi Brad Haseman (Chapman & Sawchuk, 2012, qui citent Haseman, 2006) a établi cinq marqueurs de crédibilité de la pratique : qu'il y ait une problématique clairement déterminée, que le processus méthodologique soit clair et précis afin de permettre un examen minutieux, que la recherche entreprise se situe dans son domaine et sur le terrain conceptuel qui y est associé, que les revendications de l'étude soient rapportées et qu'elles démontrent les bénéfices de l'étude sur le plan social, culturel, environnemental ou économique et que ce qui en découle soit rendu disponible pour une évaluation soutenue et vérifiable par les pairs. Or, Chapman et Sawchuk (2012) remettent en question les marqueurs proposés par Haseman puisqu'ils sont les mêmes que pour une recherche académique traditionnelle et, ainsi, ne prennent pas en considération les caractéristiques de la recherche-crédation.

C'est pourquoi Owen Chapman et Kim Sawchuk (2012) vantaient les mérites de cette pratique, mais indiquaient aussi à quel point elle était négligée. Son caractère expérimental lui confère un fort potentiel puisqu'il offre la possibilité de développer et de diffuser autrement le savoir en dévoilant du

même coup différents contextes et différentes méthodes d'analyse (Chapman & Sawchuk, 2012, p. 11). La recherche-crédation permet aussi des formes puissantes d'introspection et d'intervention (p.12). Les auteurs notent aussi que l'emploi de la recherche-crédation a longtemps été vu comme une sous-catégorie de la recherche qualitative.

Ces questions entourant la démarche sont entre autres la raison pour laquelle j'ai choisi de présenter l'analyse des données sous la forme d'un projet créatif qui se veut une mise en abîme du domaine à l'étude, soit le journalisme. En l'occurrence, une plateforme numérique a été créée pour présenter les résultats de l'étude. Précisément, la plateforme est un site web où il est possible de retrouver des articles, tous écrits à partir des données perçues par le travail de terrain préalablement effectué. L'utilisation de la plateforme WordPress a été privilégiée en raison de la familiarité que j'ai à utiliser le domaine internet.

Comme la portion créative se veut une mise en abîme du journalisme, il est essentiel d'aborder la notion des genres journalistiques. Le journalisme se présente sous plusieurs formes qui ont toutes des caractéristiques qui lui sont propres. Or, comme le note Jean-Michel Adam (1997), la définition des différents genres varie souvent et plusieurs catégories ont des caractéristiques qui se chevauchent. D'emblée, il faut distinguer deux grandes catégories : les genres d'information (brève, compte-rendu, reportage, entrevue) et les genres de commentaires (éditorial, chronique, billet) (Rochard et Ringoot, 2005).

En fonction de cette première catégorisation des genres, il est possible d'affirmer que ma démarche se situe dans les genres d'informations. Premièrement parce que les articles rédigés s'inscrivent dans une logique informative et de partage d'information et non pas d'opinion. Deuxièmement, comme préalablement discuté, l'entrevue a été privilégiée comme méthode de collecte de donnée. En ce sens, il est possible d'établir avec certitude le genre préconisé.

Il faut ensuite déterminer dans quels «sous»-genres de journalisme s'inscrivent les articles comme la catégorie «information» comprend plusieurs différents styles de texte. Examinons ainsi les styles ci-haut mentionnés. D'abord, il y a la brève, qui généralement est longue 100-150 mots et regroupe l'essentiel d'une nouvelle souvent en se fiant sur les détails de bases (qui, quoi, quand et où). «Toutes les études de lecture montrent que les brèves sont les premières informations vers lesquelles se précipite l'œil du lecteur. Longtemps, parce qu'elles étaient réputées « faciles à faire », elles étaient traitées rapidement dans les rédactions» (Mouriquand, 2015, p. 61). Bien que la brève peut être utile lors de Breaking News quand peu de détails sont connus, la formule ne s'applique pas à notre démarche.

Ensuite, il y a le compte-rendu et le reportage qui sont les plus fréquemment utilisés par les journalistes au quotidien. Plus détaillé que la brève, le compte-rendu dresse un sommaire, souvent chronologique, d'une nouvelle (Mouriquand, 2015). Il est souvent rédigé à partir d'un communiqué. Le reportage, lui, est similaire au compte-rendu, mais il implique une certaine immersion du journaliste. «Il faut investir les lieux ou la manifestation que l'on se propose de décrire avec une disponibilité totale. Le reporter se laisse conduire par ses impressions» (Mouriquand, 2015, p.64). Encore là, j'estime que ces styles journalistiques ne sont pas ceux qui s'appliquent dans le cadre de cette étude parce que les articles comportent un volet plus analytique que descriptif.

