

2M11.2727.9

Université de Montréal

Information télévisée et identité nationale
Comparaison entre les chaînes SRC, CBC et TVA

Julie Fortier

Département de science politique

Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention
du grade de Maître ès sciences en science politique (M.Sc.)

février 1999

© Julie Fortier 1999



9-457-11008

JA
39
U54
1999
V.017

Université de Montréal

Commission pour les langues SRC, CBC et TVA
Le français idéalisé et idéologie nationale

Julie Fortin
Département de sciences politiques
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention
du grade de Maître en sciences en science politique (M.Sc.)

Mars 1999

© Julie Fortin 1999



Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé:

*Information télévisée et identité nationale:
Comparaison entre les chaînes SRC, CBC et TVA*

présenté par

Julie Fortier

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes:

- M. Richard Nadeau, département de science politique, président-rapporteur
- M. Denis Mcnière, département de science politique, directeur de recherche
- M. Marc Raboy, département de communications, membre du jury

Mémoire accepté le 21 juin 1999

SOMMAIRE

La loi sur la radiodiffusion canadienne de 1968 attribuait à la Société Radio-Canada le mandat de promouvoir l'unité nationale. En 1991, la nouvelle loi stipule que la société d'État doit maintenant refléter la globalité canadienne. Ces deux attributions de fonction signifient que la télévision est perçue comme un agent de construction sociale qui relie les individus entre eux et leur fait partager une histoire commune qui est constitutive de leur identité nationale. De façon plus spécifique, le journal télévisé participe à la construction et à la reproduction de l'identité nationale parce qu'il rend symboliquement accessible et visible l'existence de la communauté nationale.

Nous pouvons donc nous demander si l'information télévisée au Canada participe à la construction de l'identité nationale en diffusant une représentation de la communauté canadienne qui transcende les différences régionales et linguistiques. Les anglophones et francophones reçoivent-ils une information semblable ou différente? Nous nous proposons donc dans ce mémoire d'analyser la représentation de la communauté nationale canadienne dans le journal télévisé en comparant les profils de contenu des bulletins d'information diffusés par une chaîne publique anglophone (CBC) et une chaîne publique francophone (SRC). Nous avons inclus dans notre corpus une chaîne privée francophone (TVA) qui permettra de départager les ressemblances et les différences entre les deux chaînes. Nous postulons qu'en raison de leur statut et de leur mandat, les chaînes publiques devraient diffuser une information plus uniforme comparativement à celle diffusée par une chaîne privée qui n'a pas le même mandat et qui est essentiellement animée par la logique du marché.

Nos résultats nous ont amenés à infirmer notre hypothèse de départ. Les écarts entre les deux chaînes publiques sont plus grands qu'entre les deux chaînes francophones. Il faut alors conclure que la différenciation régionale et linguistique qui caractérise les marchés québécois et canadien a préséance dans le choix de l'information sur la logique du statut juridique. Cependant, plusieurs similitudes ont été observées entre

la SRC et CBC. Par exemple, les deux chaînes publiques ont beaucoup plus de points en commun dans la structure de l'information que les deux chaînes francophones. Ces ressemblances n'ont par contre aucune incidence sur la représentation de la communauté nationale dans les informations télévisées.

Nous avons adopté dans notre démarche les règles classiques de l'analyse de contenu comparée. L'unité d'analyse choisie est la nouvelle. Nous avons segmenté notre objet d'étude en quatre champs: celui de l'actualité internationale, de la politique nationale, de l'économie et de la société et finalement, celui des faits divers. Chacun de ces champs présente des problématiques spécifiques qui nous ont permis de répondre à notre question de départ.

Les analyses de contenu comparées en dehors des campagnes électorales au Canada sont plutôt rares. Notre étude met à jour celles de Siegel et de Bonville. À l'encontre de Siegel, elle vise à vérifier à la fois dans quelle mesure la SRC réalise son mandat et l'impact de la concurrence commerciale. Elle est la première à se réaliser depuis la modification de la législation en 1991. Depuis le changement de la loi sur la radiodiffusion, le débat sur la mission de la société d'État est revenu à l'ordre du jour. Il est donc pertinent de se demander si les nouvelles télévisées ont un rôle à jouer dans la construction de l'identité nationale au Canada.

REMERCIEMENTS

Ce mémoire n'aurait pu être mené à terme sans le soutien de plusieurs personnes. Je remercie tout particulièrement mon directeur Denis Monière. Son expertise, ses conseils et sa grande disponibilité ont été d'une aide précieuse. Je tiens également à remercier le professeur Richard Nadeau dont les éclaircissements de quelques notions de statistiques ont été d'un grand secours. Finalement, un merci chaleureux à tous ceux et celles qui par leurs encouragements ou par leur simple présence ont facilité l'accomplissement d'un travail souvent accaparant.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire	iii
Remerciements	iv
Introduction	1
Hypothèse et cadre théorique	1
L'identité nationale et les médias de masse	2
L'état actuel de la recherche	6
Chapitre 1	
La télévision canadienne	9
La nouvelle en tant que représentation de la réalité	9
La télévision et la réalité canadienne	11
La culture journalistique	15
La place du Canada et du Québec dans les nouvelles télévisées	17
La concurrence en information	23
Chapitre 2	25
Méthodologie	25
Les principaux champs d'analyse	26
Les catégories d'analyse	29
La démarche suivie	34
Chapitre 3	
La présentation et l'organisation de l'information télévisée	35
Les formats de la nouvelle	36
La durée et le nombre	38
Le classement hiérarchique des nouvelles	40
Le degré d'association	43
Chapitre 4	
Les enjeux présentés dans les nouvelles télévisées	45
Les nouvelles politiques, économiques et sociales	49
Les champs d'activités des nouvelles politiques	52
Les faits divers	55

Chapitre 5	
L'information internationale	57
Les champs d'activités de l'actualité internationale	58
Les pays des nouvelles internationales	59
Chapitre 6	
Le Canada des nouvelles télévisées	62
Les provinces	63
Les références identitaires	68
Les symboles nationaux	71
Chapitre 7	
Les locuteurs dans les nouvelles télévisées	73
La représentation des locuteurs	74
La langue des locuteurs	79
Chapitre 8	
La parole politique	
Les partis politiques	86
Les chefs	90
La classe politique	92
Chapitre 9	
La représentation des deux sexes dans les informations télévisées	95
La représentation des femmes en 1988 et 1998	95
Les politiciennes	98
La distribution des reportages selon le sexe	99
Chapitre 10	
Le traitement de l'information	101
Le type de reportage	103
Le ton du commentaire journalistique	104
Chapitre 11	
Le mimétisme et la spécificité en information	108
Conclusion	112
Bibliographie	121
Annexes	125

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 Répartition des formats de nouvelles par chaîne	37
Tableau 2 Répartition des formats de nouvelles selon l'objet de la nouvelle	38
Tableau 3 Proportion en nombre et en temps des différents objets de la nouvelle	39
Tableau 4 Distribution des manchettes selon l'objet de la nouvelle	40
Tableau 5 Répartition du rang groupé selon l'objet de la nouvelle	41
Tableau 6 Rang moyen selon l'objet de la nouvelle	42
Tableau 7 Distribution des sujets spécifiques aux nouvelles politiques, économiques et sociales	47
Tableau 8 Distribution des champs d'activités des nouvelles politiques	53
Tableau 9 Les sujets spécifiques dans les faits divers	56
Tableau 10 Répartition des champs d'activités de l'actualité internationale	58
Tableau 11 Distribution des pays des nouvelles internationales	59
Tableau 12 Distribution du temps et du nombre en % accordés aux provinces dans les nouvelles télévisées	63
Tableau 13 Distribution des activités provinciales selon les provinces	65

Tableau 14 Représentation du Québec et du reste du Canada dans les nouvelles télévisées	67
Tableau 15 Distribution des références identitaires des journalistes, des locuteurs et des chefs d'antenne	69
Tableau 15.1 Distribution des références identitaires se rapportant au Québec et au Canada	70
Tableau 16 Les symboles nationaux	72
Tableau 17 Répartition des interventions et du temps de parole des locuteurs	74
Tableau 18 Répartition de la langue d'usage des locuteurs	80
Tableau 19 Répartition des interventions selon les partis et la classe politiques	86
Tableau 20 Répartition des interventions des locuteurs des partis fédéraux, des partis québécois et des partis du reste du Canada dans les nouvelles politiques	89
Tableau 21 Répartition des interventions et du temps de parole des chefs politiques	90
Tableau 22 Répartition du temps de parole en % des ministres et des députés	93
Tableau 23 Répartition des interventions en % des locutrices	97

Tableau 24 Distribution des reportages produits par des femmes selon la catégorie d'objet	100
Tableau 25 Distribution des types de reportages selon l'objet de la nouvelle	104
Tableau 26 Répartition du ton du commentaire journalistique selon l'objet de la nouvelle	105
Tableau 27 Répartition des nouvelles communes et spécifiques entre les trois chaînes de télévision	110
Tableau a Coefficients d'association calculés sur le format et l'objet de la nouvelle	43
Tableau b Coefficient d'association calculé sur l'objet de nouvelle «Politique nationale»	55
Tableau c Coefficient d'association calculé sur l'entité géographique Québec et ROC	68
Tableau d Coefficient d'association calculé sur les locuteurs	79
Tableau e Coefficient d'association calculé sur les partis politiques	89
Tableau f Coefficients d'association calculés sur le ton et le type de la nouvelle	106

Introduction

Hypothèse et cadre théorique

La télévision amène chaque jour des centaines de milliers d'individus à poser un geste simultané et commun, transcendant ainsi les barrières d'espace. Le trait d'union qu'elle crée entre les membres d'une même communauté en fait un agent de socialisation dont la mission dépasse les simples fonctions de divertissement, d'information et d'éducation. Bien que le produit fini présenté sur nos écrans soit le fruit d'une construction fictive avec son lot de manipulations, la télévision est tout de même perçue comme un «substitut identificateur». ¹ À ce titre, elle participe à la construction de l'identité nationale par la diffusion de valeurs et de caractéristiques propres à une communauté nationale. ²

Au Canada, le développement d'un système de communications dès les années 1930 a permis à plusieurs de rêver que la radiodiffusion allait servir de pont entre tous les Canadiens qu'ils soient situés au centre, au nord ou aux extrémités est et ouest du pays. La loi sur la radiodiffusion canadienne de 1968 attribue à la Société Radio-Canada le mandat de promouvoir l'unité nationale: «Le service national de radiodiffusion devrait contribuer au développement de l'unité nationale et exprimer constamment la réalité canadienne.» ³ En 1991, la loi indique que la SRC doit maintenant «refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays (...)». ⁴

Cette expression de la réalité est retransmise quotidiennement sur nos ondes par la voie du téléjournal. La communauté nationale prend symboliquement forme à travers le journal télévisé qui participe ainsi à la construction et à la reproduction de

¹ Vito Minaudo, « Media et lien social », *Cahiers internationaux de Sociologie*, vol. 82, 1987, 208.

² Monière, Denis, *Analyse comparative des journaux télévisés de quatre pays de la francophonie*, Presse de l'Université de Montréal, 1999, 6.

³ Statuts refondus du Canada, 1970, *Loi sur la radiodiffusion*, 1968, article 3, chapitre B-11.

⁴ Statuts du Canada, *Loi sur la radiodiffusion*, 1991, article 3, chapitre 11, 38-39 Elizabeth II, sanctionné le 1^{er} février 1991.

l'identité nationale.⁵ Avant le changement de la loi en 1991, cette attribution de fonction était clairement exprimée dans la politique journalistique de la SRC: «Les téléjournaux (...) ne font que refléter les images de la réalité quotidienne. Pourtant le simple fait de refléter la réalité suffit à influencer, voire à déterminer à long terme les attitudes des gens.»⁶

Nous pouvons donc nous demander si l'information télévisée au Canada participe à la construction de l'identité nationale en diffusant une représentation de la communauté canadienne qui transcende les différences régionales et linguistiques. Les anglophones et les francophones reçoivent-ils une information semblable ou différente? Nous nous proposons dans ce mémoire d'analyser la représentation de la communauté nationale canadienne dans le journal télévisé en comparant les profils de contenu des bulletins d'information diffusés par une chaîne publique anglophone et une chaîne publique francophone. Nous incluons aussi dans notre corpus une chaîne privée francophone qui permettra de départager les ressemblances et les différences entre les deux chaînes.

1- L'identité nationale et les médias de masse

Les moyens de communication mis en place au Canada – par exemple la télégraphie, les voies ferrées, les compagnies aériennes, les stations de télévision et de radio et l'agence de presse canadienne – sont apparus en premier lieu pour des raisons politiques et non culturelles. La canadianisation du système de radiodiffusion a été conçue pour résoudre les problèmes de communication à l'intérieur du pays et créer un sentiment d'appartenance canadien. Les distances ne devaient plus être une barrière au développement d'une nation canadienne forte.⁷

⁵ Monière, *op. cit.*, 6.

⁶ Société Radio-Canada, *Politique journalistique*, 1982, 95-96.

⁷ Siegel, Arthur (a), *Politics and the media in Canada*, Toronto, McGraw-Hill Ryerson Limited, 1996, 95.

Le nouveau réseau de communication devait fournir aux Canadiens une fenêtre à travers laquelle ils pourraient se voir, apprendre à se connaître, trouver ce qui faisait d'eux des Canadiens et leur donner un point de vue canadien dans leur manière de percevoir le monde.⁸ Dès 1936, la classe politique canadienne conçoit le système de radiodiffusion «comme un instrument pour consolider et développer les assises de la nation canadienne».⁹

Les communications de masse sont dès lors perçues comme un «guide de l'imaginaire social».¹⁰ Bien qu'elles soient un outil unificateur superficiel, elles ont le pouvoir de rallier des individus autour d'un même projet. Le «langage de masse» en est un de représentation :

Ce faisant on bâtit des faits sans pour autant leur attribuer une dimension sociale (...). L'objectif principal de cette composition organisée est l'adéquation, l'ajustement à un désir collectif et unifiant, la recherche d'un identique irréel compris comme réel et comme possible. (...) On part du principe qu'il y a quelque chose de commun entre la substance de ces messages et la structure sociale, condition pour qu'ils aient du sens.¹¹

Ce processus de construction identitaire est indispensable à toute nation car celle-ci pour reprendre une définition de Benedict Anderson est une communauté politique imaginaire et imaginée puisque la plupart des membres d'une nation, même la plus petite, ne connaîtront jamais la majorité des individus qui partagent le même territoire. Or, ajoute-t-il, dans l'esprit de chacun d'eux est inscrit «l'image de leur communion».¹²

C'est précisément cette image que la télévision construit dans ses différentes formes d'émissions. La télévision par sa présence dans 99% des foyers¹³ et par ses auditoires de masse est devenue dans les sociétés occidentales «le subconscient collectif le plus déterminant» parmi les nombreux facteurs de socialisation.¹⁴ Plus

⁸ *Ibid*, 96.

⁹ De Bonville, Jean et Vermette, Jacques, «Télévision et unité nationale: la couverture de l'actualité», *Revue canadienne de science politique*, vol.27, no4, déc. 1994, 701.

¹⁰ Minaudo, *op. cit.*, 208.

¹¹ *Ibid*, 206.

¹² Anderson, Benedict, *L'imaginaire national*, Paris, La Découverte, 1996, p.19.

¹³ 99% des foyers canadiens ont un téléviseur et 76% sont câblés. Voir Siegel, *op.cit.*, 5.

¹⁴ Chebel, Malek, *La formation de l'identité politique*, Paris, PUF, 1986, 132.

particulièrement, les membres d'une même communauté reconnaîtront à travers les informations télévisées l'expression d'une réalité propre à leur collectivité. «The last redoubt of national originality is the National Nighthly News, devoted in the first instance to the doings of national political figures in the universally accepted ethnocentric manner», écrit Philip Schlesinger.¹⁵ Pour cette raison, l'auteur ne croit pas que ce soit seulement le langage et le style des médias qui engendrent l'idée même du nationalisme mais également le contenu du message. Ernest Gellner affirme de son côté que ce sont principalement le langage et le style qui incitent l'audience à se percevoir comme les membres d'une communauté morale.¹⁶ Cette idée se superpose à celle d'Anderson qui perçoit la nation comme une «communauté imaginaire et imaginée». Cependant, comme l'explique Schlesinger, le langage et le style ne sont pas si facilement dissociables du contenu du message : «Can it truly be said that the *content* of such communications [les nouvelles nationales télévisées] is irrelevant to the audience?»¹⁷

Schlesinger ne croit également pas, comme l'affirme Anderson, que «la radiodiffusion multilingue peut évoquer la communauté imaginaire aux illettrés et aux populations de langues premières différentes.»¹⁸ L'auteur réplique, en s'appuyant sur l'exemple du «cas canadien», que la radiodiffusion multilingue à l'intérieur d'un même État peut aussi renforcer les tendances sécessionnistes plutôt que d'unifier les individus autour d'une seule identité collective. Plus d'attention doit être portée, selon lui, sur les sources de division locales et les points de vue divergents de ce qui constitue le champ de l'imaginaire national.

L'émergence d'une communication interne efficace entre tous les individus est d'ailleurs un des facteurs essentiels à la naissance d'une identité nationale. Karl Deutsch explique que si les habitants d'une même communauté politique sont plus

¹⁵ Schlesinger, Philip, *Media, state and nation: Political violence and collective identities*, London, Sage publications, 1991, 161.