Ce qui m'amène au style «analyse» qui est aussi communément connu comme le long reportage. Notons d'abord que l'analyse se distingue de l'enquête qui elle se veut une étude approfondie d'un sujet quelconque. En soi, l'analyse s'appuie sur des faits et le journaliste a comme tâche d'offrir une explication et non pas de fournir des réponses comme l'enquête. Rochard et Ringoot (2005) parlent de l'analyse comme étant l'apport d'éclairages. Ainsi, j'estime que ma démarche s'inscrit dans cette optique étant donné que les témoignages des participants mis en relation avec des études scientifiques

dressent un portrait critique des effets de l'immédiateté sur le travail des journalistes. Il ne s'agit donc pas seulement de rendre compte des réponses obtenues, mais de les placer dans un cadre analytique.

De plus, le format de présentation choisi est tout autant représentatif du domaine du journalisme. Tout comme le font les médias eux-mêmes sur leur site web, l'information est sectionnée en catégories et regroupée en thèmes. C'est pourquoi le site a été créé dans un format similaire à un site internet d'un média. L'objectif de procéder ainsi était de recréer l'expérience de naviguer sur un site médiatique. Ce faisant, je suis d'avis que cela donne plus de profondeur à la recherche.

L'un des outils utilisés pour recréer cette expérience a été l'usage d'hyperlien dans le corps des textes pour rediriger les lecteurs d'un à l'autre lorsque les thèmes abordés s'entrecoupent. Le lecteur pourra facilement naviguer sur la plateforme et obtenir le portrait global d'un sujet quelconque comme c'est possible sur les sites web de Radio-Canada et TVA, entre autres.

Comme le cœur du projet d'analyse tourne autour des nouvelles technologies, il m'apparaissait primordial d'en inclure certaines, comme l'hyperlien, dans la partie créative de ce projet. Principalement parce que les hyperliens offrent une valeur ajoutée au contenu, mais surtout parce qu'ils distinguent le journalisme en ligne des autres formes de journalisme (Steenon, 2011). Dimitrova et Neznanski (2006) ont pour leur part établi que les hyperliens étaient maintenant une pratique ancrée dans le journalisme numérique.

De Dalhgren (1996) à Kawamoto (2003) en passant par Deuze (1999), les chercheurs qui se sont intéressés à l'utilisation des hyperliens ont révélé nombreux avantages à recourir à ceux-ci. Les plus pertinentes dans le cadre de ce projet sont sans doute la variété de perspectives qu'ils offrent, un accès direct aux sources et la contextualisation des Breaking News. Ces éléments sont du nombre des idées mises de l'avant par les participants durant les entrevues, notamment. Par exemple, en ce qui a trait à la contextualisation des nouvelles de dernière heure, l'utilisation de l'hyperlien permet aux journalistes

de renvoyer les internautes vers d'autres textes sur un même sujet pendant que les informations sont ajoutées à la nouvelle.

En ce sens, si l'on reprend l'exemple de la démission de l'ex-ministre des Finances, Bill Morneau, cité dans un des articles du projet, il devient possible de lier des articles en lien avec l'affaire We Charity, pendant que le texte ne contient qu'un paragraphe qui annonce qu'il démissionnera. Dans ce cas précis, aucun hyperlien n'a été rattaché à la nouvelle. Or, l'utilisation d'un hyperlien aurait permis à Radio-Canada d'offrir une piste contextuelle aux lecteurs au lieu de simplement avoir la mention «plus de détails suivront». Ce n'est pas sans mentionner que s'il y a la présence d'un hyperlien, un média peut garder un internaute sur son réseau plus longtemps que s'il n'y en a pas. Dans un marché aussi compétitif qu'est celui des médias, les clics récoltés sont essentiels.

Cela dit, les recherches effectuées sur le sujet ont aussi permis d'établir trois types d'hyperliens couramment utilisés par les médias : «target links (links within documents), relative links (links to other pages within a site), and external links (links from one site to another site)» (Steensen, 2010, qui cite Shipley & Fish, 1996, p.313). Dans le cadre de ce projet, j'ai utilisé les liens externes, pour rediriger vers les études citées, et les liens relatifs, pour renvoyer les lecteurs vers un autre article du site web.

Les études démontrent aussi que les hyperliens apportent également certaines caractéristiques qui profitent au journalisme, dont l'interactivité, la crédibilité, la transparence et la diversité (De Maeyer, 2012). Si les trois dernières caractéristiques énumérées offrent des perspectives intéressantes en ce qui a trait à la qualité de l'information, la première – l'interactivité – est celle qui est la plus importante dans ma démarche puisqu'elle s'applique directement à l'objectif visé par la création du site web.

L'interactivité que procure les hyperliens permet aux utilisateurs de recréer l'expérience d'un site web médiatique, entre autres parce qu'elle le permet de naviguer d'un article à l'autre et puis d'un article à un site externe qui leur offre d'en apprendre davantage sur un thème. «Hyperlinking lets people

control their own destiny—lets them drive their way through a media experience. It lets them choose their own path, focus on what interests them, and ultimately consume media at their own pace—on their own terms» (De Maeyer, 2012, qui cite Picard, 2008, p. 693). C'est exactement ce qu'offre le numérique au public des divers médias.