¹⁶ Gellner, Ernest, *Nations and nationalism*, Blackwell, Oxford, 1983, 127. Cité dans Schlesinger, *ibid.*

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Cité dans Schlesinger, *Ibid.*, traduction libre, 164-165.

portés à communiquer entre eux plutôt qu'avec l'extérieur, le sentiment d'appartenance à cette même communauté aura alors plus de chances de perdurer si les frontières politiques traversent les principales lignes de communications.¹⁹ Par exemple, explique à son tour Siegel, si l'image du Canada que projette les médias varie d'une manière significative d'une région à l'autre selon les différences géographiques et politiques de chaque groupe, alors le flux de communications aura un effet instable sur la création d'une identité nationale. Les médias peuvent donc avoir l'effet inverse à celui escompté, c'est-à-dire renforcer les différences «menaçantes» d'une nation fondées sur la langue et les régions. Selon Siegel, les Canadiens se sont beaucoup préoccupés de la menace américaine mais peu des problèmes à l'intérieur même de leur système de communication:

But the internal factors threatening Canadian unity, the gaps in communication within the country have been overlooked. In Karl Deutsch's words, People are marked off from each other by 'marked gaps' in the efficiency of communications.²⁰

Les médias peuvent donc refléter à divers degrés les différences et les similitudes qui prévalent à l'intérieur d'une collectivité. La différenciation géographique a cependant toujours été la principale clé de la structure des médias. Les limites des audiences et du marché médiatique sont souvent identifiées géographiquement.²¹ Les différences de géographie peuvent aussi coïncider avec des différences ethniques, religieuses ou linguistiques. Selon Denis Mcquail, les chaînes publiques devraient être tenues de donner une couverture adéquate à toutes les régions.²²

Les sociétés de radiodiffusion étatiques de langues différentes à l'intérieur d'un même territoire ne visent cependant pas le même marché puisqu'elles desservent un auditoire provenant de régions différentes et ne parlant pas la même langue. Elles devraient par contre diffuser une information plus semblable, en comparaison avec un réseau privé, en raison du mandat qui leur a été attribué. Le réseau privé est motivé par la logique du marché contrairement aux chaînes d'État qui devraient

¹⁹ Cité dans Siegel (a), *op. cit.*, 30.

²⁰ *Id.*

²¹ Mcquail, Denis, *Media performance*, London, Sage publications, 1992, 151.

²² *Id.*

plutôt suivre la logique du statut public. La logique du marché consiste à considérer les chaînes télévisées comme une entreprise privée recherchant la rentabilité. En d'autres termes, les bulletins de nouvelles télévisées tout comme les autres émissions doivent être rentables pour la chaîne. Cette rentabilité se calcule par les recettes publicitaires et les cotes d'écoute.

Nous postulons donc qu'en raison de leur statut public et de leur mandat, les chaînes publiques devraient diffuser une information plus semblable comparativement à celle diffusée par une chaîne privée qui n'a pas le même mandat et qui est essentiellement animée par la logique du marché.

Si la logique du statut public prévaut dans la sélection de l'information, il devrait y avoir plus de ressemblances entre la CBC et la SRC qu'entre la SRC et TVA. Nous pourrions alors conclure que l'information à la télévision publique participe à la construction de l'identité nationale en diffusant une représentation de l'identité nationale qui transcende les différences régionales et linguistiques. À l'inverse, si les écarts entre les deux chaînes publiques sont plus grands qu'entre les deux chaînes francophones, il faudrait alors en conclure que la différenciation régionale et linguistique qui caractérise les marchés québécois et canadien a préséance dans le choix de l'information sur la logique du statut juridique.

2- L'état actuel de la recherche

Les recherches portant sur l'information télévisée durant les campagnes électorales que ce soit aux États-Unis, en Europe ou au Canada sont nombreuses. En dehors des périodes électorales, les analyses de contenu se font cependant plus rares. Or, l'étude du traitement de l'information durant le mandat du parti gouvernemental doit être approfondie puisque c'est essentiellement en temps normal que le citoyen observe et critique les faits et gestes des élus. L'opinion publique se mobilisera plusieurs fois en faveur ou en défaveur des politiques gouvernementales au cours du mandat du parti élu. De plus, comme l'indique Semetko, le parti au pouvoir débute souvent sa

campagne électorale au moins un an avant le temps et c'est principalement à travers les médias qu'il le fait.²³

L'analyse de contenu comparée de l'information politique en dehors des campagnes électorales est un champ d'étude encore plus inexploré. Une des dernières études dans ce domaine présente une comparaison des journaux télévisés de quatre pays de la francophonie soit le Canada, la France, la Belgique et la Suisse. Denis Monière cherche à vérifier dans sa recherche si la présentation et le traitement de l'actualité politique sont semblables d'un pays à l'autre. L'auteur arrive à la conclusion que malgré «le phénomène de la globalisation de l'information le traitement de la nouvelle reste différent culturellement».²⁴

Arthur Siegel est un des premiers à s'être penché sur la question de l'analyse comparée des nouvelles télévisées au Canada en 1977, dans le cadre d'une vaste enquête sur la société d'État. En 1987, deux chercheurs de l'Université Laval ont cherché à savoir si les conclusions de l'enquête de Siegel étaient les mêmes une décennie plus tard.²⁵ Les corpus de ces deux études sont cependant très limités et l'analyse du traitement de l'information politique n'y est que très peu développée. Aucune analyse de contenu comparée n'a à notre connaissance été faite en profondeur sur la question de l'information télévisée, et plus précisément sur l'actualité politique, en amont des campagnes électorales au Canada. Comme la Loi sur la radiodiffusion a été modifiée en 1991 et que le changement du mandat de la SRC a remis le débat sur la mission de la société d'État à l'ordre jour,²⁶ il est donc pertinent de se demander quel rôle jouent les nouvelles télévisées dans la construction de l'identité nationale au Canada.

²³ Citée dans Monière, *op. cit.*, 13.

²⁴ Monière, *op.cit.*, 144.

²⁵ Nous abordons ces recherches plus en profondeur dans la prochaine partie.

²⁶ Lors du congrès libéral de l'aile québécoise en décembre 1997, les libéraux ont décidé que Radio-Canada devait avoir le mandat de promouvoir l'unité nationale. Voir Corneillier, Manon, « Ottawa entend hausser les exigences pour reconnaître un oui », *Le Devoir*, 8 déc. 1997, A8.

Dans la première partie de ce mémoire, nous faisons état des principaux ouvrages ayant traité des informations télévisées au Canada en abordant plus particulièrement les points suivants: la télévision et la réalité canadienne; la culture journalistique; la place du Québec et du Canada dans les informations télévisées et finalement, la concurrence en information. Nous expliquerons par la suite notre approche méthodologique. Dans la seconde partie, nous exposerons les résultats de notre recherche. Nous aborderons en profondeur les points suivants: la structure de l'information; la couverture des enjeux dans les nouvelles télévisées; les informations internationales; la carte du Canada aux différents téléjournaux; la représentation des locuteurs dans les nouvelles; la place qu'occupent les partis politiques, les chefs et la classe politique dans les nouvelles politiques; la représentation des femmes dans les informations télévisées; le ton et le type des nouvelles et finalement les nouvelles communes et spécifique à chaque chaîne.

Chapitre 1

La télévision canadienne

Régie par les principes du droit du public à l'information, l'actualité politique met en scène des acteurs aux idées divergentes et conflictuelles. Les médias, à des fins d'objectivité et de principes démocratiques, sont tenus de diffuser les propos des acteurs politiques. Les politiciens, de leur côté, dépendent en grande partie de la télévision et des journaux pour rejoindre leur auditoire. L'information politique et l'information journalistique ont donc une valeur intrinsèque.²⁶ Chaque jour, les citoyens puisent dans une très large proportion leurs informations des images et des déclarations diffusées à la télévision et plus spécifiquement au téléjournal.²⁷ À partir de cette reconstitution de la vie politique, le téléspectateur évalue les actions des gouvernants.²⁸ Le public est le joueur le plus important puisqu'il est celui à qui le journaliste et le politicien s'adressent en premier lieu. Le petit écran sert de lien entre les élus et les citoyens et ils sont les derniers juges de l'information qu'on leur envoie.

1- La nouvelle en tant que représentation de la réalité

Le téléspectateur n'est pas dupe; il sait bien que le panorama de nouvelles qu'il a vu défiler sous ses yeux n'est que ce qu'on a bien voulu lui montrer. Ce condensé de la journée lui permet toutefois de prendre le pouls des questions qui le touchent de près ou de loin:

Les nouvelles sont tellement intégrées au paysage de la vie quotidienne qu'elles sont devenues une forme quasi naturelle de connaissance sur le monde. Le citoyen ordinaire se nourrit d'une denrée, la nouvelle, à propos de laquelle il sait fort peu de choses. Il sent

²⁶ Charron, Jean, *La production de l'actualité*, Montréal, Boréal, 1994, 54.

²⁷ 67% des Canadiens préfèrent la télévision comme source d'information pour les nouvelles nationales et 63% pour les nouvelles internationales. Les pourcentages s'élèvent respectivement à 15 et 17% pour les journaux. Voir Siegel (a), *op. cit.*, 169.

²⁸ Iyengar, Shanto et Donald R. Kinder, *News that matter*, Chicago, Chicago University Press, 1987, 2.

La nouvelle est ici considérée comme une construction de la réalité plutôt que comme une représentation, ce qui implique que son message a été produit.³⁰ En définissant la nouvelle comme un «produit culturel», on en fait un objet d'analyse visible et accessible pouvant être étudié empiriquement: «Elle est construite en fonction de jugements de sélection et de hiérarchisation qui déterminent ce que l'informateur estime être digne d'être rapporté et susceptible d'être intéressant pour le public.»³¹

Jamais par contre la nouvelle n'est présentée comme un choix rédactionnel mais plutôt comme «un produit naturel, non construit». L'actualité est montrée comme quelque chose allant de soi et non pas comme une sélection de l'information parmi une masse de communiqués de presse. Arnaud Mercier appelle ce procédé «la naturalisation des notions de fait ou d'actualité» qui est une des techniques auxquelles le journaliste a recours pour créer un effet de réel.³² La formule fixe et répétitive du téléjournal permet également de présenter une interprétation de la réalité parfaitement construite et répondant aux attentes des téléspectateurs. Le sens est produit mais on se garde bien de le démontrer. Jean-Pierre Desaulniers définit «les Actualités» comme suit: «C'est un système au sein duquel le code de reconnaissance exprimerait le pouvoir du fictif sur le réel.» Autant au niveau de la présentation que du contenu, le système demeurera stable.³³

Les médias d'information fixent, à travers leur processus de sélection, les questions sur lesquelles les téléspectateurs seront amenés à réfléchir et à débattre. Dans leur recherche sur la sélection de l'information, Iyengar et Kinder sont partis de la prémisse que les Américains développent leurs opinions à travers une série d'enjeux qui se situent bien à l'extérieur de leur propre champ d'expérience. Les citoyens se demandent quel impact auront les décisions gouvernementales sur leur vie privée,

³⁰ Voir à ce sujet Jensen, Klaus Bruhn, *Making sense of the news*, Aarhus, Aarhus university press, 1986, 22-29.

³¹ Monière, *op. cit.*, 10.

³² Mercier, Arnaud, *Le journal télévisé*, Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques, 1996, 214.

qui se situent bien à l'extérieur de leur propre champ d'expérience. Les citoyens se demandent quel impact auront les décisions gouvernementales sur leur vie privée, affirment-ils. Ne participant que très rarement à des grands événements politiques, ils dépendent en grande partie des mass médias pour s'informer. Cette dépendance permet aux médias d'influencer à leur manière l'opinion publique. Sans pour autant dicter quoi penser, ils indiquent aux individus à quoi penser.³⁴

Afin de fixer l'ordre du jour, les professionnels de l'information se demanderont avant tout quelles nouvelles sont susceptibles d'intéresser le plus les téléspectateurs. Alors qu'en période de campagne électorale, c'est le principe de l'équité entre les partis qui prime, en temps normal, c'est l'intérêt de la nouvelle (newsworthiness) qui donne le ton à la couverture de l'actualité.³⁵ La proximité géographique et culturelle d'un événement est un des éléments les plus déterminants dans la sélection des nouvelles. Ce critère explique en grande partie le nombrilisme dont font preuve les émissions d'informations.³⁶

2- La télévision et la réalité canadienne

L'ethnocentrisme reflété dans les médias fait de la télévision un instrument à partir duquel «le citoyen peut prendre conscience de ce qui caractérise son groupe d'appartenance et le rattache à la communauté».³⁷ Et ce, plus particulièrement à partir du téléjournal. Au Canada anglais, les émissions d'affaires publiques et d'information ont réussi à atteindre de vastes auditoires tandis que les dramatiques elles ont échoué.³⁸ Les Canadiens préfèrent regarder les dramatiques américaines. Selon Richard Collins, les nouvelles télévisées favorisent plus la formation de l'identité nationale que les téléromans: «It is reasonable to suppose that political

³⁴ Shanto et Kinder, *op.cit.*, 2.

³⁵ Semetko, Holli, « Political balance on television », *Press/Politics*, vol 1 no 1, 1996, 51.

³⁶ De Bonville et Vermette, *op. cit.*, 702.

³⁷ Monière, *op. cit.*, 6.

³⁸ Collins, Richard, *Culture, communication and national identity : The Case of Canadian television*, Toronto, University of Toronto press, 1990, 255.

identity and sense of citizenship are more closely related to consumption of political communications such as television news than to consumption of entertainment.»³⁹

C'est au nom de cette identité politique que la Société Radio-Canada s'est vu confier le mandat en 1968 de promouvoir l'unité nationale et la mission de refléter la globalité canadienne en 1991. Il serait par contre naïf de prétendre que l'information télévisée au Canada tend à être le miroir de la réalité. Comme nous l'avons exposé, nous croyons plutôt que la nouvelle est une construction et non une représentation de la réalité. Ce serait en même temps ignorer tous les critères de sélection auxquels est soumise l'information du jour. Le choix de certains reportages n'est cependant pas étranger au mandat confié à la télévision publique. Le téléjournal de la chaîne anglaise de Radio-Canada, *The National*, couvre plusieurs histoires à caractère régional. Il serait inconcevable pour la CBC de ne pas couvrir une élection à l'Ile-du-Prince-Édouard tandis que la chaîne américaine privée CBS ne s'intéresserait pas à une élection en Louisiane.⁴⁰ Les exigences du mandat supplantent quelques fois le concept d'intérêt de la nouvelle.

La diffusion de nouvelles sur la politique nationale du gouvernement fédéral est importante dans un pays comme le Canada où peu de forces naturelles tiennent la nation ensemble, explique Arthur Siegel.⁴¹ Cependant, les enjeux importants prennent souvent un caractère régional puisque les dossiers qui concernent de près les intérêts des individus – par exemple la santé et l'éducation – sont de compétence provinciale. Le fédéralisme canadien tend donc à régionaliser les sujets dont il est le plus souvent question dans les nouvelles.⁴² Ajoutez à cela les différences de cultures et de langues et la situation devient encore plus problématique.

La diversité régionale et la langue apparaissent comme les deux principaux obstacles pour le système de télédiffusion à s'imposer en tant qu'agent de

³⁹ *Ibid*, 330.

⁴⁰ Taras, David, *The Newsmakers: The media's influence on canadian politics*, Scarborough, Nelson Canada, 23.

⁴¹ Siegel (a), *op. cit.*, 215.

⁴² *Ibid*, 216.

développement d'une nation forte et unie au Canada. De plus, devant la vague de compressions budgétaires qui a déferlé sur la SRC et la CBC ces dernières années, les deux chaînes publiques doivent également jouer du coude avec le privé afin d'aller chercher leur part du marché, en plus de faire face au géant américain. Devant ces considérations d'ordre budgétaire, la mission de rassembleur des «deux solitudes» ne semble plus peser très lourd dans la balance.⁴³

Depuis 1977, la SRC a cependant pris des moyens pour tenter de briser les barrières linguistiques et régionales. Des événements spéciaux sont maintenant présentés dans les deux langues et des séries sont diffusées sur les deux réseaux. La SRC a également plusieurs correspondants à l'étranger qui apparaissent autant dans les nouvelles anglaises que françaises. Grâce à l'arrivée sur les ondes de chaînes d'informations continues, les interactions entre les régions sont plus présentes dans l'univers télévisuel canadien. Toutefois, selon Siegel, les tentatives de rapprochement de la SRC sont venues trop tard et demeurent limitées: «French-and-English language television have far more in common with American television than with each other.»⁴⁴ De son côté, le secteur privé n'a jamais ressenti l'obligation de refléter la réalité canadienne dans sa programmation, ajoute l'auteur.

Il y a de plus au Canada une absence flagrante d'émissions présentant les Anglais aux Français et vice versa. Chaque groupe linguistique produit pour sa propre communauté et sa propre culture.⁴⁵ De plus, la télévision serait perçue différemment de chaque côté. Au Québec, elle serait vue positivement, comme un agent d'intégration sociale tandis qu'au Canada anglais elle serait plutôt une menace à cette même intégration. Le rôle qu'ont joué les médias de masse dans l'émancipation du Québec dans les années 60 explique en grande partie cette attitude positive face à la télévision.⁴⁶

⁴³ *Id.*

⁴⁴ *Ibid.*, 183.

⁴⁵ Collins, *op. cit.*, 24.

⁴⁶ *Ibid.*, 197.

Desaulniers attribue deux «mouvements d'identification» à l'arrivée de la télévision au Québec.⁴⁷ Elle a dans un premier temps ravivé l'attachement des Québécois à leur nation et elle a joué dans un deuxième temps un rôle dans le mouvement de modernisation qu'a connu la province. Elle a permis aux Québécois de se reconnaître pour la première fois en tant que collectivité. Elle leur a renvoyé une image urbaine et moderne de leur identité. Au cours des années 60 et 70, le Québec a pris conscience de son «existence nationale» et de ses différences.

À la fin des années 70, la télévision est devenue un objet de plus en plus banal. Les images reflétées dans les publicités et dans les émissions grandement inspirées du modèle américain – par la voie de Télé-Métropole – ne correspondaient à aucun passé réel, à aucun projet culturel et d'avenir. Avec la multiplication des canaux [ce que Desaulniers désigne comme l'espace symbolique], les Québécois se sont habitués à l'abstraction du temps et de l'espace et à un univers télévisuel sans temporalité, sans histoire et sans continuité. La classe politique qui a voulu faire de la télévision un agent de cohésion nationale appartenait manifestement à la civilisation du livre et de l'histoire, qui favorisent la mémoire collective, explique Desaulniers. En fait, la télévision a plutôt favorisé l'espace immédiat par sa trop grande diffusion d'artifices et de symboles.⁴⁸

Selon l'historien canadien Harold Innis, certaines sociétés dans le choix de leur moyen de communication privilégient le temps à l'espace et d'autres le contraire.⁴⁹ Les civilisations les plus stables et créatrices sont celles qui ont su balancer les deux facteurs. Cependant, il observe que dans les sociétés occidentales, la dimension spatiale est privilégiée. Les médias de masse cherchent à rejoindre tout un pays en mettant l'accent sur l'intérêt immédiat concernant la politique, l'économie et le divertissement. La culture et les valeurs traditionnelles, qui ont des racines locales et

⁴⁷ Desaulniers, Jean-Pierre (a), « Television and nationalism : from culture to communication », dans Drummond and Paterson, *Television in transition*, London, British film institute, 115-117.

⁴⁸ *Ibid.*, 118-122.

⁴⁹ Siegel (a), *op. cit.*, 31.

régionales, sont alors mises à l'écart. Le système de radiodiffusion canadien privilégierait lui aussi le facteur temps au détriment du facteur espace.

Les médias électroniques n'auraient donc pas réussi à rapprocher les Canadiens, au contraire, ils auraient renforcé les différences qui les séparaient au départ. Deux problèmes expliquent la faiblesse de la présence canadienne sur les ondes. Premièrement, toutes les régions ne contribuent pas de manière significative à la diffusion de l'information parce qu'il y a un manque flagrant de communication à l'échelle nationale. Deuxièmement, les systèmes de télédiffusion d'expression française et anglaise, autant au privé qu'au public, n'ont pas réussi à stimuler les interactions entre les différentes régions et cultures.⁵⁰ Dans sa structure même, le système canadien de télédiffusion renforce l'idée qu'il existe au sein du Canada «deux solitudes» qui n'ont rien à partager.⁵¹

3- La culture journalistique

L'image des «deux solitudes» s'applique également à la classe journalistique canadienne. Journalistes anglophones et francophones ne partageraient pas la même culture journalistique. S'adressant à un auditoire différent, le journaliste francophone a un agenda différent de celui de son homologue anglophone et ne traite pas les nouvelles sous les mêmes angles. Toujours préoccupés par les questions touchant de près le Québec, les représentants francophones de la presse à Ottawa ne se lassent jamais des débats constitutionnels et linguistiques contrairement à leurs confrères anglophones. «Quebec's powers and its place in Canada and the activities of francophones in Ottawa – these are the lenses through which francophone journalists tend to see the Ottawa political world».⁵² De plus, les nouvelles télévisées québécoises mettraient plus l'emphase sur la ville de Québec que sur Ottawa. Être correspondant à Ottawa ne serait pas très prestigieux pour un journaliste québécois, prétend David Taras.

⁵⁰ *Ibid*, 182.

⁵¹ *Ibid*, 183.

⁵² Taras, *op. cit.*, 76.

Les journalistes francophones laisseraient plus de place dans leur reportage à l'analyse que leurs confrères du Canada anglais. Ils ne rapportent pas la nouvelle, ils la critiquent. La tendance au Québec serait plus à l'analyse qu'à la simple présentation des faits. Par exemple, l'émission *Le Point* peut s'étendre durant de longues minutes sur un même enjeu tandis que *The Journal* laisse plus de place à l'image et à l'action.⁵³ Alors que d'un côté l'ambiance est plus à la discussion et à l'analyse, de l'autre, l'accent est mis sur les effets visuels et la présentation des faits bruts. Selon le journaliste Michel Vastel, Radio-Canada est beaucoup moins agressive et violente dans son approche que CBC: «If you listen, you hear a different tone of voice.»⁵⁴

Au Québec, les journalistes ont également un plus grand contrôle éditorial que les anglophones. Depuis la grève de neuf mois en 1981-1982 – au cours de laquelle les reporters ont revendiqué plus de liberté quant au choix de leurs assignations et au contenu de leur reportage – l'encadrement éditorial dans certaines salles de nouvelles serait à peu près inexistant. «The argument that journalists shape the news is truer in Quebec among French-language reporters in Ottawa than it is in English-speaking news organizations.»⁵⁵ Dans un document intitulé *La presse électronique au Québec*, les auteurs attribuent cette différence au fait que les journalistes québécois semblent plus près des valeurs dominantes de leur époque.⁵⁶

Bien qu'ils fassent face aux mêmes événements politiques, les journalistes francophones et anglophones traduisent la réalité de manière différente. Du côté anglophone, la langue de travail pose problème dans certains cas. Les interventions à la Chambre des communes se font dans les deux langues, et ce de façon plus manifeste depuis l'arrivée du Bloc québécois à Ottawa. Plusieurs journalistes sont unilingues et ne peuvent donc comprendre les interventions des politiciens en français. Ils passent ainsi à côté de plusieurs histoires et sont parfois incapables de

⁵³ *Ibid.*, 77-78.

⁵⁴ *Ibid.*, 79.

⁵⁵ Taras, *op. cit.*, 79.

⁵⁶ Cormier, Michel et Cleary, Bernard, *La presse électronique au Québec*, 1985, 21.

saisir certaines nouvelles, constate David Taras. Portant également peu d'attention aux médias francophones, les réactions du Québec sur certains enjeux politiques sont parfois mal saisies chez les reporters du Canada anglais.⁵⁷

Ce dialogue de sourds entre les journalistes anglais et français a une incidence directe sur la présentation des faits et des enjeux. Durant l'épisode du Lac Meech, les professionnels de l'information des deux communautés linguistiques ont choisi de mettre l'accent sur certains événements et d'en ignorer d'autres. Pour être ratifié, l'Accord du Lac Meech avait besoin des signatures de toutes les provinces et durant ce temps dans les nouvelles, l'accent était mis sur les divisions entre les deux groupes linguistiques du pays.⁵⁸

3- La place du Canada et du Québec dans les nouvelles télévisées

Dans une analyse de contenu sur les nouvelles télévisées de la SRC et la CBC, Siegel est arrivé à la conclusion que les téléjournaux «jouent au mieux un rôle très limité dans la formation de normes et de valeurs communes» et qu' «au contraire, le profil de contenu tend à renforcer les différences de valeurs en fonction des orientations linguistiques».⁵⁹

L'analyse de Siegel s'est déroulée sur une période de 10 jours en mai 1977. C'est surtout dans la représentation des provinces que des différences ont pu être observées entre les deux chaînes. À la télévision française, 36,8% des nouvelles concernaient le Québec et 6,4% les autres provinces. À la télévision anglaise, 11,8% des reportages parlaient du Québec et 18,9% des autres provinces. En terme de durée, 25,3% du temps est consacré aux autres provinces et 12,7% au Québec, à la CBC et 45,5% au Québec et 7,2% aux autres provinces à la SRC. Les bulletins de nouvelles à la CBC accordent plus d'attention à la couverture régionale du Canada que ceux de la SRC.

⁵⁷ Taras, *op.cit.*, 79.

⁵⁸ Siegel (a), *op. cit.* 223.

Cependant, Siegel considère que la couverture accordée au Québec dans les nouvelles anglaises est faible étant donné l'importance de la question québécoise au sein de la politique canadienne. Bien qu'il y ait un intérêt semblable pour les nouvelles nationales, peu de reportages traitent d'un événement commun (10 à 15%). Devant ces résultats, l'auteur constate que «des profils de contenu des nouvelles peuvent être considérés comme n'ayant aucune contribution importante à un sentiment partagé d'identité canadienne».⁶⁰

Cette étude d'Arthur Siegel est directement liée à l'élection l'année précédente du Parti québécois. Lorsque le PQ est porté pour la première fois au pouvoir en 1976, le gouvernement fédéral blâme CBC et Radio-Canada pour cette victoire. Le Parti libéral pointe particulièrement du doigt les émissions d'affaires publiques et les téléjournaux qu'il soupçonne de passer outre au mandat de la société d'État. Le premier ministre Pierre Elliott Trudeau demande au CRTC de se pencher sérieusement sur la question.⁶¹

L'enquête du CRTC révèle que la société d'État a échoué dans son mandat de promouvoir l'unité nationale. Cependant, le problème ne provenait pas «des séparatistes dans les salles de nouvelles» tel que Trudeau le percevait mais plutôt de la non représentation d'un côté comme de l'autre des «deux solitudes». Les efforts consentis pour garder le Canada ensemble sont aussi grands qu'en 1867, écrit le CRTC dans son rapport final, et les médias ont l'importante responsabilité d'informer les Canadiens au sujet des questions sur lesquelles ils devront prendre de grandes décisions. Le réseau français de Radio-Canada devrait diffuser de l'information pour tous les francophones du pays sur les événements qui illustrent la

⁵⁹ Siegel, Arthur (b), *Une analyse de contenu: similitudes et différences entre les nouvelles des réseaux français et anglais de la Société Radio-Canada*, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 1977, 44.

⁶⁰ *Id.*

⁶¹ Raboy, Marc, «Public television, the national question and the preservation of the Canadian state», dans Patterson and Drummond, *Television in transition*, London, British Film Institute, 1985, 77.

vie culturelle, économique et politique des Canadiens français, peut-on également y lire.⁶²

Selon le directeur de l'information de l'époque, Marc Thibault, Radio-Canada ne peut être que de très près associée au Québec: «L'identité francophone au Canada, elle s'est définie surtout québécoise et Radio-Canada est une des institutions qui y a contribué et y contribue sans doute le plus, autant dans l'information que dans tout autre domaine».⁶³ Il ne s'étonne pas des différences entre les deux chaînes puisque les Canadiens anglais se retrouvent partout au pays et que la clientèle du réseau français est concentrée au Québec. Il rappelle également que les Canadiens français ont toujours été plus liés au gouvernement provincial plutôt qu'au fédéral contrairement aux anglophones. Le directeur de l'information à la CBC à cette époque rappelle de son côté que chaque bulletin d'information (soit *Le Téléjournal* et *The National*) est adapté à son auditoire:

Une nouvelle de la Saskatchewan rurale, par exemple, exige plus d'explications pour un auditoire francophone – dont 85 pour cent habitent le Québec – et elle ne peut pas avoir la même importance ni le même intérêt que pour les téléspectateurs d'expression anglaise.⁶⁴

Depuis le 15 novembre 1976, le Québec est devenu «plus newsworthy que jamais» et les médias anglophones n'ont pas de mérite à lui accorder plus d'attention qu'avant, ajoute M. Thibault. Il n'était donc pas question pour la chaîne francophone de diminuer l'importance accordée au Québec malgré les critiques soulevées à la suite de l'élection du PQ en 1976 puisque l'avenir du pays dépendait grandement de celui de la province.⁶⁵

La place du Québec dans les informations télévisées ne s'est pas accrue au fil des années mais elle s'est cependant maintenue. Dix ans après l'analyse de contenu effectuée par Siegel, deux chercheurs de l'Université Laval se sont penchés sur la question afin de voir comment la situation a évolué et ce avant le dépôt du projet de

⁶² *Ibid.*, 79.

⁶³ Thibault, Marc, *L'information à Radio-Canada*, Société Radio-Canada, 1978, 16.

⁶⁴ Nash, Knowlton, *L'information à Radio-Canada*, Société Radio-Canada, 1978, 6.

⁶⁵ Thibault, Marc, *op. cit.*, 16.

inclus deux chaînes privés (TVA et CTV), ils croient que les nouvelles communes seront beaucoup plus grandes entre les réseaux de même langue qu'entre ceux de même statut de propriété. Ils considèrent que la langue du radiodiffuseur et de son public a préséance sur le statut juridique. Rappelons que bien que le corpus de cette recherche comprenne 535 nouvelles, l'échantillonnage ne s'étend cependant que sur 10 journées (selon la technique de la «semaine construite») tout comme l'étude de Siegel en 1977.

Les données recueillies en 1987 confirment l'hypothèse de de Bonville et Vermette. Les proportions de reportages traitant du Québec et des autres provinces dans les bulletins télévisés des deux chaînes publiques sont sensiblement les mêmes. Concernant les nouvelles communes, ils constatent que «la langue des réseaux exerce une influence plus grande que leur statut de propriété dans la sélection des nouvelles communes». ⁶⁷ La corrélation est plus forte entre CBC/CTV et TVA/SRC qu'entre CBC/SRC et CTV/TVA. De plus, les nouvelles communes se recoupent beaucoup plus sur des sujets internationaux que canadiens.

En 1977, un sondage réalisé par le CRTC dévoile les résultats suivants: 63% des répondants francophones affirment que Radio-Canada accorde assez d'information au Québec; 26% pas suffisamment et 5% considèrent qu'elle lui en consacre trop. Du côté anglophone, 54% répondent recevoir assez d'informations sur le Québec, 22 % estiment en recevoir trop et 15%, pas assez. «Sur la base de telles opinions, les responsables du *Téléjournal* ne pouvaient guère réduire la part du Québec, et leurs homologues anglophones ne pouvaient guère l'augmenter dans *The National*». ⁶⁸

L'information nationale n'a par contre pas toujours été aussi prisée dans les bulletins de nouvelles. Une étude commandée par le directeur de l'information, Marc Thibault, au début des années 70 démontre que les téléjournaux présentaient 20% de nouvelles québécoises et 60% d'information internationale. «L'internationalisme snobinard du

⁶⁷ *Ibid.*, 712.

⁶⁸ *Ibid.*, 714.

début des années 70» a été perçu par certains comme une «méthode de diversion qui consiste à favoriser l'information internationale au détriment d'une information québécoise». ⁶⁹ Aux yeux de Michel Cormier et Bernard Cleary, les dirigeants du service de l'information de Radio-Canada avaient trouvé des «échappatoires» en accroissant la place de l'actualité internationale tel que proposé par le premier ministre Pierre Elliott Trudeau.

Une étude portant sur la carte géographique des nouvelles télévisées à CBC et CTV en 1982 et 1983 démontre qu'à la chaîne publique anglophone la proportion des nouvelles internationales au bulletin du soir a varié entre 49 et 59% au cours des deux années. ⁷⁰ Au réseau privé, la pourcentage a fluctué entre 66 et 70%. Debra Clark défend la thèse selon laquelle les contraintes économiques des réseaux de télévision conditionnent la production des informations télévisées au Canada. Or, les nouvelles internationales sont omniprésentes dans les téléjournaux puisqu'elles sont «ironiquement» moins coûteuses à produire faisant partie intégrante d'un système de distribution de nouvelles plutôt que d'un système de production.

Selon l'auteure, la même hypothèse s'applique aux nouvelles nationales. L'Ontario arrive en première position dans la proportion de nouvelles consacrées aux différentes provinces du pays. Si l'on inclut Ottawa, la proportion est de 49,5% à CBC et de 56,9% à CTV. Elles tombent respectivement à 19 et 17 % si l'on exclut la capitale. Toutefois, l'Ontario reste tout de même en tête de liste. Le Québec suit dans une proportion de 11,8 % à CBC et de 14,9 % à CTV. L'auteure considère cependant que l'orientation urbaine des nouvelles nationales est plus révélatrice de la dépendance entre les coûts de production et le contenu géographique des nouvelles puisque les villes où sont établis des bureaux régionaux font le plus souvent l'objet de reportage. Ottawa, Toronto, Montréal, Vancouver et Edmonton où des

⁶⁹ Cormier et Cleary, *op. cit.*, 23.

⁷¹ Clarke, Debra, « Constraints of television news production: The example of story geography », *Canadian journal of communication*, vol 15, no 1, hiver 1990, 67-94.

cependant que l'orientation urbaine des nouvelles nationales est plus révélatrice de la dépendance entre les coûts de production et le contenu géographique des nouvelles puisque les villes où sont établis des bureaux régionaux font le plus souvent l'objet de reportage. Ottawa, Toronto, Montréal, Vancouver et Edmonton où des correspondants sont envoyés en permanence par les deux réseaux sont les villes les plus représentées dans les bulletins de nouvelles. En prenant l'exemple du Yukon et des Territoires du Nord Ouest dont la population est de 40 000 habitants vivant sur un vaste territoire et qui arrivent bons derniers dans les nouvelles avec seulement un reportage aux deux chaînes, l'auteur conclut que la relation entre la densité de population – c'est-à-dire la grosseur du marché – et l'affectation des journalistes couvrant les nouvelles nationales est démontrée. C'est donc le «processus de production de l'information» et non les producteurs qui produisent le contenu des journaux télévisés.

La plupart des études sur les nouvelles télévisées portent sur les téléjournaux dits nationaux. Le groupe de travail étudiant la politique de la loi sur la radiodiffusion en 1986 s'est toutefois penché sur les nouvelles locales à l'heure du dîner afin de comparer les bulletins diffusés sur les réseaux publics et privés de langue française et anglaise au Canada. Les comparaisons entre CBC et CTV et entre SRC et TVA ont démontré qu'il existe plus de différences entre les deux réseaux aux nouvelles du midi (local) qu'aux nouvelles de fin de soirée (national).⁷¹ On remarque, entre autres, que les nouvelles à la CBC (désigne aussi le réseau français) sont en moyenne plus longues; couvrent une plus grande variété de pays dans ses nouvelles internationales tandis que les chaînes privées focalisent plutôt sur l'Amérique du Nord; traitent dans une plus large proportion d'élections, de droits humains, d'environnement et de groupes ethniques. Les stations de la CBC présentent également plus de reportages à caractère national qu'international. Elles sont également moins portées sur les faits divers que leur concurrent.

⁷¹ Desbarats, Peter, *Radio and television news*, Task force on broadcasting policy, Final report, 1985, 115-116.

5- La concurrence en information

Durant près de dix ans, Radio-Canada a eu le champ libre en matière d'information et de divertissement. En 1961, la SRC perd le monopole alors que deux nouveaux joueurs font leur entrée dans l'univers télévisuel canadien et québécois. Les réseaux TVA et CTV, une chaîne privée francophone et l'autre anglophone, vont changer les règles du jeu. La télédiffusion entre dans l'ère de la commercialisation. Inspiré par le modèle américain, le réseau TVA va rapidement imposer un nouveau ton à un auditoire «peu sensible à l'enrichissement culturel».⁷² On mise avant tout sur la légèreté et la simplicité.

Les actualités télévisées présentées sur un réseau privé se démarquent de celles diffusées sur une chaîne publique. La différence s'observe dans les émissions d'information. Dans sa description d'une semaine de télévision québécoise, où on décrit émission après émission, jour après jour, la programmation du réseau TVA et de la SRC en 1979, Jean-Pierre Desaulniers exprime bien la perception qui persiste encore aujourd'hui des deux principales rivales en information au Québec:

À 22 h 30, sonne l'heure de la réalité. Les deux stations présentent simultanément les actualités de la journée. *Les Nouvelles TVA* paraissent sobres et expéditives comparativement au *Téléjournal*, qui se montre expansif et un tantinet prétentieux. CFTM accorde la priorité aux faits divers (l'arrestation d'un frère Renaud et l'homicide du second par un policier blessé dans la fusillade, par exemple), et à l'actualité montréalaise (la grève des transports en commun). Le bulletin de Radio-Canada, plus systématique, se divise en nouvelles «nationales» et «régionales»; on y traite allègrement de la politique canadienne, québécoise et internationale.⁷³

Plusieurs ont reproché au réseau TVA de ne pas respecter ses «énoncés vertueux en matière de politique d'information» au cours des premières années.⁷⁴ Cependant comme le faisaient remarquer Cormier et Cleary en 1985, le réseau privé n'a plus rien à envier en information à la chaîne publique.⁷⁵ Cet énoncé est encore plus vrai aujourd'hui alors que TVA surpasse Radio-Canada pour les nouvelles de dix-huit

⁷² Desaulniers (b), Jean-Pierre, *La télévision en vrac : essai sur le triste spectacle*, Montréal, Éditions coopératives Albert Saint-Martin, 1982, 39.