De plus, pour optimiser l'expérience interactive sur le site web, j'ai choisi d'inclure des vidéos et des photos dans les textes. D'abord, les vidéos ont pu être ajoutées aux textes par le biais d'une inclusion. À mon avis, l'inclusion est une forme d'hyperlien puisqu'elle permet de rediriger les individus vers d'autres sources d'information. Par exemple, dans l'article «Plus de détails suivront», j'ai inséré une vidéo YouTube de la couverture du réseau américain NBC qui permet à la fois d'illustrer l'exemple avancé par mon intervenant, mais qui offre aussi la possibilité au lecteur de visionner l'extrait pour mieux comprendre ce dont il est question. Et comme YouTube propose par défaut des vidéos similaires grâce aux algorithmes, cette personne aura aussi accès à d'autres exemples si elle le souhaite.

En ce qui concerne les photos, celles-ci varient en fonctions du texte. Essentiellement, l'objectif de celles-ci était de mettre en valeur autant que possible les propos abordés dans les articles. Elles visent précisément à montrer aux gens à quoi ressemblent les coulisses du travail d'un journalisme. Ainsi, des images illustratives comme des captures d'écran des outils de travail, du bureau d'ordinateur et des photos génériques d'un poste de travail des journalistes ont été choisies pour montrer leur réalité quotidienne. Aussi, tout comme pour les vidéos YouTube, des captures d'écran d'articles sont ajoutées pour illustrer des exemples et des situations précises, le cas échéant.

Selon moi, l'intégration de ces éléments rend la lecture et la compréhension des données beaucoup plus dynamique. La séparation de l'analyse en différents articles fait en sorte qu'il sera beaucoup plus facile pour les lecteurs de lire le contenu. De plus, j'estime que l'ajout des segments vidéo et des images est propice à une meilleure compréhension. En effet, ces composantes peuvent

«créer une expérience cognitive pour les lecteurs» (Buck-Morss, 2013) L'auteure intègre notamment des images dans ses textes précisément pour cette raison. Walter Benjamin (1936), Marshall McLuhan (1967) et Roland Barthes (1980) ont déjà eux aussi eu recours à la création pour présenter leurs études. Bref, l'ajout de ces éléments facilitera la compréhension des données (Astruc, 1948).

Il y a, au sein d'éléments visuels, un pouvoir significatif. Il y va de même pour ce qui est des éléments sonores. Un site web interactif est une forme de recherche-crédation qui témoigne de l'impact des images et du son. En ce sens, il est possible de croire que l'ajout de photo et de vidéos sera au bénéfice du lectorat. Astruc (1948) disait qu'il y existe des significations aux images cinématographiques et au caractère multimédia grâce à l'addition du son. À son avis, le cinéma représentait la meilleure façon de présenter des théories abstraites.

Il y a dans ce propos quelque chose qui m'intéresse particulièrement et qui rejoint ma pensée. C'est-à-dire qu'à mon avis, il n'est pas rare aujourd'hui de voir des études, peu importe l'origine, prendre une autre forme de présentation que la méthode académique traditionnelle. En ce sens, Chapman et Sawchuk (2012) parlaient de «creative presentation of research», l'une de leurs quatre articulations de la recherche-crédation. Toutefois, le cadre académique et littéraire que l'on connaît depuis longtemps m'apparaît toujours dominant.

Dans cette optique, je suis d'accord avec les propos d'Astruc. Il est vrai que les formes créatives de présentation d'une recherche constituent un moyen fort intéressant pour véhiculer un message. C'est pourquoi notre projet de site web s'inscrit dans cette articulation. Même si la partie créative du projet est principalement sous forme textuelle, il n'en demeure pas moins qu'elle se distingue parce qu'elle permet une présentation sous une forme non linéaire contrairement à la méthode traditionnelle. En d'autres mots, c'est dire que bien que les sept articles rédigés forment un tout cherchant à répondre à la problématique de recherche, ils peuvent tous être indépendants les uns des autres. C'est-à-dire que

chacun des textes parvient à répondre à la question de recherche sous un angle bien précis, mais n'est pas dépendant des autres angles établis. Cela veut aussi dire que même si les articles ont été hiérarchisés sur la page d'accueil du site, les usagers obtiendront les mêmes éléments de réponse même s'ils ne consultent pas les textes dans le même ordre. Ceci s'explique en raison du fait que la présentation de la recherche sous forme créative permet de créer une interactivité entre les différents textes, grâce aux hyperliens, notamment.

Par ailleurs, le choix de la mise en abîme du journalisme comme moyen pour présenter la recherche m'a permis de me pencher sur un débat qui perdure dans le milieu académique : quelle forme de connaissances le journalisme permet-il de créer? Malgré le fait que le journalisme consiste à rapporter des faits, certains chercheurs comme Karl Kraus (1918) considéraient que la pratique ne produisait pas une forme de savoir valide. «What little was spared by syphilis will be devastated by the press. With the cerebral softening of the future, causation will no longer be determined within a safe range. (...) To imagine that a journalist can write about a new opera as well as he writes about a new regulation of Parliament is something of an embarrassing thought» (Meditsch, 2005 qui cite Kraus (1918, p.123). La critique de Kraus n'en est pas une qui est isolée. Ses pensées ont grandement influencé des chercheurs renommés de la trempe de Walter Benjamin et même les pères fondateurs de l'École de Francfort (Meditsch, 2005).

En opposition, le sociologue Robert Park (1940) argumentait que le journalisme n'était pas complètement inutile, mais qu'il offrait plutôt une différente forme de savoir que la recherche académique. En ce sens, Meditsch (2005) met l'accent sur ce qui rend le journalisme unique et original. «Journalism does not expose reality in a mediocre way, nor does it expose reality lesser than Science : it just exposes reality in a different way. By doing so, it may be exposing certain aspects of reality that

the other modes of knowledge are not capable of exposing» (p. 124). Et pourtant, à ce jour, les doutes persistent sur la discipline.

L'une des raisons pour lesquelles le journalisme est remis en question repose dans le fait qu'on lui reproche la méthodologie qu'il utilise pour sa production (Lamble, 2004). Il m'apparaît ainsi important de préciser que le journalisme contient plusieurs genres et que chacun d'entre eux offrent une forme de savoir différent. Par exemple, le journalisme quotidien, qui consiste à rapporter des faits, offre des connaissances dans diverses sphères d'activités (politique, économie, santé, culture, etc). Cependant, il ne pourrait pas être considéré comme de la recherche académique contrairement au journalisme d'analyse que j'ai utilisé dans ce projet. Ceci s'explique par le fait que le journalisme quotidien présente un compte-rendu plutôt général d'un sujet quelconque pour le rendre accessible à l'ensemble de son public et que le journalisme d'analyse cherche plutôt à comprendre et à situer ce même sujet dans un cadre précis. Citant Bromley (2006), Bacon (2006, p. 149) amenait l'idée suivante : «an argument that most journalism is not research is not an argument that journalism cannot be research».

C'est dans cette optique que j'argumente que mon projet, sous sa forme créative qui reprend la pratique du journalisme, peut montrer que le journalisme peut effectivement produire une forme de savoir. Pour en faire la démonstration, je m'appuie sur les écrits de Bacon (2006) qui notait que pour que le journalisme puisse être considéré comme de la recherche, il faut trouver une façon d'utiliser le journalisme pour faire de la recherche. Ainsi, je suggère que les réflexions mises de l'avant sur le processus de création du site web et des articles d'analyse, documentées tout au long de ce travail, font en sorte que mon projet de recherche-crédation représente aussi une autre façon efficace d'étudier un phénomène quelconque, comme c'est le cas pour un mémoire de recherche traditionnel. La

méthodologie utilisée, qui cadre dans l'approche qualitative, est l'autre élément qui rapproche ma création de la recherche académique.

Puisqu'il est question des pratiques de travail changeantes des journalistes, le premier article qui se trouve sur notre site web (<https://memoirele.wordpress.com>) porte sur la charge de travail quotidienne des journalistes. Ces derniers ont été questionnés sur le travail qu'ils réalisent chaque jour et des attentes qui sont placées envers eux pour une journée typique de travail. L'un des participants a notamment avancé l'idée selon laquelle les journalistes ont un rythme de production beaucoup plus élevé à l'ère numérique qu'il y a une vingtaine d'années quand le web et les réseaux sociaux n'étaient pas omniprésents. Ainsi, les journalistes indiquent qu'ils doivent désormais produire plus d'une version de la même nouvelle tout au long de la journée au lieu de produire un article ou un reportage télé sur ce sujet comme ce fût jadis le cas.

Ceci s'explique entre autres par la présence des nouvelles de dernière heure (Breaking News), qui sont l'élément central du deuxième article. Cette notion a été mise en relation avec l'idée selon laquelle l'actualité est majoritairement prévisible. Par exemple, les participants ont mis de l'avant l'idée que les journalistes travaillent désormais pour trouver les informations avant qu'elles soient communiquées. Ce faisant, il est question d'une routinisation des nouvelles de dernière heure. Celles-ci sont devenues plus fréquentes depuis l'arrivée du web et des réseaux sociaux, selon eux.

Ce faisant, on assiste d'une part à un renouveau dans la façon dont les gens s'informent. Cette affirmation est l'idée centrale du troisième article. En bref, les journalistes sont d'avis que leur travail a changé pour répondre aux nouvelles habitudes de consommation des lecteurs et des auditeurs. Ces derniers veulent savoir tout plus rapidement. Dans les dernières années, les médias ont notamment commencé à envoyer des alertes mobiles pour répondre à cette demande. Mais ce phénomène a aussi mis en lumière le fait que les gens peuvent s'informer comme ils veulent et quand ils le veulent. Il faut

donc que les journalistes produisent du contenu en continu, quitte à ce qu'il soit fragmentaire, pour que la population puisse être informée en tout temps.