⁷³ *Ibid*, 51.

⁷⁴ Cormier et Cleary, *op.cit.*, 26

⁷⁵ *Ibid*, 27.

heures et dix heures. Durant la semaine du 28 septembre 1998, l'auditoire du TVA Édition 10:00 s'élève à 749 000 comparativement à 477 000 pour le Téléjournal de la SRC. La moyenne des cotes d'écoute pour la saison 1997-1998 est de 472 000 à la chaîne publique et de 628 000 au réseau privé. L'écart est encore plus grand pour les nouvelles de 18:00 alors que près de 1 million de téléspectateurs optent pour TVA et entre 490 000 et 539 000 choisissent la SRC. C'est maintenant la SRC qui doit faire la lutte à TVA afin d'augmenter son auditoire de début et de fin de soirée.⁷⁶

⁷⁶ Paul Cauchon, «Blanc bonnet, bonnet blanc», *Le Devoir*, 16 octobre 1998, B11.

Chapitre 2

Méthodologie

Notre méthodologie s'inspire des recherches de Denis Monière, du Glasgow Media Group et du Conseil supérieur de l'audiovisuel en France.⁷⁷ Tout comme ces derniers, notre démarche adopte les règles de l'analyse de contenu. Cette méthode est «une technique de recherche pour la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste de la communication».⁷⁸

L'analyse de contenu cherche à établir une correspondance entre le contenu du discours et les caractéristiques de l'émetteur. Plusieurs auteurs (Bardin, Henry, Moscovi) prétendent que c'est à travers cette fonction d'inférence que l'analyse de contenu est la plus pertinente :

Toute analyse de contenu vise non l'étude de la langue ou du langage, mais la détermination, plus ou moins partielle, de ce que nous appellerons les conditions de production des textes (...). Ce qu'on cherche à caractériser ce sont ces conditions de production et non les textes eux-mêmes.⁷⁹

En identifiant une série d'indicateurs dans le contenu des nouvelles, nous analyserons les comportements des différents producteurs de l'information.

L'unité d'analyse choisie est la nouvelle. Une nouvelle débute par la présentation du chef d'antenne d'un sujet ou d'un reportage et se termine lorsqu'il enchaîne sur un autre topo.⁸⁰ La nouvelle peut prendre diverses formes. Elle ne peut faire l'objet que d'une brève lue par le présentateur, accompagnée ou non d'une image fixe ou d'une séquence filmée, ou encore être le sujet d'un reportage journalistique. Elle peut également être présentée en direct, soit sur les lieux de l'événement, soit en studio par le biais d'une entrevue réalisée par le chef d'antenne. Il nous apparaît important de souligner à ce stade-ci que cette étude n'est pas une critique du message et du

⁷⁷ Monière, Denis, *op.cit.*

⁷⁸ Berelson cité dans Charron, Danielle, *Une introduction à la communication*, Québec, Presse de l'Université du Québec, 1991, 120.

⁷⁹ Henry et Moscovi, cité dans Danielle Charron, *ibid*, 125.

⁸⁰ Monière, *op.cit.*, 20.

travail des journalistes et des chefs d'antenne. Notre démarche se veut plus générale et cherche à comparer l'approche des différents réseaux en information.

1 - Les principaux champs d'analyse

Afin de pouvoir départager les différences et les similitudes entre deux chaînes francophones au statut différent (SRC/TVA) et deux chaînes publiques de langue différente (SRC/CBC), nous avons segmenté notre objet d'étude en quatre champs : celui de l'actualité internationale, de la politique nationale, de l'économie et de la société civile et finalement, celui des faits divers. Nous avons également tenu compte des nouvelles culturelles et sportives sans pour autant en approfondir l'analyse. Chaque champ d'analyse présente des problématiques spécifiques qui nous permettront par la suite de répondre à notre problématique générale. Nous postulons que les chaînes publiques devraient diffuser une information plus similaire comparativement à celle diffusée par une chaîne privée qui n'a pas le même mandat et qui est essentiellement animée par la logique du marché.

1.1 L'actualité internationale

Les téléjournaux, présentant une part importante d'information internationale, sont souvent perçus comme plus sérieux et plus complet que ceux présentant peu de nouvelles de ce type. Nous pouvons par ailleurs nous demander si une chaîne privée, guidée par la logique du marché, a intérêt à présenter une proportion élevée de nouvelles internationales? Comment se comportera à cet égard une chaîne publique comme la SRC directement en compétition avec une chaîne privée? La proportion de nouvelles accordées, combinée au format, au rang et à la durée de ces nouvelles, nous permettra de mesurer le réel intérêt des chaînes de télévision pour l'information internationale.

Nous pourrions également observer quel type d'information est le plus valorisé dans l'actualité internationale. À cet effet, nous avons réparti l'information internationale en cinq catégories, soit les nouvelles politiques, économiques, militaires,

humanitaires et les faits divers. Par l'identification des pays traités, nous pourrions également voir si les trois chaînes canadiennes favorisent les mêmes régions ou s'il y a des différences selon la langue du réseau.

Par nouvelle internationale, nous entendons une nouvelle traitant d'un pays autre que le Canada et qui rapporte un événement se produisant à l'extérieur du territoire canadien. Les nouvelles se référant à une organisation internationale ou à la politique extérieure d'un pays entrent également dans cette catégorie. Cependant, lorsqu'il est question de la politique étrangère canadienne ou de la visite d'un chef d'État canadien dans un pays étranger, nous avons classé la nouvelle dans la catégorie «Politique nationale».

1.2 La politique nationale

Nous accorderons une attention particulière au champ de la politique nationale. À partir de cet objet de nouvelle, nous analyserons plusieurs aspects de la représentation politique dans les informations télévisées. Nous verrons quelles activités politiques sont les plus souvent inscrites à l'ordre du jour. Ces activités sont réparties comme suit : gouvernements fédéral et provinciaux, parlements fédéral et provinciaux, partis fédéraux et provinciaux, activités de citoyens, manifestation et sondage. À partir de cette classification, nous chercherons à voir si la langue du diffuseur ou son statut juridique a une incidence sur la représentation du politique dans les nouvelles télévisées.

L'importance relative accordée aux provinces canadiennes est un des aspects importants de notre étude. Nous mesurerons la représentation du Québec et du reste du Canada (ROC) dans les nouvelles politiques. Nous rendrons également compte de la visibilité des partis politiques aux informations télévisées. Nous comparerons de plus la place que prennent les partis gouvernementaux comparativement à ceux de l'opposition. Nous évaluerons aussi le temps de parole et le nombre d'interventions des chefs, des ministres et des députés des différents partis. Nous verrons comment

les citoyens et plus particulièrement les femmes sont représentés dans les informations.

Une nouvelle de politique nationale traite principalement d'une ou de plusieurs des activités politiques décrites ci-haut. Elle implique en général les déclarations, les décisions et les actions des acteurs politiques.

1.3 Économie et société

Nous évaluerons la place que prennent l'économie et la société civile dans les nouvelles télévisées et nous verrons si elle diffère d'une chaîne à l'autre. L'identification des sujets spécifiques à chaque nouvelle nous permettra d'identifier les questions les plus souvent abordées dans les nouvelles économiques et sociales.⁸¹ Nous tenterons d'évaluer si la SRC dans le choix de ces sujets se rapproche plus de TVA que de la CBC.

Cette catégorie regroupe toutes les nouvelles traitant d'un aspect de la vie économique et sociale canadienne. Elles peuvent aussi bien faire référence aux activités syndicales, qu'à la vie des entreprises, qu'aux conditions économiques d'une société qu'à ses problèmes sociaux.

1.4 Les faits divers

Les faits divers représentent une proportion importante des nouvelles, particulièrement au réseau privé, et c'est pourquoi nous en avons approfondi l'analyse. Nous nous interrogeons également sur la place et l'importance que prend ce type de nouvelles aux deux chaînes publiques.

Les faits divers sont associés au spectaculaire, à l'insolite, au divertissement, aux événements isolés, au «human interest». C'est dans cette catégorie que nous trouvons

⁸¹ Les sujets spécifiques s'appliquent également aux nouvelles de politique nationale.

le mélange le plus hétéroclite de reportages. Afin de voir quels types de faits divers sont les plus souvent présentés, nous avons scindé cet objet de nouvelles en quatre catégories : affaires judiciaires, accidents, crimes, catastrophes naturelles, et divers.

2- Les catégories d'analyse

Notre principale catégorie d'analyse est l'objet de la nouvelle qui correspond à nos quatre principaux champs d'analyse soit l'actualité internationale, la politique nationale, l'économie et la société et les faits divers. Sont également inclus dans cette catégorie les nouvelles culturelles et sportives dont l'analyse n'a pas été poussée étant donné le nombre restreint de ce type de reportages dans les informations télévisées.

Notre étude étant comparative et quantitative, le choix d'indicateurs de mesure identiques et quantifiables s'impose.⁸² La durée de la nouvelle, le rang de la nouvelle, le nombre et la durée des interventions des locuteurs sont des critères qui reviennent dans les principales études sur le contenu de l'information télévisée.⁸³ Deux indicateurs sont par contre plus subjectifs. Les indicateurs «type et ton de la nouvelle» font appel au jugement du chercheur. Cependant, notre analyse demeure quantitative puisque nous ne nous attardons pas au sens du message véhiculé mais bien à la récurrence des différentes catégories d'analyse.

2.1 Le rang, les manchettes, la durée et le format

Ces quatre indicateurs nous permettent de mesurer l'importance accordée à une nouvelle. Plus la nouvelle apparaît tôt dans le bulletin, plus elle retiendra l'attention du téléspectateur. Iyengar a montré que les premières nouvelles captaient plus

⁸² Dans cette partie, les différentes rubriques constituant chaque catégorie d'analyse ne sont pas expliquées en profondeur. Elles sont cependant présentées de façon exhaustive dans les chapitres suivants.

⁸³ dans Monière, *op. cit.*, 18.

l'attention et étaient mieux comprises que les dernières.⁸⁴ Le rang permet également d'évaluer l'importance des différents objets de la nouvelle. Ainsi nous pourrions voir si les faits divers ou l'actualité internationale se retrouvent dans les priorités de l'ordre du jour.

Plus que le rang de la nouvelle, les manchettes indiquent quels événements constituent l'essentiel du bulletin de nouvelles. En général, les grands titres annoncés au tout début du téléjournal se retrouvent dans les premiers rangs. Certaines rubriques sont plus susceptibles de se retrouver dans les manchettes que d'autres étant donné l'attention qu'on leur accorde.

La durée et le format de la nouvelle sont deux indicateurs qui vont de pair. La complexité du format et la longueur de la nouvelle sont révélateurs de l'importance que la rédaction accorde à l'événement présenté. Une nouvelle accompagnée de séquences filmées aura plus d'effets qu'une nouvelle dépourvue d'effets visuels. Elle durera également en moyenne plus longtemps. Selon le Glasgow Media Group, la durée de la nouvelle est le meilleur indicateur pour traduire l'importance que les professionnels de l'information accordent à une nouvelle.⁸⁵ À partir de ces indicateurs, nous pouvons donc mesurer quelles catégories de nouvelles sont jugées les plus importantes pour chaque réseau.

2.2 Les locuteurs

Sont considérés comme locuteurs ceux qui, à l'exception des journalistes et des chefs d'antenne, prennent la parole dans les nouvelles. Mis à part ceux qui interviennent dans les nouvelles internationales, nous avons recensé tous les intervenants. Pour chacun, nous avons chronométré le temps de parole, identifié le sexe et la langue parlée. Nous avons également tenu compte de l'affiliation partisane des acteurs

⁸⁴ Voir à ce sujet R.L. Behr et S.I. I, «Television news: Real world cues and changes in the public agenda», *Public opinion quarterly*, vol. 49, 1985, pp.38-57.

⁸⁵ John Eldridge, *Glasgow media group reader*, London, Routledge, 1995, vol 1, 75.

politiques. Les locuteurs ont été classés selon les catégories suivantes: politicien, expert, leader d'opinion, citoyen, gestionnaire public et gestionnaire privé. Cette classification nous permettra d'évaluer quel groupe de locuteurs est privilégié par les journalistes. Nous présumons que les sources officielles ont plus de crédibilité aux yeux des producteurs de nouvelles que les citoyens. Nous évaluerons également la moyenne du temps d'intervention accordée à chaque groupe. Certains locuteurs pourraient bénéficier d'un temps de parole plus long selon son groupe d'appartenance.

La classe politique fera l'objet d'une attention particulière. En plus de tenir compte du temps de parole, du sexe et de la langue parlée de tous les représentants politiques, le parti est également identifié. Cet indicateur permettra d'évaluer la présence à l'écran des partis gouvernementaux et de l'opposition ainsi que des partis provinciaux et fédéraux. Le statut du politicien – soit chef, ministre ou député - est également pris en considération. Nous pourrions donc calculer le temps de parole et le nombre d'interventions accordés à chacun selon l'affiliation partisane.

2.3 Les provinces

Plusieurs chercheurs se sont penchés sur la représentation des provinces dans les nouvelles télévisées au Canada. Afin de voir si la carte du Canada a changé aux différents réseaux au fil des ans, nous avons également identifié le lieu où l'événement se déroulait. La place du Québec a-t-elle gagné en importance ou a-t-elle diminué aux deux chaînes françaises? Quel est l'intérêt de la CBC pour le Québec et de la SRC et TVA pour le ROC? Comment la SRC s'acquitte-t-elle de son mandat de représenter la diversité régionale?

Pour toutes les nouvelles se déroulant au Canada, nous avons identifié la ou les provinces où se déroulaient l'événement et dont il était question dans le topo.

Concernant les nouvelles en provenance d'Ottawa et celles d'intérêt national – par exemple, le taux de chômage – nous les avons classées dans la catégorie «Canada».

2.4 Les références identitaires verbales et visuelles

Ces deux indicateurs nous permettront d'évaluer comment (autrement que par les provinces) le Canada est représenté dans les nouvelles télévisées. Les appellations identitaires se référant au Québec et au Canada (ex: les Canadiens, les Québécois) seront répertoriées afin de voir dans quelle mesure les présentateurs, les journalistes et les locuteurs les utilisent. Nous pourrions voir, par exemple, si le discours des journalistes ou des locuteurs est plus émaillé de références au Canada à la SRC qu'au réseau TVA.

Nous avons également tenu compte des symboles nationaux (drapeaux, Parlement, Cour suprême) apparaissant dans les images et dans les séquences filmées. Cet indicateur montrera si à travers ses images le téléjournal participe à la construction de l'identité nationale. Nous nous demandons dans quelle mesure une chaîne publique anglophone utilise plus de symboles canadiens comparativement à une chaîne francophone? Est-ce-qu'une chaîne privée francophone montrera plus de symboles québécois dans ses nouvelles qu'une chaîne publique de même langue?

2.5 Le type et le ton du reportage

Afin de préciser l'orientation des nouvelles impliquant un journaliste, exception faite des nouvelles internationales, nous avons identifié le type de reportage (homogène, polémique, diversifié) et le ton du commentaire journalistique (factuel, positif, négatif, équilibré et sarcastique). À partir de ces deux indicateurs, nous chercherons à savoir si les règles d'or en journalisme des deux côtés de la médaille et de l'objectivité sont généralement appliquées. Nous verrons plus précisément si le traitement de la nouvelle varie selon les catégories d'objet. Nous pourrions également observer le rôle de la culture journalistique dans la production des reportages.

2.6 Nouvelles spécifiques et communes

Les mêmes événements se retrouvent souvent à l'ordre du jour des différents journaux télévisés. Afin d'évaluer dans quelle mesure le mimétisme est présent dans les informations canadiennes, nous avons départagé les nouvelles communes et spécifiques à chaque réseau. À cet effet, nous avons visionné les bulletins du même jour l'un après l'autre aux trois réseaux. Par la suite, nous avons pu jumeler les nouvelles selon les groupes suivants: SRC/TVA, SRC/CBC, TVA/CBC, SRC/CBC/TVA. Si la nouvelle n'appartenait à aucun de ces groupes, elle était considérée comme spécifique. Deux ou trois nouvelles sont communes si elles traitent du même sujet ou événement, peu importe son format, ses locuteurs ou sa durée. Cette façon de procéder nous permettra de constater quels réseaux ont le plus de nouvelles en commun et lequel est le plus spécifique dans sa démarche journalistique.

2.7 Le degré d'association

Pour vérifier le bien-fondé de nos hypothèses, nous examinerons le degré d'association entre les réseaux de télévision et la nature des nouvelles présentées. Nous utiliserons à cette fin le V de Cramer, une mesure d'association pour variables nominales dérivée du khi-carré. Il s'agit d'un coefficient standardisé dont les valeurs se situent entre 0 (association nulle) et 1 (association parfaite).⁸⁶ En comparant la taille du V de Cramer pour différentes paires de réseau (SRC/TVA, SRC/CBC, TVA/CBC), nous serons donc en mesure d'établir de manière systématique s'il existe ou non des différences significatives entre ces réseaux.^{86a}

⁸⁶ Tremblay, André, *Sondages: Histoire, pratique et analyse*, Gaétan Morin éditeur, Boucherville, 1991, 317.

^{86a} L'examen du khi-carré ne modifie pas les conclusions générales de l'étude.

3- La démarche suivie

Notre analyse de contenu porte sur les téléjournaux diffusés à 22:00 par la SRC, la CBC et le réseau TVA. Notre corpus s'étale sur quatre mois, soit du 2 mars au 26 juin 1998. Au total, nous avons couvert 15 semaines. Les journaux télévisés de la fin de semaine ne sont pas inclus dans notre analyse pour des raisons d'homogénéité du corpus. La longueur des téléjournaux du samedi et dimanche n'est pas la même qu'en semaine et elle varie d'une chaîne à l'autre. L'activité politique étant également moins intense les fins de semaine, le contenu du bulletin de nouvelles diffère.