En ce sens, le quatrième article est en lien avec le journalisme de surface. C'est-à-dire comment les informations qui sont relayées sont moins complètes qu'elles ne devraient l'être. L'immédiateté et l'accélération du rythme de travail ont fait en sorte que les heures de tombée fixes n'existent pratiquement plus. L'information est désormais appelée à être publiée dès qu'elle est reçue. Cette situation est notamment due à la compétition entre les médias, expliquent les intervenants. Puisque tout un chacun souhaite obtenir les primeurs, les journalistes doivent travailler dans l'urgence pour être premiers sur la nouvelle. Ceci a également fait place aux chaînes de nouvelles en continu qui sont continuellement en ondes indépendamment de l'afflux de l'actualité au quotidien.

Le cinquième article découle directement du précédent dans l'optique où la qualité de l'information s'est détériorée puisqu'elle devient de plus en plus fragmentaire. Ce faisant, le risque d'erreur est plus grand parce qu'on tente toujours d'aller plus vite, racontent les participants. Et pour tenter de rétablir les faits, le fact-checking gagne en popularité. Une nouvelle tâche que les journalistes doivent effectuer. Mais elle est de plus en plus essentielle dans un domaine où la véracité des faits est primordiale.

N'empêche qu'à l'ère numérique, les journalistes doivent produire et alimenter les différentes plateformes continuellement. Et ils doivent le faire avec beaucoup de pression, disent-ils. C'est notamment ce qui est raconté dans le sixième article. Qu'elle vienne des patrons, d'eux-mêmes ou de la compétition, la pression est désormais omniprésente dans le milieu journalistique. Les participants expliquent qu'il y a une très grande charge qui repose sur leur épaule pour être à la hauteur des attentes. Une situation qui peut facilement être confrontante pour les plus jeunes.

Par ailleurs, le septième et dernier article s'intéresse à l'apport et aux contraintes des réseaux sociaux dans le travail des journalistes. Twitter et Facebook sont devenus des incontournables pour les travailleurs de la presse. Mais il faut en prendre et en laisser, nous disent les participants. D'une part, les réseaux sociaux peuvent être un outil de travail formidable pour trouver des sujets et des sources. D'une autre, ils sont contraignants puisqu'ils sont particulièrement responsables des nouvelles habitudes des consommateurs. Ainsi, les réseaux sociaux représentent véritablement une lame à double tranchant.

Conclusion

Dans un contexte où les médias sont en constante bataille contre les émetteurs de fausses nouvelles et la désinformation, cette recherche s'avère pertinente. En effet, l'immédiateté et la flexibilité offertes par les réseaux sociaux aux médias sont aussi devenues le talon d'Achille de ces derniers dans une certaine mesure. C'est-à-dire qu'autant qu'il soit devenu facile de publier du contenu à un rythme soutenu, il est tout autant devenu facile de tomber dans l'erreur.

D'une part, en publiant du contenu instantanément pour être les premiers sur la nouvelle, des erreurs factuelles surgissent plus facilement. Pour le public, cela crée une zone grise entre ce qui consiste en des informations crédibles et véridiques et de fausses nouvelles et la désinformation. La rapidité comporte son lot d'avantages, mais de désavantages aussi.

Ces réalités sont connues des journalistes et se sont manifestées durant les entrevues. Pour l'élucider, j'utiliserais l'exemple du journalisme de surface abordé par la plupart d'entre eux. En bref, comme l'on tente de produire plus et plus rapidement, la qualité journalistique y écope trop souvent, disent-ils. Ça rappelle les écrits de Michael Karlsson (2007, 2011), qui indiquait que l'immédiateté a fait en sorte que les journalistes n'attendent plus d'avoir toutes les informations et tous les points de vue

en lien avec une nouvelle avant de la publier. Le direct est une des causes de cette conséquence puisqu'il est désormais utilisé pour provoquer des réactions, disait-il.

Malgré l'effritement de la qualité des nouvelles, les journalistes sont contraints de poursuivre ainsi, notamment en raison de la compétition. Un questionnement sur la pertinence et l'intérêt pour le journalisme de procéder ainsi a été soulevé durant les entretiens. Or, le prix à payer pour faire marche arrière serait sans doute fatal pour un média. On insistait sur le fait que si, par exemple, Radio-Canada devait ralentir, TVA appuierait à fond sur l'accélérateur et vice-versa. Ainsi, les médias n'ont vraisemblablement pas le choix que d'accélérer. Comme l'indiquait Pollard (2009), le temps des nouvelles aux heures de tombée fixes est révolu.