Des problèmes techniques et des changements d'horaire non prévus (souvent en raison des séries éliminatoires), nous ont obligés à enlever certains bulletins de nouvelles de notre corpus.⁸⁷ Pour des raisons d'uniformité, si une chaîne faisait défaut, les bulletins des deux autres chaînes étaient également exclus. Nous avons donc codifié 18 jours en mars, 18 jours en avril⁸⁸, 17 jours en mai et 20 jours en juin. Nous avons analysé 83 bulletins de nouvelles pour chaque chaîne, ce qui représentait un total de 2673 nouvelles.

Chaque nouvelle a été analysée individuellement selon la grille expliquée précédemment (Annexe 1). Les nouvelles faisant l'objet d'un reportage ont été visionnées deux fois. Le temps de parole des locuteurs a été calculé à l'aide d'un chronomètre. Nous avons eu recours au logiciel de Statistiques pour sciences sociales (SPSS) pour le traitement de toutes nos données. Les résultats obtenus nous permettront d'établir les différences et similitudes entre la SRC et la CBC et la SRC et TVA.

⁸⁷ Les dates suivantes ont été retirées du corpus: 3 mars; 18 mars; 23 avril; 4 mai; 13 mai; 19 mai.

⁸⁸ La semaine du 30 mars au 3 avril ne fait pas partie de notre corpus.

Chapitre 3

La présentation et l'organisation de l'information télévisée

À tous les soirs, le téléjournal exploite les mêmes formules. Cette répétition systématique facilite le mode de production du téléjournal mais surtout elle agit comme point de repère sur le spectateur.⁸⁹ La mise en scène du bulletin de nouvelles bien que perçue comme allant de soi est artificiellement construite. Le téléjournal fait vrai parce que tous les soirs, il présente un modèle d'information parfaitement intégré par son auditoire. Les présentations du chef d'antenne, les enchaînements, les plans, les reportages, les brèves font partie des habitudes d'information du public. Familier avec la structure même du journal télévisé, le téléspectateur considère donc les nouvelles comme objectives.⁹⁰

D'entrée de jeu, l'annonce des manchettes donne le ton et le rythme au téléjournal. L'effet d'objectivité est enclenché dès les premières secondes à travers le générique. Répétitif dans sa forme, il est constitué d'habitudes qui fidélisent le public.⁹¹ De plus, il hiérarchise l'actualité. L'information suit la logique décroissante du plus au moins important. Cette cohésion dans l'information rassure le public et l'effet d'objectivité opère déjà dans l'esprit du téléspectateur puisqu'il voit le monde de manière ordonnée.⁹²

Nous pouvons par ailleurs nous demander si l'uniformité de l'organisation de l'information varie d'une chaîne à l'autre. Quelles sont les différences et les ressemblances au niveau de la structure et de la présentation de l'actualité entre deux chaînes publiques d'expression française et anglaise et une chaîne privée de langue française?

⁸⁹ Desaulniers et Sohet (a), *op. cit.*, 11.

⁹⁰ Griffin, Michael, «Looking at TV news: Strategies for research», *Communication*, 13, 1992, 133.

Cité dans Mercier, *op. cit.*, 16.

⁹¹ Mercier, Arnaud, *op. cit.*, 201

⁹² *Ibid.*, 201

Comme nous l'avons exposé dans le chapitre précédent, l'intérêt de la nouvelle représente le critère le plus important dans le processus de sélection de l'information. La présentation de l'actualité est donc tributaire d'un point de vue subjectif sur ce qui constitue l'information du jour. L'actualité n'est pas simplement constituée d'événements dignes d'intérêt mais plutôt de ce que les journalistes considèrent comme étant digne d'intérêt.⁹³ Plusieurs indicateurs nous permettent d'identifier les priorités des professionnels de l'information. Le format, le nombre, la durée et le rang des différents objets de la nouvelle nous permettent de mettre en perspective les structures de l'information propre à chaque réseau.

1- Les formats de la nouvelle

D'une durée variant entre 26 et 30 minutes, les trois téléjournaux produisent un nombre de nouvelles par bulletin pratiquement équivalent. La SRC présente en moyenne 12 nouvelles par jour, la CBC, 11 et TVA, 13. Le corpus de nouvelles de la chaîne francophone est constitué de 890 nouvelles, celui de son pendant anglophone de 835 et celui de TVA de 948. La durée moyenne des reportages est plus courte à TVA, soit 81 secondes. À la SRC, les reportages durent en moyenne 97 secondes et à la CBC, 104.

Il apparaît donc clairement que le réseau privé favorise des reportages plus courts que les deux chaînes publiques. TVA devrait du même coup présenter plus d'extraits de courte durée qui ne nécessitent pas l'intervention d'un journaliste. Dans notre analyse, nous avons distingué six catégories de nouvelle. Tel que le présente le tableau 1, ces types de reportage vont de la formule la plus simple à la plus complexe. La première catégorie ne s'appuie sur aucun support visuel et ne met en scène que le présentateur. Les deux autres types de nouvelles ont recours à des images fixes ou en mouvement pour illustrer les propos du chef d'antenne. Suivent ensuite les catégories avec reportage impliquant l'intervention d'un journaliste. Plus la formule est complexe, plus la nouvelle est considérée comme importante.

⁹³ *Ibid*, 187

Le tableau 1 montre que TVA utilise dans une proportion beaucoup moins élevée les reportages avec présentateur, film et journaliste que les deux autres chaînes. La chaîne privée est donc plus axée sur les nouvelles brèves comme en témoigne le pourcentage accordé au format «présentateur + film». En regroupant les formats en deux catégories, soit nouvelles avec et sans journaliste, on obtient une proportion de 50,7% de reportages avec journaliste à TVA; 59,4 à la SRC et 57,3 à CBC. Contrairement, à la SRC et à TVA, CBC a plus souvent recours, dans une très large proportion, à l'image fixe qu'au film dans ses clips de courte durée. Le réseau TVA a eu de son côté souvent recours à l'entrevue en studio soit avec un journaliste, un expert commentant une situation ou un acteur politique. Cette pratique, inexistante à Radio-Canada⁹⁴, explique le nombre élevé de reportage dans la catégorie «Autres». Nous expliquons cette différence par le fait que TVA ne présente pas d'émission d'affaires publiques suivant le téléjournal où les événements du jour sont analysés plus en profondeur par des experts et les gens qui font la nouvelle.

Tableau 1
Répartition des formats de nouvelles par chaîne

Catégories	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Présentateur seul	16	1,8	7	0,8	24	2,5
Prés.+image fixe	38	4,3	184	22,0	46	4,9
Prés.+film	305	34,3	162	19,4	375	39,6
Prés.+film+journ.	517	58,1	468	56,0	464	48,9
Prés.+journ. duplex	12	1,3	11	1,3	17	1,8
Autres	2	0,2	3	0,4	22	2,3
Total	890	100	835	100	948	100

Nous avons croisé la variable «Format de la nouvelle» avec celle de l'objet de la nouvelle afin de voir quelles catégories d'information font le plus souvent l'objet de reportages et de simples brèves. Le tableau 2 montre à quel point TVA accorde peu

⁹⁴ Lorsqu'il est question de la société d'État sans distinction faite entre la chaîne française et anglaise, nous faisons autant référence à la SRC qu'à la CBC.

d'importance à l'actualité internationale. Dans plus de 80% des cas, ce type de nouvelle ne fait l'objet que d'une brève. Cette fréquence correspond à 54,4% à la SRC et à 50,5% à la CBC. Aux trois réseaux, la politique nationale fait principalement l'objet de reportage avec journaliste dans des proportions similaires. Les faits divers se retrouvent également en majorité dans cette catégorie de reportage. Contrairement à TVA et à la SRC, la CBC présente beaucoup moins de faits divers avec film et favorise surtout l'image fixe pour ce type de nouvelle.

Tableau 2
Répartition des formats de nouvelles selon l'objet de la nouvelle

	Actualité int.			Politique nat.			Économie et soc.			Sport et culture			Faits divers		
	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA
Présentateur seul	1,7	0,7	4,3	2,8	—	3,0	1,5	0,7	2,7	4,5	—	—	—	2,8	2,5
Présentateur + image fixe	0,4	18,8	3,6	4,2	15,7	5,5	8,7	37,2	10,5	—	26,7	—	5,4	23,4	4,9
Présentateur + film	52,3	31,0	73,9	23,4	12,6	20,7	28,1	9,5	34,7	9,0	20,0	36,5	38,1	19,1	39,6
Présentateur + film + journ.	44,4	48,0	17,4	66,1	68,5	64,9	60,7	52,0	47,9	77,0	53,3	48,1	55,8	53,2	48,4
Présentateur + film 2 journ.	0,4	—	—	1,0	0,4	0,4	0,5	—	0,9	—	—	—	—	—	0,5
Présentateur + journ. duplex	0,8	0,7	0,7	2,4	2,8	1,5	0,5	—	0,5	4,5	—	13,5	0,7	1,4	1,8
Autre	—	0,7	—	—	—	4,1	—	0,7	2,7	4,5	—	1,9	—	—	2,3
Total	239	277	138	286	254	271	196	148	219	22	15	52	147	141	268

2- La durée et le nombre

Le temps et le nombre de nouvelles accordés à chaque objet de nouvelle nous donnent une idée plus juste des priorités de chaque chaîne. La croyance populaire veut que la société d'État accorde plus d'intérêt à la politique et que le réseau privé privilégie les faits divers au détriment d'une information dite plus sérieuse.

Tableau 3

Proportion en nombre et en temps des différents objets de la nouvelle

	SRC			CBC			TVA		
	N% (N)	Tsec%	Tmoyen	N% (N)	Tsec%	Tmoyen	N% (N)	Tsec%	Tmoyen
Actualité internationale	26,9 (239)	23,6	86	33,2 (277)	30,3	95	14,6 (138)	8,1	45
Politique nationale	32,1 (286)	36,3	110	30,4 (254)	35,9	122	28,5 (271)	35,3	100
Économie et société	22,0 (196)	22,0	97	17,7 (148)	16,7	97	23,1 (219)	22,5	79
Culture	1,8 (16)	2,4	128	0,8 (7)	0,8	102	3,8 (36)	4,4	93
Sport	0,7 (6)	0,7	98	1,0 (8)	0,8	87	1,7 (16)	1,7	80
Faits divers	16,5 (147)	15,0	88	16,9 (141)	15,4	141	28,3 (268)	27,9	80
Total	100 (890)	100 (86743)	98	100 (835)	100 (86444)	104	100 (948)	100 (76564)	81

Les trois chaînes accordent plus de temps d'antenne à la politique nationale qu'aux autres objets de nouvelle. Cependant, si l'on ne tient compte que de la proportion du nombre de topos, la CBC diffuse plus de nouvelles à caractère international que canadien et TVA donne une importance quasi équivalente à la politique nationale et aux faits divers. Alors que Radio-Canada laisse beaucoup de place à l'actualité internationale, autant en terme de temps que de nombre, TVA fait passer cette catégorie de nouvelles au quatrième rang, après les nouvelles nationales et économiques et les faits divers. Les nouvelles culturelles apparaissent comme le parent pauvre des informations télévisées. Le réseau TVA accorde cependant une plus grande importance à la couverture des événements culturels que les deux autres chaînes. Le sport bien que marginalisé durant le téléjournal bénéficie d'une tribune complète en fin de soirée.

Le réseau privé se distingue des deux chaînes publiques en accordant une plus grande importance aux faits divers qu'aux nouvelles économiques et sociales. TVA marginalise également l'information internationale, principalement en terme de durée, et elle privilégie plus que ses homologues les nouvelles culturelles. Les trois

réseaux se rejoignent sur la place faite à la politique nationale autant en terme de temps que du format de la nouvelle.

3- Le classement hiérarchique des nouvelles

Les manchettes annoncées dès l'ouverture du téléjournal indiquent au téléspectateur quels sujets ont retenu le plus l'attention des médias durant la journée. Devant l'importante proportion de nouvelles politiques aux trois réseaux, il n'est pas étonnant de constater que celles-ci se retrouvent en grand nombre également dans les manchettes du jour.

Tableau 4
Distribution des manchettes selon l'objet de la nouvelle

	Actualité intern.			Politique nat.			Économie et soc.			Sports et culture			Faits divers		
	SRC %	CBC %	TVA %	SRC %	CBC %	TVA %	SRC %	CBC %	TVA %	SRC %	CBC %	TVA %	SRC %	CBC %	TVA %
Manchettes	20,2 (38)	27,5 (56)	7,2 (14)	41,0 (77)	38,7 (79)	42,6 (83)	21,8 (41)	18,6 (38)	22,6 (44)	3,2 (6)	1,0 (2)	2,0 (4)	13,8 (26)	14,2 (29)	25,6 (50)

La SRC et la CBC accordent de façon générale une attention semblable aux mêmes objets de nouvelle au générique. TVA se démarque par contre avec les faits divers et les nouvelles internationales : seulement 7,2 % des manchettes concernent l'actualité internationale et 25,6% vont aux faits divers. À Radio-Canada, on privilégie l'actualité internationale aux faits divers. La CBC accorde cependant beaucoup plus de manchettes aux nouvelles internationales qu'aux nouvelles économiques et sociales tandis qu'à la chaîne publique française les deux catégories sont traitées dans des proportions semblables.

Les premières nouvelles qui défilent au cours du téléjournal ont beaucoup plus de chance de retenir l'attention du téléspectateur que celles qui se retrouveront dans les derniers rangs. Peu importe leur contenu, les premières nouvelles auront plus d'effet

sur le spectateur simplement parce qu'elles se retrouvent dans les premiers rangs.⁹⁵ Les données sur le rang de la nouvelle devraient suivre la même logique que celles sur la durée et le format. La politique nationale devrait se retrouver en majorité dans les premières nouvelles aux trois chaînes et les faits divers principalement aux derniers rangs, exception faite pour le réseau TVA.

Tableau 5
Répartition du rang groupé selon l'objet de la nouvelle

	Actualité int.			Politique nat.			Économie et soc.			Sport et culture			Faits divers		
	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA
Premier	5,9	5,1	5,1	12,6	15,4	13,3	6,1	9,5	6,4	9,1	—	1,9	6,1	5,0	5,6
Deuxième	5,4	6,1	2,2	11,9	13,8	11,8	6,1	6,8	8,7	9,1	6,7	—	10,2	7,1	7,1
Trois à cinq	10,5	14,8	9,4	35,7	35,8	35,4	28,1	31,1	25,1	31,8	—	11,5	24,5	29,1	18,7
Six à neuf	41,0	44,0	27,5	26,2	26,4	27,7	31,6	33,8	39,7	50,0	26,7	9,6	26,5	33,3	31,0
Dix à quinze	36,8	30,0	54,3	13,3	8,7	11,8	27,6	18,9	19,2	—	66,6	71,2	30,6	25,5	36,9
Seize et plus	0,4	—	1,4	0,3	—	—	0,5	—	0,9	—	—	5,8	2,0	—	0,7
Total	100 239	100 277	100 138	100 286	100 254	100 271	100 196	100 148	100 219	100 22	100 15	100 52	100 147	100 141	100 268

Le tableau 5 révèle que les trois téléjournaux hiérarchisent, à quelques exceptions près, l'information de la même manière. La politique nationale est la catégorie d'information qui se retrouve le plus souvent et ce dans une très grande proportion au premier et au deuxième rang. Cet objet de nouvelle se retrouve par contre principalement au troisième, quatrième et cinquième rang. La catégorie «économie et société» se situe entre la sixième et la neuvième position tout comme l'actualité internationale, mis à part au réseau TVA où dans 54,3% des cas cette rubrique se retrouve dans les derniers rangs, entre dix et quinze. Contrairement à nos attentes, bien que TVA laisse beaucoup de place aux faits divers, elle ne leur accorde pas plus d'importance en terme de positionnement que les deux autres chaînes. Ils se retrouvent en grande majorité dans les derniers rangs.

⁹⁵ Iyengar and Kinder, op. cit., 46.

L'uniformité dans le classement de l'information se traduit également dans le rang moyen de chacune des catégories. Le positionnement moyen des faits divers et de la politique nationale est le même aux trois postes. Les nouvelles économiques et sociales sont classées en moyenne avant les actualités internationales. Le rang moyen de l'actualité internationale reflète l'importance respective que chaque réseau lui accorde. Cependant, en raison du pourcentage élevé des nouvelles internationales à CBC, on aurait pu s'attendre à un rang moyen moins élevé. Ce résultat indique une fois de plus que les trois réseaux favorisent l'actualité nationale avant tout.

Tableau 6
Rang moyen selon l'objet de la nouvelle

	Actualité intern.			Politique nat.			Économie et soc.			Sports et culture			Faits divers		
	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA
Rang moyen	8	7	9	5	5	5	7	6	7	10	10	11	7	7	7

De façon générale, nous pouvons affirmer que dans leur structure de l'information, la SRC et la CBC se ressemblent beaucoup. TVA se distingue de son côté sur plusieurs points. La chaîne privée favorise des reportages plus courts et utilise une plus grande quantité de clips brefs que les deux autres chaînes. De plus, elle accorde une couverture beaucoup plus large aux faits divers que la SRC et la CBC. Elle est également beaucoup moins portée sur l'actualité internationale que la société d'État. Les trois chaînes favorisent cependant dans des proportions importantes et semblables la politique nationale. Bien que les trois chaînes hiérarchisent leurs informations de façon similaire, nous pouvons conclure qu'au niveau de la forme et de la présentation du téléjournal que la SRC et la CBC ont plus de points en commun que le réseau TVA et la SRC.

4- Le degré d'association

Nous avons appliqué le test du V de Cramer au format et à l'objet de la nouvelle.⁹⁶ Afin de rendre notre test le plus significatif statistiquement, nous avons regroupé ou retranché certaines catégories d'analyse. Le format de la nouvelle a été réduit à deux catégories: avec et sans journaliste et les rubriques sport et culture n'ont pas été prises en considération comme objet de la nouvelle.