Par ailleurs, les réseaux sociaux ont permis à quiconque de publier, de commenter, de partager et de relayer de l'information dans leur réseau respectif. Ce faisant, cela permet la propagation des informations erronées plus facilement et plus rapidement. Plus que jamais, les médias se doivent d'être rigoureux, quitte à ralentir la cadence. En ce sens, les journalistes se sont (ré)approprié le devoir de vérifier les faits. L'apparition d'émission comme «Les décrypteurs» à Radio-Canada et les dépêches de fact-checking hebdomadaire de l'Associated Press, en sont des exemples.

Mais l'exemple des réseaux sociaux est très intéressant puisqu'il est souvent cité par les journalistes pour expliquer comment il a changé leurs façons de travailler. Un consensus se dégage autour du fait qu'ils sont un outil de travail incontournable à l'ère numérique pour trouver des sujets et des contacts notamment. À l'inverse, comme expliqué précédemment, leur utilisation nécessite une certaine prudence. Que leur impact soit positif ou négatif, une chose demeure certaine, les réseaux sociaux permettent au journalisme de s'ancrer davantage dans l'immédiateté.

En ce qui trait aux potentielles limites de la recherche proposée, l'enjeu de la transférabilité est la contrainte primaire. Comme toute recherche de type qualitative, les données recueillies sont propres

aux expériences des individus rendant difficile la généralisation à partir de l'analyse. Cependant, l'immédiateté touche le domaine du journalisme en entier. En l'occurrence, la transférabilité devient plus malléable. D'une part, les données font état des expériences des participants; de l'autre, l'immédiateté est généralisable au domaine. En bref, bien que les données soient propres à certains journalistes, il est possible de dire que chacun coexiste de manière différente avec l'immédiateté. Bien entendu, le faible échantillon de l'étude ne permet en aucun temps de proposer des généralités en la matière. Malgré cela, le nombre d'éléments communs dans chacune des entrevues démontre un raisonnement qui porte à croire que le travail des journalistes a bel et bien évolué depuis le début de l'ère numérique.

En ce sens, les retombées espérées pour ce travail de recherche étaient liées aux façons de travailler des journalistes en lien avec l'immédiateté et les cycles de nouvelles. Ainsi, à la question de recherche «comment les journalistes adaptent leurs pratiques journalistiques en fonction de l'immédiateté à laquelle est soumis le domaine du journalisme?» il est possible de proposer différentes pistes de réponses.

D'abord, les journalistes ont dû adapter leur façon de travailler notamment parce qu'ils affirment travailler davantage qu'auparavant. Cette conséquence de l'immédiateté se manifeste par un rythme de travail plus grand qui demande une plus grande production de la part des journalistes. Non seulement la charge de travail a augmenté, mais les travailleurs doivent aussi être plus débrouillards et être capables d'être multitâches dans leur fonction au quotidien.

Qui plus est, l'avènement des nouvelles de dernière heure, d'abord rendu possible par les chaînes de nouvelles en continu, a connu une hausse exponentielle avec l'arrivée du web et des réseaux sociaux. Par conséquent, la course pour être premier sur la nouvelle s'est accentuée dans un marché qui est de plus en plus compétitif. Comme l'indiquait Harmut Rosa (2014), les notions de temps et de

l'argent vont de pairs comme les entrepreneurs cherchent toujours à augmenter leur profit tout en réduisant le temps qu'ils consacrent à la réalisation d'une tâche. Ce faisant, les journalistes sont aux aguets en tout temps. Notre recherche tend à démontrer que les journalistes travaillent désormais pour trouver les informations avant que celles-ci ne soient diffusées par communiqué ou dans une conférence de presse.

Si les journalistes ont adopté ces nouvelles méthodes de travail, c'est en grande partie pour satisfaire aux exigences du public qui a changé ses habitudes de consommation. Grâce au web et aux réseaux sociaux, les gens peuvent maintenant s'informer quand ils le veulent, forçant en quelque sorte les journalistes à produire du contenu de manière continue. Mais c'est aussi pour satisfaire aux exigences de leurs patrons qui ajoutent une couche de pression sur leurs épaules.

Or, le fait de travailler sous pression, plus rapidement et plus qu'avant a mis en lumière des problématiques telles que le journalisme de surface et la multiplication des erreurs factuelles. Ainsi, les journalistes contribuent d'une certaine façon à leur propre malheur puisque ces erreurs nécessitent d'apporter des correctifs, et surtout, la vérification des faits après coup. D'ailleurs, ceci a fait place à une pratique plus répandue du fact-checking. Jadis implicite dans le travail d'un journaliste, il s'agit là encore d'une «nouvelle» tâche que ces derniers doivent effectuer.

À l'ère numérique, plus particulièrement celle des réseaux, le fact-checking est devenu essentiel pour un média. Comme Facebook et Twitter permettent à tous les utilisateurs de partager du contenu, il devient facile de faire circuler de la désinformation. Ce sont donc les journalistes qui s'acquittent de la responsabilité de rétablir les faits.