En raison de nos résultats antérieurs, nous croyons que le coefficient d'association sera plus faible entre la SRC et CBC qu'entre la SRC et TVA et qu'entre TVA et la CBC pour les deux tests⁹⁷ :

$$V_{SRC/CBC} < V_{SRC/TVA}$$

$$V_{SRC/CBC} < V_{CBC/TVA}$$

Tableau a
Coefficients d'association calculés sur le
format et l'objet de la nouvelle

V de Cramer			
	SRC/CBC	SRC/TVA	TVA/CBC
Format de la nouvelle	0,20	0,67	0,51
Objet de la nouvelle	0,07	0,19	0,24

Nos résultats démontrent qu'il y a une plus faible association entre les deux chaînes publiques qu'entre les deux chaînes de langue française dans les deux cas. Pour le format de la nouvelle le V de Cramer est de trois fois plus élevé entre la SRC et TVA et de plus de deux fois entre TVA et CBC qu'entre la SRC et CBC. Pour l'objet de la nouvelle, il est plus de deux fois plus faible à la SRC et CBC qu'à la SRC et TVA et plus de trois fois plus faible qu'à la CBC et TVA. Il y a donc un écart beaucoup

⁹⁶ Le test du V de Cramer est expliqué au chapitre deux.

⁹⁸ Plus l'association sera forte, plus le coefficient se rapprochera de 1.

moins grand dans le choix du format et de l'objet des nouvelles entre la SRC et la CBC qu'entre la SRC et TVA et qu'entre TVA et CBC. Nous pouvons donc confirmer que le statut juridique a une plus grande incidence dans la structure de l'information des nouvelles télévisées que la langue de diffusion.

Chapitre 4

Les enjeux présentés dans les nouvelles télévisées

Les événements qui font la nouvelle sont le résultat, selon plusieurs auteurs, d'un processus de négociation entre les journalistes et leurs sources d'information. Certains affirment que ce sont les sources officielles qui mènent la partie alors que d'autres prétendent que ce sont plutôt les journalistes.⁹⁸ Dans une analyse sur la formation de l'ordre du jour, David Miller et Kevin Williams prétendent que la production des nouvelles est un milieu de compétition et de négociations où les sources officielles d'information ne peuvent jamais prendre pour acquis qu'ils pourront fixer la formation de l'agenda du jour.⁹⁹ Même bien structurées, les organisations ne réussissent pas toujours à faire passer leur message. Il a également été démontré que les groupes ayant peu de moyen ont de la difficulté à attirer l'attention des médias sur les enjeux qu'ils défendent.

Leaders d'opinion, groupes de pression et acteurs sociaux savent bien que ce qui se retrouvera au téléjournal guidera les débats de société sur lesquels les citoyens se pencheront. En ne retenant que quelques événements parmi une masse d'informations, les actualités télévisées ont le pouvoir d'orienter la perception de la vie politique.¹⁰⁰ En plus de structurer l'agenda politique, les professionnels de l'information peuvent également déterminer le degré d'importance que prendra un événement ou un dossier. À certains moments, le téléspectateur est en droit de se demander si certains événements ne prennent pas des proportions démesurées par rapport à la réalité.

Dans la première partie de ce chapitre, nous nous concentrerons donc sur les sujets spécifiques des nouvelles politiques, économiques et sociales. Par sujets spécifiques,

⁹⁸ Voir à ce sujet Jean Charron, *op. cit.*

⁹⁹ Miller, David, Kevin Williams et John Eldridge, dir. «Negotiating HIV/AIDS information : Agendas, media strategies and the news» dans *Getting the message: News, truth and power*, Glasgow university media group, Routledge, London, 1993, 126.

¹⁰⁰ Voir à ce sujet Monière, *op. cit.*, 112 et Iyengar and Kinder, *op.cit.*, 2.

nous entendons les principaux thèmes qui ressortent de la nouvelle. Chaque nouvelle politique et économique, peu importe son format, correspond à un ou plusieurs sujets spécifiques choisis à partir d'une liste de 50 thèmes. Le tableau 7 ne présente pas une liste exhaustive de tous les sujets. Pour des raisons d'espace, nous avons enlevé du tableau les sujets les plus marginalisés. Les totaux restent cependant les mêmes.¹⁰¹ (Pour une liste complète des différents sujets voir Annexe 2).

¹⁰¹.En raison, de la codification multiple, les totaux sont supérieurs à ceux des nouvelles politiques et économiques. Les totaux en chiffres absolus sont ceux du tableau exhaustif des sujets spécifiques.

Tableau 7
Distribution des sujets spécifiques aux nouvelles
politiques, économiques et sociales

Sujets spécifiques	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Entreprises	56	10,2	34	7,8	45	8,3
Investissements	8	1,5	1	0,2	6	1,1
Dollar canadien	9	1,6	7	1,6	11	2,0
Banques	15	2,7	9	2,1	6	1,1
Prix, cons., inflation	6	1,1	4	0,9	13	2,4
Recherche et innovation	8	1,5	13	3,0	8	1,5
Transport	11	2,0	12	2,8	20	3,7
Énergie	13	2,4	3	0,7	5	0,9
Agriculture, pêche, forêts	13	2,4	23	5,3	14	2,6
Création d'emplois	10	0,5	9	0,5	17	1,8
Chômage	8	1,5	3	0,7	11	2,0
Relations de travail	28	5,1	5	1,1	37	6,8
Grève	18	3,3	15	3,4	20	3,7
Environnement, pollution	18	3,31	15	3,4	4	0,7
Santé	86	15,7	82	18,8	103	19,0
Éducation	8	1,5	3	0,7	6	1,1
Sécurité publique	8	1,5	—	—	6	1,1
Justice	15	2,7	20	4,6	8	1,5
Politique étrangère	13	2,4	19	4,4	8	1,5
Armée et défense	9	1,6	27	6,2	10	1,8
Famille	6	1,1	7	1,6	4	0,7
Langue et culture	9	1,6	1	0,2	7	1,3
Fraude, scandale, corrup.	8	1,5	5	1,1	4	0,7
Unité nat. et souveraineté	29	5,3	15	3,4	22	4,1
Constitution	18	3,3	6	1,4	17	3,1
Finances publiques	18	3,3	5	1,1	10	1,8
Drogue et tabagisme	3	0,5	3	0,7	21	3,9
Nationalisme, drapeau	6	1,1	8	1,8	3	0,6
Chefferie PLQ	32	5,8	24	5,5	28	5,2
Démission D.Johnson	4	0,7	2	0,5	9	1,7
Autochtone	9	1,6	8	1,8	15	2,8
Autres	15	2,7	18	4,1	12	2,2
Total	549	93,0	436	91,4	543	90,7

1- Les nouvelles politiques, économiques et sociales

1.1 L'effet Charest

Notre étude s'ouvre sur une période riche en rebondissements sur la scène politique au Québec. Le 2 mars 1998, Daniel Johnson quitte la vie politique après quatre ans à la tête du PLQ. Dès le départ, le nom de Jean Charest, alors chef du Parti conservateur à Ottawa, circule comme éventuel successeur de Daniel Johnson. À travers l'œil de la caméra, l'affaire prend des allures de suspense politique. Dans les premiers jours, Jean Charest réitère son intention de demeurer à la tête de son parti puis le 26 mars, il annonce qu'il fait le saut en politique québécoise.

L'effet Charest ne s'est pas seulement fait sentir dans les sondages mais également dans la couverture médiatique accordée à toute l'affaire. Durant cette période, pour un total de 17 jours dans notre corpus, la chefferie du PLQ a fait l'objet de 32 nouvelles (5,8%) à la SRC, 24 (5,5%) à la CBC et 28 (5,2%) TVA. Il a été question à chaque jour de l'affaire Charest jusqu'au moment où le chef du PC a clairement annoncé ses couleurs. Toute cette histoire a pris des proportions nationales comme l'indique le nombre et le pourcentage de nouvelles que le réseau CBC a accordé à cette affaire. Élevé au rang de «sauveur du Canada» par certains et perçu comme «l'envoyé du fédéral à Québec» par d'autres, Jean Charest a autant été au centre des préoccupations des médias francophones et anglophones durant presque tout un mois. Aucun autre dossier «québécois» n'a retenu autant l'attention de la chaîne anglophone entre le mois de mars et juin. Jean Charest était perçu comme le seul chef pouvant battre Lucien Bouchard lors des prochaines élections provinciales qui devaient se tenir au plus tard au printemps 1999 et ainsi évacuer la menace référendaire du paysage constitutionnel. Pour cette raison, l'affaire Charest a pris des dimensions nationales plutôt que simplement provinciales comme l'a été la démission de Daniel Johnson à qui les téléjournaux n'ont accordé que très peu de place, exception faite du réseau TVA (voir rubrique Démission D. Johnson). Devant l'importance accordée à cet épisode, nous pouvons nous demander quel a été le rôle des médias dans le momentum créé en faveur de Jean Charest tel que traduit dans les sondages au cours de cette même période?

1.2 La santé, l'éducation et les finances publiques

Plusieurs sujets ne font l'objet que de quelques reportages. D'autres, par contre, se démarquent du lot par leur récurrence. Le thème qui a été le plus exploité, durant la période étudiée, est de loin celui de la santé. Avec 86 nouvelles (15,7%) à la SRC, 82 à la CBC (18,8%) et 103 (19,0%) au réseau TVA, il a été, en moyenne, question chaque jour de la santé aux trois postes et ce durant quatre mois. Plusieurs événements ont cependant alimenté les nouvelles dans ce secteur. Premièrement, au niveau fédéral, le plan d'indemnisation des victimes de l'hépatite C par Ottawa a durant plusieurs jours défrayé les manchettes. Deuxièmement, les médecins ont fait pression sur le gouvernement au Québec et ailleurs au Canada. Troisièmement, les infirmières au Québec se sont également mobilisées. Finalement, durant la tournée des régions du Parti québécois, la santé s'est retrouvé maintes fois sur la sellette. De façon générale, c'est la réforme de la santé du gouvernement Bouchard qui suscite le plus d'intérêt au Québec.

Sur un total de 889 nouvelles s'étalant de décembre 1996 à mars 1997, Denis Monière a recensé 45 nouvelles ayant comme thème la santé à la SRC. Un an plus tard sur un même total de nouvelles, le nombre de topos sur ce sujet a pratiquement doublé sur la chaîne française de Radio-Canada. Cette augmentation peut s'expliquer par le fait qu'étant en fin de mandat en 1998, l'heure était au bilan et à la critique de la réforme de la santé.

À la CBC, les nouvelles sur la santé touchent principalement le gouvernement fédéral et la province de l'Ontario. À la SRC et à TVA, c'est en majorité, et ce dans une très large proportion, du Québec dont il est question. Ces résultats nous indiquent par contre que les problèmes dans le secteur de la santé ne sont pas uniques au Québec.

À l'inverse, le secteur de l'éducation, domaine d'importance presque équivalente à celui de la santé au niveau budgétaire et qui a également fait l'objet de lourdes compressions ces dernières années, a peu retenu l'attention des médias. La SRC a

consacré huit nouvelles à ce sujet (1,5%), le réseau TVA, six (1,1%) et la CBC que trois (0,7%). C'est la chaîne française de Radio-Canada qui a consacré le plus de nouvelles aux finances publiques. La CBC et TVA se sont beaucoup moins intéressés à la question.

1.3 Souveraineté, constitution et langue

L'affaire Charest a remis à l'ordre du jour la question de l'unité nationale et de la souveraineté. Ce thème est revenu 29 fois (5,3%) à la SRC, 15 fois à la CBC (3,4%) et 22 fois (4,1%) à TVA. La CBC a moins exploité ce sujet que les autres. Les questions touchant la constitution sont beaucoup moins populaires à la CBC qu'à la SRC et qu'à TVA. Les journalistes francophones seraient beaucoup plus friands des questions constitutionnelles que leurs homologues anglophones tel que discuté au chapitre 1.

Les questions de langue et de culture sont présentées dans des proportions similaires aux deux chaînes françaises (1,6% à la SRC et 1,3% à TVA). À la CBC, ce thème n'a fait l'objet que d'un reportage (0,2%). L'épisode du drapeau canadien à la Chambre des communes à Ottawa n'a pas trouvé beaucoup d'écho au réseau TVA alors que la SRC et la CBC ont suivi l'affaire de près (voir rubrique Nationalisme, drapeau).

L'armée et la défense est un des sujets qui revient le plus souvent après la santé au réseau anglais. La CBC a accordé beaucoup plus d'attention aux histoires de viol et de harcèlement sexuel dans l'armée canadienne que les autres chaînes. La chaîne anglophone laisse aussi une grande place à la pêche et aux forêts, plus que la SRC et TVA. Ces deux secteurs touchent beaucoup les provinces de l'Est et de l'Ouest auxquelles CBC donne plus d'importance.

Les deux chaînes publiques produisent plus de nouvelles sur la politique étrangère et la justice, de façon plus prononcée cependant à la CBC, que le réseau TVA. Il est par

contre surprenant de constater que TVA est le réseau qui aborde le plus le sujet des autochtones.

1.4 L'emploi, les relations de travail et l'économie

Le réseau TVA traite plus de la création et de la perte d'emplois et de chômage que les deux chaînes publiques. La même conclusion s'applique aux relations de travail et syndicales. À ce chapitre, la CBC est très loin derrière TVA et la SRC. Nous pouvons supposer que les moyens de pression dans le secteur de la santé ont alimenté cette rubrique au Québec. Les grèves ont cependant été couvertes dans des proportions semblables aux trois chaînes.

La catégorie « Entreprises » est la plus populaire après celle de la santé et ce aux trois réseaux. Ce résultat n'est pas surprenant puisque la plupart des nouvelles économiques impliquent des entreprises. Cependant, la SRC en parle plus que les deux autres chaînes et la CBC moins. Si l'on regroupe tous les autres sujets économiques en une seule rubrique, la SRC et TVA accordent une attention similaire, dans les mêmes proportions (8,1%), aux activités économiques. La CBC en parle moins (6,1%).

1.5 Les enjeux sociaux

La pauvreté, le suicide, la drogue et le tabagisme, bien que très peu exploités, sont les sujets d'un nombre semblable de nouvelles aux deux chaînes publiques. Le réseau TVA se démarque par la place qu'il accorde aux problèmes de drogue et de tabagisme. On dénombre 21 topos à ce sujet et seulement trois à la SRC et la CBC. La SRC est le réseau qui parle le plus des enfants et des jeunes.

L'environnement a retenu l'attention de la SRC et de la CBC à plusieurs reprises (respectivement 18 et 15 fois). TVA est très discrète à ce chapitre avec quatre mentions seulement. La SRC revient beaucoup plus souvent sur la question de

l'énergie que les deux autres chaînes. Nous pouvons en conclure que la SRC suit de plus près les activités d'Hydro Québec que TVA. Le journaliste Michel Morin en a d'ailleurs fait son sujet de prédilection.

Nous constatons qu'à plusieurs égards la SRC se rapproche plus du réseau TVA et qu'à d'autres elle est plus près de la CBC. De plus, à plusieurs reprises, les trois chaînes adoptent un profil semblable. Bien que la couverture de la SRC s'apparente plus à TVA en ce qui concerne les enjeux plus régionaux (langue et culturel, constitution, éducation, chômage), elle se rapproche plus de la CBC sur les questions de compétence fédérale. Il est donc difficile de dégager une tendance générale de ces résultats lorsque nous analysons ces chiffres de près. L'analyse de la distribution des champs d'activités de la politique nationale permettra de nous faire une idée plus claire des similitudes et des différences du profil de contenu des nouvelles.

2- Les champs d'activités des nouvelles politiques

Afin de faire ressortir de façon plus générale les intérêts de chaque chaîne dans leur couverture de la politique nationale, nous avons divisé cet objet de nouvelle en dix champs d'activité. Nous avons distingué les paliers provinciaux et fédéraux concernant les activités gouvernementales, parlementaires et partisans.¹⁰² Une nouvelle peut porter à la fois sur une activité gouvernementale et parlementaire fédérales ou sur une activité gouvernementale fédérale et provinciale lorsqu'il est question, par exemple, des relations entre Ottawa et les provinces. On retrouve également comme champs d'activités: la politique municipale, les activités de citoyen, les sondages et les manifestations.¹⁰³

¹⁰² Les activités gouvernementales concernent les décisions, les actions et les déclarations des gouvernements. Les activités parlementaires regroupent les débats en Chambre, les questions législatives et les commissions parlementaires. Les nouvelles concernant la vie des partis politiques, par exemple les courses à la chefferie, se retrouvent dans la catégorie «activité partisane».

¹⁰³ La politique municipale fait référence aux activités des villes. Les actions entreprises par la population et les groupes populaires se retrouvent dans la rubrique «activité civique». Les manifestations de travailleurs et de citoyens se retrouvent dans une catégorie distincte. Enfin, les sondages sur la vie politique sont également pris en considération.

Tableau 8

**Distribution des champs d'activités
des nouvelles politiques**

Politique nationale	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Gouvernement fédéral	74	21,8	96	32,9	55	17,1
Parlement fédéral	29	8,6	43	14,7	24	7,5
Partis fédéraux	21	6,2	16	5,5	12	3,7
Total fédéral	124	36,6	155	53,1	91	28,3
Gouvernement prov.	109	32,2	68	23,3	110	34,3
Parlement provincial	23	6,8	8	2,7	24	7,5
Partis provinciaux	30	8,8	27	9,2	37	11,5
Total provincial	162	47,8	103	35,2	171	53,3
Politique municipale	17	5,0	4	1,4	24	7,5
Activité civique	14	4,1	13	4,5	17	5,3
Sondage	7	2,1	2	0,7	3	0,9
Manifestation	15	4,4	15	5,1	15	4,7
Total autres	53	15,6	34	11,7	59	18,4
TOTAL	339	100	292	100	321	100

**En raison de la codification multiple, les totaux sont supérieurs à ceux du nombre des nouvelles politiques.*

Le tableau 8 démontre que la couverture des nouvelles politiques à la CBC est surtout centrée sur les activités du gouvernement fédéral (32,9%). La SRC et TVA sont de leur côté plus préoccupés par les questions de politique provinciale, soit respectivement 32,2% et 34,3%. TVA est le réseau qui couvre le moins les activités du gouvernement fédéral et CBC celles des gouvernements provinciaux. CBC est celui des trois qui s'intéresse le plus aux activités parlementaires fédérales tandis que la SRC et TVA penchent plutôt pour les nouvelles parlementaires provinciales. Les partis fédéraux ont retenu plus l'attention de la SRC que des deux autres chaînes et c'est TVA qui s'est le plus intéressé aux activités partisanes provinciales. La concentration des nouvelles municipales est plus forte au réseau privé qu'ailleurs et elle est faible à la CBC. Les trois réseaux démontrent un intérêt semblable pour les

activités de citoyens et les manifestations. La SRC a eu plus souvent recours aux sondages que la CBC et TVA.

La couverture politique de la CBC est constituée à 53% de nouvelles traitant du fédéral. Cette proportion est de 37% à la SRC et 28% à TVA. Le provincial accapare 48% des nouvelles politiques à la SRC, 35% à la CBC et 53% à TVA. Ces résultats viennent appuyer la thèse de l'ancien directeur de l'information à Radio-Canada, Marc Thibault, qui affirme que les anglophones se sentent plus près du gouvernement fédéral que de celui des provinces, contrairement aux francophones Siegel prétend de son côté que la diffusion des nouvelles sur la politique nationale du gouvernement fédéral est importante pour un pays comme le Canada (voir chapitre 1). Le fédéralisme canadien tend, selon lui, à régionaliser les enjeux dont il est le plus question au téléjournal. Cette affirmation ne s'applique cependant pas à la CBC qui favorise de beaucoup les activités fédérales. La place qu'occupe le fédéral au réseau anglais équivaut à celle que prend le provincial sur la chaîne francophone privée. TVA est la chaîne la plus régionale des trois. La différence entre la couverture de la politique québécoise et fédérale y est très grande. Cet écart est beaucoup moins élevé à la SRC. La chaîne publique française est celle qui présente la couverture la plus équilibrée entre les activités du fédéral et des provinces. Pour tous les autres champs d'activités, exception faite des activités partisans, la couverture de la politique nationale de la SRC se rapproche plus de TVA que de son pendant anglophone.

Afin de vérifier dans quelle proportion l'association est plus forte entre la SRC et TVA qu'entre la SRC et CBC, nous avons effectué le test du V de Cramer sur l'objet de nouvelle «Politique nationale». Nous avons regroupé en deux catégories les activités provinciales et fédérales et avons créé une seule rubrique pour les autres activités. L'association entre les deux chaînes francophones devraient être plus faible qu'entre les deux chaînes publiques et qu'entre TVA et CBC:

$$V_{SRC/TVA} < V_{SRC/CBC} < V_{TVA/CBC}$$

Tableau b
Coefficient d'association calculé sur
l'objet de nouvelle «Politique nationale»

V de Cramer			
	SRC/CBC	SRC/TVA	TVA/CBC
Politique nationale	0,17	0,09	0,25

L'association entre SRC et TVA est presque nulle et elle est deux fois plus faible qu'entre la SRC et CBC. L'association entre TVA et CBC est près de trois fois plus élevée qu'entre SRC et TVA. Nous pouvons donc affirmer que la langue de diffusion joue plus sur la couverture des activités politiques dans les nouvelles que le statut de la chaîne. Cependant, le V de Cramer est également faible entre la SRC et CBC. Les différences ne sont pas donc si élevées entre les deux chaînes publiques.

3- Les faits divers

L'importance accordée aux faits divers dans les informations télévisées, particulièrement au réseau privé, mérite que l'on s'attarde à ce type de nouvelle. Nous avons donc, à cet effet, précisé la nature de chaque fait divers, soit les désastres naturels, les accidents, les crimes et les affaires judiciaires. Les décès, les incidents et événements de tout genres se retrouvent dans la catégorie «divers». Le tableau 9 ne comprend que les faits divers des nouvelles nationales et n'inclut pas ceux des nouvelles internationales.

Tableau 9
Les sujets spécifiques dans les faits divers

Sujets – Faits divers	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Désastres naturels	10	6,7	17	11,8	15	5,4
Accidents	23	15,4	19	13,2	56	20,3
Crimes	11	7,4	17	11,8	51	18,5
Affaires judiciaires	40	26,8	23	16,0	60	21,7
Divers	65	43,6	68	47,2	94	34,1
Total	149	100	144	100	276	100

C'est la rubrique «divers» qui compte le plus de nouvelles. Suivent les affaires judiciaire auxquelles la SRC accorde plus d'attention que les deux autres chaînes. Les accidents arrivent en troisième place et c'est TVA qui en parle le plus. Les crimes sont une des rubriques les moins populaires des faits divers. La SRC est la chaîne qui couvre le moins les meurtres et TVA, le plus. La CBC a autant couvert les crimes que les catastrophes naturelles.

La règle du sensationnalisme que l'on attribue en général aux faits divers ne semble pas être celle suivie par les journaux télévisés. Les accidents et les crimes ne sont pas aussi présents dans l'univers du téléjournal que l'on serait tenté de le croire. Nous remarquons cependant que la chaîne privée se démarque à ce niveau et qu'elle accorde plus d'importance aux événements spectaculaires que les deux chaînes publiques.

Chapitre 5

L'information internationale

Les nouvelles technologies facilitent de plus en plus la retransmission d'événements prenant place un peu partout dans le monde. Cependant, la carte du monde des réseaux de télévision canadiens se limite à quelques États seulement. Cette concentration serait beaucoup plus élevée que celle des réseaux américains.¹⁰⁴ La dépendance envers les agences de presse internationales est tellement forte qu'en plus d'avoir une grande influence sur la sélection des pays couverts, elle détermine le format même des nouvelles internationales en raison du matériel visuel et de la durée de chaque item.¹⁰⁵ Comme nous l'avons constaté au chapitre 3, les nouvelles sans reporter prennent plus de place que celle nécessitant l'intervention d'un journaliste. Le point de vue canadien sur les événements internationaux est donc moins présent dans les nouvelles que celui des agences de presse. Les régions du monde se trouvant en dehors des bureaux de correspondance n'ont des chances de se retrouver au téléjournal que si un événement d'envergure généralement violent, comme un attentat ou une guerre, y survient.

Comme nous l'avons vu précédemment, la CBC est la chaîne qui accorde le plus de place à l'actualité internationale dans ses bulletins de nouvelles et TVA, le moins. Tout comme pour la politique nationale, nous avons séparé cet objet de nouvelles en plusieurs catégories afin de mieux cerner la couverture de chaque réseau. Nous avons également répertorié tous les pays dont il a été question.

¹⁰⁴ Clarke, Debra, «Constraints of television news production: The example of story geography», *Canadian journal of communication*, vol 15, no 1, hiver 1990, 83.

¹⁰⁵ *Id.*

1- Les champs d'activités de l'actualité internationale

Tableau 10
Répartition des champs d'activités
de l'actualité internationale

Champs d'activités	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Politique étrangère	14	5,5	16	5,3	9	6,5
Org. internationale	13	5,1	19	6,3	3	2,2
Politique	81	31,8	90	29,6	34	24,6
Militaire	9	3,5	23	7,6	4	2,9
Économie	23	9,0	26	8,6	18	13,0
Aide humanitaire	2	0,8	6	2,0	3	2,2
Découvertes	9	3,5	9	3,0	1	0,7
Faits divers	104	40,8	115	37,8	66	47,8
Total*	255	100	304	100	138	100

**En raison de la codification multiple le total est supérieur au total des nouvelles internationales.*

Aux trois chaînes, l'information internationale est beaucoup plus souvent synonyme de faits divers que de politique. Plus de 45% des nouvelles internationales rapportent un fait divers à TVA. Cette proportion se chiffre à 40,8% à la SRC et à 37,8% à la CBC. La politique arrive en seconde place. C'est la SRC qui en parle le plus et TVA, le moins. Les deux chaînes publiques traitent de façon similaire des nouvelles économiques tandis que TVA leur accorde plus de place en terme de proportion. Les questions militaires font l'objet de beaucoup plus de nouvelles à la CBC qu'aux deux autres chaînes. De son côté, TVA semble bien moins intéressé aux organisations internationales et aux découvertes scientifiques que ses homologues. L'aide humanitaire est la rubrique la plus négligée aux trois chaînes.

2- Les pays des nouvelles internationales

Tableau 11
Distribution des pays des nouvelles internationales

Pays	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Afrique du Sud	2	0,9	3	1,1	1	0,7
Allemagne	3	1,3	2	0,8	3	2,2
Brésil	2	0,9	3	1,1	1	0,7
Chili	3	1,3	1	0,4	—	—
Chine	4	1,8	5	1,9	1	0,7
Colombie	1	0,4	3	1,1	1	0,7
Espagne	3	1,3	2	0,8	—	—
Etats-Unis	73	32,2	77	28,9	49	36,3
France	14	6,2	9	3,4	9	6,7
Grande-Bretagne	8	3,5	21	7,9	4	3,0
Guatemala	3	1,3	2	0,8	—	—
Inde	5	2,2	6	2,3	4	3,0
Israël	12	5,3	16	6,0	3	2,2
Irak	2	0,9	5	1,9	—	—
Italie	7	3,1	4	1,5	7	5,2
Mexique	5	2,2	7	2,6	2	1,5
Paquistan	4	1,8	8	3,0	3	2,2
Russie	9	4,0	11	4,1	3	2,2
Ulster	14	6,2	15	5,6	10	7,4
Indonésie	11	4,8	11	4,1	10	7,4
Soudan	1	0,4	3	1,1	1	0,7
Philippines	1	0,4	3	1,1	—	—
Total*	227	82,4	266	81,5	135	82,8

*Nous n'avons retenu que les pays ayant fait l'objet de nouvelles au moins trois fois sur une des trois chaînes. Le total est celui de la liste exhaustive des pays traités.

Nous constatons que la proximité joue pour beaucoup dans la couverture des nouvelles internationales puisque les Etats-Unis sont de loin le pays le plus couvert

par les trois chaînes. TVA en a parlé 49 fois (36,3%), la SRC, 73 fois (32,2%) et la CBC, 77 fois (28,9%). L'affaire Lewinski n'est probablement pas étrangère à toute cette attention.

La Grande-Bretagne est le deuxième pays à qui la CBC accorde le plus d'attention avec 21 reportages. À la SRC et au réseau TVA ce pays a fait l'objet de respectivement huit et quatre nouvelles. Dans ce cas-ci, nous pouvons parler d'une plus grande proximité culturelle entre la CBC et l'Angleterre qu'entre les deux chaînes françaises et ce même pays. L'accord de paix historique et le référendum en Ulster n'ont cependant pas été négligés dans la couverture des deux réseaux français. Les trois réseaux en ont parlé dans des proportions similaires bien que le réseau TVA ait produit moins de nouvelles à ce sujet. L'Ulster et la France ont reçu une attention équivalente à la SRC, soit 14 topos. TVA et la CBC ont accordé à la France neuf nouvelles chacun. En proportion, c'est cependant la CBC qui en parle le moins. La CBC s'intéresse dans les mêmes proportions à la France que la SRC à l'Angleterre (en excluant l'Ulster). Rappelons que la France a été l'hôte cette année de la coupe mondiale de soccer, un des événements sportifs les plus importants au monde.

En raison de la situation politique en Indonésie (manifestations étudiantes et démission de Suharto), ce pays a fait l'objet de 11 reportages aux deux chaînes publiques et de 10 à TVA. Les essais nucléaires en Inde et au Pakistan ont été plus couverts par la CBC et c'est TVA qui s'y est le moins intéressé. Le réseau privé n'a également pas fait beaucoup de cas de la crise politique en Russie et en Israël contrairement aux deux chaînes publiques. La SRC et la CBC démontrent un intérêt similaire pour les pays de l'Amérique centrale et du sud tandis que le réseau TVA n'en parle que très peu.

Nous remarquons que de façon générale, les chaînes suivent le courant des coups d'éclat internationaux. Les pays les plus couverts sont ceux où des événements d'importance se sont produits. Les États-Unis dominent sans surprise, et ce à tous les réseaux, le palmarès des pays les plus couverts. Notons cependant que les États-Unis

alimentent beaucoup la rubrique «Faits divers» de l'actualité internationale puisque 64% des nouvelles américaines entrent dans cette catégorie à la SRC, 59% à la CBC et 65% au réseau TVA. Alors que des événements précis, en majorité politiques, marquent la couverture médiatique de la plupart des pays, celle des Etats-Unis est beaucoup plus vaste. Scandales sexuels à la Maison-Blanche, meurtres et décès, catastrophes naturelles, les «grands» faits divers américains s'inscrivent naturellement dans l'information canadienne. De par leur proximité, ces événements sont également peu coûteux à produire.

Le réseau TVA se préoccupant peu de l'actualité internationale, il n'est pas étonnant de constater que la SRC a beaucoup plus de points en commun avec la CBC, qu'avec la chaîne privée et ce autant au niveau des catégories de nouvelles que des pays couverts. Nous remarquons cependant que lorsqu'il est question à ce chapitre d'événements d'importance (comme en Ulster, en Inde, en Indonésie, en France et au Pakistan), la logique du mimétisme s'applique. Toutes les chaînes, peu importe leur statut et leur langue, sont à la remorque des grands changements politiques de ce monde.

Chapitre 6

Le Canada des nouvelles télévisées

En 1987, Jean de Bonville remarquait qu'à la SRC, 40% des nouvelles traitaient du Canada, 50% provenaient du Québec et que seulement 10% s'intéressaient aux autres provinces. À la CBC, ces proportions étaient de 50,8% pour le Canada, de 18,1% pour le Québec et de 31,1% pour les autres provinces. La carte géographique des nouvelles télévisées que nous dressons en 1998 est sur plusieurs points différente de celle de De Bonville. En raison des différences méthodologiques, nous ne nous avancerons pas dans une étude comparative entre les deux recherches. Il est cependant intéressant de constater que la place du Québec à l'intérieur des nouvelles à la chaîne française de Radio-Canada s'est considérablement accrue au cours des dernières années. Deux facteurs peuvent expliquer ce changement. Premièrement, depuis 1991, la chaîne publique n'est plus tenue de promouvoir l'unité nationale à l'intérieur de sa programmation. Deuxièmement, la forte concurrence avec le réseau TVA oblige la SRC à jouer la carte de la proximité. Nous nous attarderons donc dans ce chapitre à la place que prend chaque région du Canada dans les journaux télévisés. Nous analyserons par la suite l'emploi des références identitaires dans le discours des chefs d'antenne, des locuteurs et des journalistes ainsi que l'usage des symboles nationaux dans les images.

1- Les provinces

Tableau 12
Distribution du temps et du nombre en % accordés
aux provinces dans les nouvelles télévisées

	SRC			CBC			TVA		
	N% (N)	Tsec%	Tmoyen	N% (N)	Tsec%	Tmoyen	N% (N)	Tsec%	Tmoyen
Canada	18,0 (112)	16,9	102	28,1 (161)	22,9	93	12,0 (92)	12,1	92
Québec	64,4 (401)	66,0	111	16,2 (93)	16,5	116	81,6 (627)	81,6	91
Ontario	7,5 (47)	7,8	112	20,4 (117)	23,2	129	3,8 (29)	3,6	88
Colombie- Britannique	2,4 (15)	1,9	84	10,8 (62)	11,1	116	0,5 (4)	0,5	92
Alberta	3,0 (19)	3,1	109	9,8 (56)	10,3	119	0,5 (4)	0,4	77
Saskatchewan	0,2 (1)	0,2	137	2,3 (13)	2,2	108	—	—	—
Manitoba	0,3 (2)	0,4	140	2,8 (16)	4,0	162	—	—	—
Nouveau- Brunswick	1,8 (11)	1,3	80	3,3 (19)	3,3	113	0,4 (3)	0,4	94
Nouvelle- Écosse	1,1 (7)	1,1	104	3,1 (18)	3,1	114	0,8 (6)	0,8	94
Terre-Neuve	1,1 (7)	1,2	119	2,4 (14)	2,8	130	0,4 (3)	0,5	121
Ile-du-Prince- Édouard	0,2 (1)	0,0	24	0,3 (2)	0,1	19	—	—	—
TNO	—	—	—	0,3 (2)	0,5	167	—	—	—
Total	100 (623)	100 (67432)	108	100 (573)	100 (65135)	114	100 (768)	100 (69944)	91

Le Québec est omniprésent dans les nouvelles télévisées aux deux chaînes françaises. C'est plus de 80% des topos qui proviennent du Québec à TVA et plus de 60% à la SRC. Cette proportion n'est que de 16,2% à la CBC. Le Canada¹⁰⁶ fait l'objet de

¹⁰⁶ Nous incluons dans la région «Canada» les nouvelles en provenance de la capitale fédérale et celles ne touchant pas une province en particulier et concernant tout le pays. Par exemple, les nouvelles sur le taux de chômage au pays entrent dans cette catégorie. Notons également qu'une nouvelle peut concerner plus qu'une région.

18,0% des nouvelles à la SRC, de 28,0% à la CBC et de 12,0% à TVA. L'Ontario est la province anglophone à laquelle les trois chaînes accordent le plus d'attention, dans une plus large mesure bien sûr à la CBC. La différence entre la proportion des nouvelles sur le Québec et l'Ontario n'est pas énorme à la CBC. La province de Québec est la région la plus représentée dans *The National* après le Canada et l'Ontario. La Colombie-Britannique et l'Alberta récoltent les plus hauts pourcentages aux deux chaînes publiques, après le Québec et l'Ontario. Les autres provinces n'attirent que très peu d'attention. Toutes les provinces anglophones reçoivent une plus grande couverture à la CBC qu'à la SRC. Mis à part l'Ontario, les provinces anglophones sont négligées à TVA. Rappelons cependant que TVA est une chaîne régionale et qu'elle ne diffuse pas à la grandeur du pays comme ses deux homologues. Son auditoire est donc exclusivement québécois. En 1999, cette situation sera appelée à changer puisque TVA diffusera également à l'échelle du pays.

Bien que nous supposions la prédominance du Québec dans les nouvelles télévisées à la SRC et à TVA, nous ne nous attendions pas à une présence aussi forte et démesurée par rapport aux nouvelles canadiennes et des autres provinces. Comparativement à 1977 et 1987, la place du Québec dans les journaux télévisés francophones s'est fortement accrue et elle a légèrement diminué à la chaîne anglophone, comme en témoigne les chiffres tirés de l'étude de Siegel et de de Bonville.¹⁰⁷ La proportion des nouvelles en provenance du Québec à la SRC est de 52% en 1977 et de 50% en 1987. À la CBC, elle est de 18% en 1977 et 1987.

Nous nous sommes penchés plus particulièrement sur la représentation des provinces dans les nouvelles politiques. Nous avons regroupé les trois champs d'activités provinciaux (gouvernement, parlement et partis) et nous avons divisé le Canada en quatre régions: Québec, Ontario, provinces de l'Est et de l'Ouest.