Enfin, ce mémoire a également permis d'étudier la place de la recherche-crédation au sein de la recherche académique. Il a ainsi été démontré que la présentation des résultats sous forme de projet créatif pouvait apporter une nouvelle façon de contribuer de partager le savoir. Bien que la recherche-

création soit critiquée par certains experts en raison de ses contours jugés flous qui limitent son évaluation par les pairs et de ses contributions estimées de moindre importance, j'ai argumenté que la démarche pouvait offrir une perspective d'analyse intéressante.

Qui plus est, grâce au format de mise en abîme du journalisme privilégié pour la réalisation du projet, j'ai pu poser un regard critique sur la place du journalisme comme pratique de recherche. À la lumière des écrits de Wendy Bacon (2006), qui indiquait qu'il fallait trouver un moyen d'utiliser le journalisme comme forme de recherche pour que la pratique puisse être considérée comme de la recherche, j'ose espérer avoir été en mesure de montrer que l'utilisation du journalisme comme méthode de recherche sur le journalisme peut offrir un nouveau regard sur la crédibilité de la démarche dans le cadre d'une recherche académique.

Bibliographie

- Adam, J.-M. (1997). Unités rédactionnelles et genres discursifs : cadre général pour une approche de la presse écrite. *Pratiques*, pp. 3-18.
- Astruc, A. (1948). *Naissance d'une nouvelle avant-garde : la caméra-stylo*. L'écran français.
- Bacon, W. (2006). Journalism as research? *AJR*, 28(2), pp. 147-157.
- Barbot, J. (2012). Mener un entretien de face à face. Dans S. Paugam, *L'enquête sociologique* (pp. 115-141). Paris: Presse universitaire de France.
- Barrett, E., & Bolt, B. (2010). *Practice as research: Approaches to creative arts enquiry*. London, UK: I.B. Tauris.
- Barthes, R. (1980). *La Chambre claire*. Paris: Gamillard.
- Benjamin, W. (1936). *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Francfort: École de Francfort.
- Bivens, R. K. (2008). The Internet, mobile phones and blogging: How new media are transforming traditional journalism. *Journalism Practice* 2 (1), pp. 113-129.
- Bruneau, M., & Villeneuve, A. (2007). *Traiter de recherche création en art: entre la quête d'un territoire et la singularité des parcours*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Buck-Morss, S. (2013, Mars 11). *Journal of Visual Culture*. Récupéré sur www.susanbuckmorss.info
- Chapman, O. B., & Sawchuk, K. (2012). Research-Creation: Intervention, analysis and "family resemblances". *Canadian journal of communication* 37 (1), pp. 5-26.
- Dahlgren, P. (1996). Media Logic in Cyberspace: repositioning journalism and its public. *Javnost/The Public*, pp. 59-72.
- De Maeyer, J. (2012). The Journalistic Hyperlink: prescriptive discourses about linking in online news. *Journalism Practice*, pp. 692-701.
- Degand, A. (2011). Le multimédia face à l'immédiat. Une interprétation de la reconfiguration des pratiques journalistiques selon trois niveaux. *Communications, volume 29*, pp. 1-20.
- Deleu, C. (1998). Médias et nouvelles technologies: le journalisme pressé. *Cahiers du journalisme, volume 5*, pp. 206-213.

- Denzin, N. (2001). The Reflexive Interview and a Performative Social Science. *Qualitative Research*, pp. 23-46.
- Deuze, M. (1999). Journalism and the Web: an analysis of skills and standards in an online environment. *International Communication Gazette* 61(5), pp. 373-390.
- Deuze, M. (2008). The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. *International Journal of Communications* 2, pp. 839-865.
- Dimitrova, D. V., & Neznaski, M. (2006). Online Journalism and the War in Cyberspace: a comparison between U.S. and international newspapers. *Journal of Computer-mediated Communication* 12(1), pp. 246-263.
- Gans, H. J. (1979). Deciding what's news: story suitability. *Society* 16 (3), pp. 65-77.
- George, É. (2011). L'accélération de la circulation de l'information: une perspective historique, économique, technique et sociale. *Les cahiers du journalisme*, pp. 168-179.
- Hermida, A. (2016). Social Media and the News. Dans T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida, *The SAGE Handbook of Digital Journalism* (pp. 81-94). London, UK: SAGE.
- Hoskins, M. L., & White, J. (2013). Relational inquiries and the research interview: Mentoring future researchers. *Qualitative Inquiry* 19 (3), pp. 179-188.
- Kantola, A. (2016). Liquid Journalism. Dans T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida, *The SAGE Handbook of digital journalism* (pp. 424-442). London, UK: SAGE.
- Karlsson, M. (2007). Immediacy of Online News: Journalistic Credo Under Pressure. *International Communication Association*, pp. 1-24.
- Karlsson, M. (2011). The Immediacy of Online News: The Visibility of Journalistic Processes and Restructuring of Journalistic Authority. *SAGE Publications*, pp. 279-295.
- Kawamoto, K. (2003). *Digital Journalism: emerging media and the changing horizons of journalism*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Lamble, S. G. (2004). Documenting the methodology of journalism. *Australian Journalism Review*, 26(1), pp. 85-106.
- Larsson, A. O., Sjoavaag, H., Karlsson, M., Stavelin, E., & Moe, H. (2016). Sampling Liquid Journalism. Dans C. W. Tamara Witschge, D. Domingo, & A. Hermida, *The SAGE Handbook of Digital Journalism* (pp. 494-508). London, UK: SAGE Publications.
- Leavy, P. (2009). *Method meets art: Arts-based research practice (1st ed.)*. New York, NY: The Guilford Press.

- Leavy, P. (2017). *Introduction to Arts-Based Research*. New York, London: Guilford Publications.
- Lewis, J., & Cushion, S. (2009). The Thirst to be First. An Analysis of Breaking News Stories and Their Impact on the Quality of 24-hour News Coverage in the UK. *Journalism Practice*, pp. 304-318.
- Lièvre, P., & Rix-Lièvre, G. (2013). Une ethnographie organisationnelle constructiviste et orientée vers les pratiques situées. *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, pp. 45-65.
- Massey, B. L., & Levy, M. R. (1999). Interactivity, online journalism, and English-language web newspapers in Asia. *Journalism & mass communication quarterly* 76 (1), SAGE journals, pp. 138-151.
- McCluhan, M. (1967). *The medium is the message*. Corte Madera, CA: Gingko Press Inc.
- Meditich, E. (2005). Journalism as a form of Knowledge: A qualitative approach. *Brazilian Journalism Research Vol.1 No.2*, pp. 121-136.
- Mouriquand, J. (2015). La gamme des genres journalistiques. Dans J. Mouriquand, *L'écriture journalistique* (pp. 58-82). Paris: Presse Universitaires de France.
- Örnebring, H. (2010). Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives. *Journalism Vol. 11 (1)*, pp. 57-74.
- O'Sullivan, J., & Heinonen, A. (2008). Old values, new media: Journalism role perceptions in a changing world. *Journalism Practice* 2 (3), pp. 357-371.
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2008). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin.
- Park, R. E. (1940). News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *American Journal of Sociology*, 45(5), pp. 669-686.
- Picard, E. (2008). Hyperlinking and Advertising Strategy. Dans J. T. Tsui, *The Hyperlink Society* (pp. 159-164). Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Pollard, N. (2009). Non-stop deadlines: 24-Hour News. Dans J. Owen, & H. Purdey, *International News Reporting: Frontlines and Deadlines* (pp. 109-126). West Sussex, UK: Blackwell Publishing.
- Poupart, J. (2012). L'entretien de type qualitatif. Réflexion de Jean Poupart sur cette méthode. *Sur le journalisme About journalism Sobre jornalismo (1)*, pp. 60-71.
- Rapley, T. J. (2001). The art(fulness) of open-ending interviewing: some considerations on analysing interviews. *Qualitative research* 1 (3), pp. 303-323.
- Ringoot, R., & Rochard, Y. (2005). Proximité éditoriale: normes et usages des genres journalistiques. *Mots. Les langages du politique*, pp. 73-90.

- Rosa, H. (2012). *Aliénation et accélération: Vers un théorie critique de la modernité tardive*. Paris: Éditions de la Découverte.
- Roselyne Ringoot, Y. R. (2005). Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques. *Mots. Les langages du politique* (77), pp. 73-90.
- Saltzis, K. (2012). Breaking News Online. *Journalism Practice*, volume 6, pp. 702-710.
- Shiple, C., & Fish, M. (1996). *How the World Wide Web Works*. Emeryville, California: Macmillan Computer Publishing.
- Stenson, S. (2011). Online Journalism and the Promise of New Technology: A Critical Review and Look Ahead. *Journalism Studies*, pp. 311-327.
- Tomlinson, J. (2007). The Culture of Speed: The Coming of Immediacy. *SAGE Publications*, pp. 72-124.
- Tuchman, G. (1973). Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected. *American Journal of Sociology*, volume 79, No. 1, pp. 110-131.
- Usher, N. (2018). Breaking news production processes in US metropolitan newspaper: Immediacy and journalistic authority. *Journalism Vol. 19* (1), pp. 21-36.
- Virilio, P. (1977). *Vitesse et politique*. Paris, France: Éditions Galilée.
- Yilmaz, K. (2013). Comparison of quantitative and qualitative research traditions: Epistemological, theoretical, and methodological differences. *European journal of education* 48 (2), pp. 311-325.

Annexe 1 – Liens vers le site web

<https://memoirele.wordpress.com>