¹⁰⁷ De Bonville et Vermette, *op.cit.*

Nous remarquons une fois de plus la forte présence du Québec dans les nouvelles politiques à la SRC et à TVA. La CBC a pour sa part accordé une plus grande importance aux provinces de l'Ouest qu'aux autres régions. Le Québec arrive en seconde place, loin devant l'Ontario. Ce résultat s'explique par la candidature de Jean Charest à la direction du PLQ qui a elle seule a fait l'objet de 24 reportages à la CBC. Ce sont les provinces de l'Est qui sont les plus négligées dans les nouvelles anglaises puisque toutes réunies, elles récoltent le même nombre de topos que l'Ontario.

Tableau 13
Distribution des activités provinciales
selon les provinces

Activités provinciales	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Québec	107	84,2	28	31,4	128	92,1
Ontario	6	4,7	12	13,5	5	3,6
Provinces de l'Est	7	5,5	13	14,6	4	2,9
Provinces de l'Ouest	7	5,5	36	40,4	2	1,4
Total	127	100	89	100	139	100

Ces résultats démontrent clairement que la SRC applique dans sa représentation des régions la logique du marché plutôt que celle du mandat. La représentation des régions autres que le Québec y est très faible. Nous ne pouvons par contre affirmer que le Québec est sous représenté dans les nouvelles anglaises puisque la province est de loin, après l'Ontario, celle à qui on accorde le plus de visibilité. Par contre, sans l'éventuelle arrivée de Jean Charest à la tête du PLQ, le nombre de nouvelles en provenance du Québec serait beaucoup moins élevé. La politique québécoise en temps normal n'attire que très peu l'attention de la CBC. Sur un total de 28 nouvelles politiques, 24 concernaient la chefferie du PLQ. (voir tableau 7). On peut donc supposer que du mois d'avril au mois de juin, le Québec a fait l'objet d'au plus quatre nouvelles. La SRC de son côté fait dans ces nouvelles politiques une place équivalente à l'Ontario et aux provinces de l'Est et de l'Ouest. Cependant, en raison

du nombre de nouvelles, cette attention est marginale. La couverture du Québec à TVA est encore plus grande qu'à la SRC. Nous pouvons donc croire qu'en raison de la logique du marché et de la forte concurrence entre TVA et la SRC, la couverture des provinces à la chaîne publique française se rapproche beaucoup plus de la chaîne privée que de la chaîne anglaise. Or, le guide de normes et pratiques journalistiques de Radio-Canada stipule ceci:

(...) on ne doit pas accorder un poids indu aux points de vue d'une région particulière du pays. La programmation ne peut se limiter à ce que veulent savoir les auditoires les plus importants; elle doit comprendre ce que le public a le droit et le besoin de connaître. Cela n'implique pas une indifférence à l'égard des attentes des auditoires mais la reconnaissance de la nécessité d'une information complète.¹⁰⁸

Nos résultats démontrent clairement que la SRC reflète plutôt la globalité québécoise que canadienne. La représentation des provinces bien que plus équilibrée à CBC est également sensible à l'importance des auditoires puisque les provinces les plus importantes font l'objet de plus de nouvelles. Le poids du Québec dans les nouvelles anglaises n'est certes pas relié aux cotes d'écoute mais plutôt à la question nationale. En 1977, Siegel croyait qu'en raison de l'importance du Québec pour l'avenir constitutionnel du pays, cette région était négligée dans les nouvelles télévisées anglaises: «En considérant la très grande proportion des nouvelles traitant de politique et l'importance des affaires du Québec dans la politique canadienne actuelle, on peut prétendre que la couverture du Québec est faible dans les bulletins en anglais.»¹⁰⁹

Selon nos résultats, cette conclusion s'applique toujours aujourd'hui. Il ne faut cependant pas perdre de vue que tout comme la SRC, la CBC est motivée par la logique du marché et qu'une trop grande attention accordée au Québec pourrait paraître injustifiée aux yeux des téléspectateurs anglophones. Tout comme trop d'intérêt pour le reste du Canada irriterait l'auditoire francophone de Radio-Canada. Même avec plus de 60% de nouvelles québécoises, certains jugent le contenu du

¹⁰⁸ Société Radio-Canada, *Normes et pratiques journalistiques*, op.cit., 30.

¹⁰⁹ Siegel (b), op.cit., 37.

téléjournal à la SRC trop «canadien».¹¹⁰ Cependant, la SRC accorde seulement 17,6% de ses nouvelles aux autres provinces canadiennes. À la CBC, 16,5% des nouvelles traitent du Québec. L'attention accordée à la minorité linguistique de chaque réseau est sensiblement la même. Il est vrai par contre que le réseau privé s'intéresse beaucoup moins que la SRC aux provinces anglophones (6,4%). Le statut public de la SRC explique cette différence de 10 points avec le réseau TVA. Il justifie également la différence de pourcentage pour les nouvelles en provenance de la capitale fédérale (voir catégorie Canada, tableau 12) bien que le Québec y soit souvent représenté.

Tableau 14
Représentation du Québec et du reste du Canada
dans les nouvelles télévisées

Le Québec et le reste du Canada	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Québec	401	64,4	93	16,3	627	81,6
ROC	222	35,6	480	83,7	141	18,4
Total	623	100	573	100	768	100

Nous avons appliqué le test du V de Cramer au tableau 14 afin de voir comment le degré d'association varie d'une paire à l'autre. En raison de nos résultats, nous stipulons que le coefficient d'association sera beaucoup plus élevé entre la SRC et CBC qu'entre la SRC et TVA et que le V de Cramer entre SRC et CBC sera plus fort qu'entre TVA et CBC:

$$V_{TVA/CBC} > V_{SRC/CBC} > V_{SRC/TVA}$$

¹¹⁰ À ce sujet, Pierre Vadeboncoeur écrivait dans Le Devoir du 23 octobre 1998 que l'information à Radio-Canada devient «proprement imbuivable». «Du canadien jusqu'à plus soif», ajoute-t-il.

Tableau c
Coefficient d'association calculé sur l'entité
géographique Québec et ROC

V de Cramer			
	SRC/CBC	SRC/TVA	TVA/CBC
Québec et ROC	0,48	0,19	0,65

Le coefficient d'association est plus de deux fois plus élevé entre la SRC/CBC qu'entre la SRC/TVA et il est plus de trois fois plus élevé entre la TVA/CBC qu'entre la SRC/TVA. Ces résultats démontrent clairement que la langue de diffusion a une bien plus grande incidence sur la répartition des provinces dans les nouvelles que le statut juridique du télédiffuseur puisque le V de Cramer de la TVA/CBC démontre une relation presque parfaite et qu'elle est presque nulle entre la SRC et TVA. Ces résultats sont dus à la forte présence du Québec dans les nouvelles télévisées françaises.

2- Les références identitaires

Le discours des journalistes, locuteurs et présentateurs traduit également la réalité canadienne des nouvelles télévisées. Nous avons introduit dans notre grille d'analyse un indicateur qui relève plus de l'analyse discursive que de contenu. Afin de voir comment chaque réseau compose avec «l'appellation identitaire» du Québec et du Canada, nous avons tenu compte de la récurrence des mots se rapportant à chacun de ces vocables. Cette méthode est systématique et objective et ne tient donc pas compte du contexte dans lequel ces mots sont utilisés. Les conclusions que nous pouvons tirer de cette analyse demeurent donc limitées.

Les mots «Québec» et «Canada» font directement référence à la province et au pays. Précisons que les références aux gouvernements québécois et canadien dans les termes «Ottawa» et «Québec», (ex: Ottawa a décidé d'indemniser...) entrent dans cette première catégorie. Les substantifs «Québécois» et «Canadiens» désignent les deux populations (ex: Les Québécois croient que...) mais sont également pris comme

adjectifs (ex: Les entreprises canadiennes se classent...). Enfin, les vocables «National Canada» et «National Québec» font en général référence aux institutions publiques (ex: l'Office national du film, Statistique Canada).

Tableau 15
Distribution des références identitaires
des journalistes, des locuteurs et des chefs d'antennes

Journalistes	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Québec	122	36,5	67	17,1	88	44,6
Québécois	40	12,0	22	5,6	34	17,3
Canada	91	27,2	148	37,7	40	20,3
Canadiens	71	21,3	144	36,7	34	17,3
National – Canada	9	2,7	10	2,6	1	0,5
National – Québec	1	0,3	1	0,3	—	—
Total	334	100	392	100	197	100
Locuteurs	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Québec	63	40,4	31	16,9	51	33,3
Québécois	24	15,4	5	2,7	32	20,9
Canada	39	25,0	68	37,2	36	23,5
Canadiens	26	16,7	76	41,5	33	21,6
National – Canada	3	1,9	3	1,6	1	0,6
National – Québec	1	0,6	—	—	—	—
Total	156	100	183	100	153	100
Présentateur	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Québec	75	36,8	38	13,6	56	40,3
Québécois	36	17,6	6	2,2	23	16,5
Canada	45	22,0	131	46,9	34	24,4
Canadiens	41	20,1	99	35,5	25	18,0
National – Canada	5	2,5	3	1,1	1	0,7
National – Québec	2	1,0	2	0,7	—	—
Total	204	100	279	100	139	100

Nous remarquons que le réseau TVA est beaucoup moins porté sur les appellations identitaires que la SRC et la CBC. Les journalistes et les chefs d'antenne du réseau privé font beaucoup moins référence au Canada et au Québec dans leur discours que ceux de la société d'État. Ne contrôlant par contre pas la parole des locuteurs, ceux-ci utilisent au total les référents identitaires dans une proportion comparable à celle des locuteurs de la SRC. La CBC évoque le Canada de façon beaucoup plus forte dans son discours que la SRC. À la chaîne française c'est le Québec surtout qui prime, tout comme à TVA. Cependant, si l'on regroupe les référents en deux catégories (Québec/Canada), les journalistes à la SRC ont presque autant recours aux vocables canadiens qu'aux vocables québécois.

Tableau 15.1
Distribution des références identitaires
se rapportant au Québec et au Canada

	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Québec	364	52,4	172	20,1	284	58,1
Canada	330	47,6	682	79,9	205	41,9
Total	694	100	854	100	489	100

Pour avoir une meilleure idée de la place du Québec dans le discours identitaire à la CBC, il aurait fallu tenir compte de toutes les provinces. Cependant, nous remarquons tout de même une très forte référence au Canada comparativement à la SRC et à TVA. De façon générale, la SRC et TVA ont recours aux références identitaires dans des proportions plus similaires que la chaîne anglaise. Il ressort également que la chaîne privée fait beaucoup moins appel au total aux substantifs identitaires que les deux chaînes publiques.

3- Les symboles nationaux

Les drapeaux, emblèmes et édifices publics sont chargés d'un sens qui rappelle à la communauté son identité nationale.¹¹¹ Au Canada et au Québec, cette symbolique s'exprime principalement à travers les drapeaux canadien et québécois ou la feuille d'érable et la fleur de lys. Ces symboles servent également de porte étendard aux fédéralistes et aux souverainistes. L'allégeance à ces symboles peut parfois faire surgir des débats houleux, chargés d'émotion, comme l'ont démontré les Réformistes qui voulaient être libres d'afficher leur attachement au drapeau canadien en Chambre.

Dans les informations télévisées, les journalistes et présentateurs ont recours aux images pour illustrer leur propos. Nous avons voulu voir dans quelle mesure les symboles nationaux étaient utilisés pour illustrer les commentaires de ces derniers. Pour ce faire, nous avons tenu compte des symboles suivants : drapeau canadien et québécois; feuille d'érable et fleur de lys ainsi que l'architecture du Parlement, de l'Assemblée nationale et de la Cour suprême et les cartes du Québec et du Canada.

¹¹¹ Braud, Philippe, *Sociologie politique*, Librairie générale de droit et de jurisprudence, Paris, 1992, 98.

Tableau 16
Les symboles nationaux

Images	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Drapeau canadien	75	38,3	97	54,5	61	43,3
Drapeau québécois	69	35,2	37	20,8	66	46,8
Feuille d'érable	9	4,6	10	5,6	—	—
Fleur de lys	14	7,1	5	2,8	5	3,5
Parlement – extérieur	17	8,7	17	9,6	5	3,5
Ass.nationale – ext.	6	3,1	3	1,7	2	1,4
Cour suprême	2	1,0	3	1,7	1	0,7
Carte du Canada	2	1,0	5	2,8	1	0,7
Carte du Québec	2	1,0	1	0,5	—	—
Total	196	100	178	100	141	100

La SRC est la chaîne qui a le plus souvent recours aux symboles nationaux et TVA le moins. Le drapeau canadien et québécois apparaissent dans des proportions semblables à la SRC, tout comme à TVA. La CBC expose plus souvent le drapeau canadien que les deux autres chaînes. Le drapeau québécois est apparu 37 fois aux nouvelles anglaises. C'est la SRC qui a le plus utilisé la fleur de lys, autrement que sur le drapeau québécois, dans ses images. Le réseau TVA n'a pas eu recours à la feuille d'érable. Les édifices publics sont beaucoup moins montrés à l'écran que les drapeaux. Le Parlement a été montré 17 fois aux deux chaînes publiques et seulement cinq fois au réseau privé. L'Assemblée nationale n'apparaît pas souvent aux nouvelles : six fois à la SRC, trois fois à la CBC et deux à TVA. Nous pouvons conclure que la CBC a recours dans une plus grande proportion aux symboles canadiens que les deux chaînes françaises. Tout comme pour les références identitaires, le réseau TVA montre moins de symboles nationaux dans ses images que la SRC et CBC.

Chapitre 7

Les locuteurs dans les nouvelles télévisées

Les gens imputent beaucoup plus facilement un acte à son auteur qu'à une situation et c'est cette «personnalisation des faits» qui est le plus souvent présentée dans les nouvelles télévisées. Ce mode d'identification et de projection permet de capter l'attention du téléspectateur en jouant sur son empathie. Selon Arnaud Mercier, l'imputation personnelle fait appel au sens commun et c'est pour cette raison que la présentation des enjeux sociaux et politiques est constamment personnalisée.¹¹²

La personnalisation des faits passe beaucoup par la parole des intervenants. Afin de bien faire comprendre son message, le journaliste laissera dans ses reportages la parole à des individus exprimant leur point de vue. Ne s'exprime cependant pas qui veut dans les nouvelles télévisées. Le reporter décide qui prendra la parole. Le politicien, locuteur privilégié du téléjournal, connaît bien la valeur de ce temps d'antenne gratuit. Les groupes sociaux, représentants syndicaux et gens d'affaires savent également qu'une apparition au journal télévisé peut être un gage de crédibilité et de notoriété.

Dans la sphère publique, il y a par contre des groupes d'individus plus représentés que d'autres. Afin de pouvoir départager quels groupes accaparent le plus et le moins l'attention des médias, nous avons tenu compte de tous les locuteurs ayant pris la parole au journal télévisé, mis à part ceux des nouvelles internationales. Nous avons également pour tous chronométré leur temps de parole. Nous avons ensuite classé les intervenants selon les catégories suivantes : politiciens, experts, citoyens, leaders d'opinion, gestionnaires publics et privés.¹¹³

¹¹² Mercier, Arnaud, *op. cit.*, 247.

¹¹³ Les experts regroupent les universitaires et les spécialistes. Les leaders d'opinions représentent en majorité les porte-parole d'organismes et les représentants syndicaux. Les gestionnaires publics font référence aux fonctionnaires et aux maires et les gestionnaires privés représentent les entrepreneurs.

1- La représentation des locuteurs

La CBC fait intervenir en moyenne plus de locuteurs dans ses nouvelles que les deux autres chaînes. Le nombre moyen de locuteurs par nouvelle est de 3,2 à la CBC, de 2,1 à la SRC et de 1,6 à TVA. Au réseau privé, le nombre d'interventions par reportage est moins élevé, en raison de la plus courte durée des nouvelles, mais le temps de parole est cependant plus long à TVA qu'aux deux autres chaînes. La moyenne des interventions est de 13,8 secondes à TVA, de 11,7 à la SRC et de 10,2 à la CBC. Au réseau TVA, les interventions accaparent 31% du temps total du reportage tandis qu'aux deux chaînes publiques cette proportion est de 25%. Les journalistes de la chaîne privée laissent donc plus la parole aux intervenants que ceux des deux chaînes publiques qui se gardent plus de temps pour leur commentaire journalistique.

Tableau 17
Répartition des interventions et du temps
de parole des locuteurs

Locuteurs	SRC			CBC			TVA		
	N% (N)	Tsec%	Tmoyen	N% (N)	Tsec%	Tmoyen	N% (N)	Tsec%	Tmoyen
Politiciens	35,0 (446)	32,3	10,8	31,7 (426)	31,2	10,1	27,6 (377)	28,0	14,0
Experts	8,8 (112)	10,5	14,0	10,1 (136)	13,9	14,0	7,5 (102)	10,7	19,8
Citoyens	18,9 (241)	14,4	8,9	28,8 (388)	24,0	8,5	28,9 (395)	23,7	11,3
Leaders d'opinion	12,4 (158)	13,6	12,9	11,0 (148)	11,3	10,5	10,5 (143)	10,8	14,3
Gest. public	16,0 (204)	18,5	13,6	12,5 (168)	13,0	10,6	16,5 (226)	17,6	14,7
Gest. privé	9,0 (115)	10,8	13,9	5,9 (79)	6,6	11,4	9,0 (124)	9,2	14,0
Total	100 (1276)	100 (14952)	11,7	100 (1345)	100 (13719)	10,2	100 (1367)	100 (18861)	13,8

Si nous comparons la durée moyenne des interventions des locuteurs dans les nouvelles canadiennes à celle des nouvelles américaines et européennes, nous constatons que la pratique journalistique d'ici s'apparente plus, à ce niveau, à la

méthode américaine. Le temps moyen des interventions est de 27,4 secondes en Suisse, de 26,4 en Belgique et de 16,4 en France¹¹⁴ tandis qu'il est de 14,8 aux États-Unis.¹¹⁵ Les journalistes européens, mis à part les Français, se font plus discrets dans leur reportage tandis que les reporters américains et canadiens prennent plus de place de par leur récit et leur commentaire.

1.1 Les politiciens

Le politicien est le locuteur le plus sollicité de tous. C'est la SRC (35%) qui lui laisse le plus souvent la parole et TVA (27,6%), le moins. Bien que les politiciens interviennent plus souvent que les autres, leur temps de parole moyen n'est cependant pas plus long. Même qu'à la SRC, exception faite du citoyen, la longueur des interventions du politicien est beaucoup plus courte que les autres. Les journalistes de la chaîne publique française seraient donc portés à restreindre un peu plus la parole des politiciens pour laisser une plus grande place à leur récit. C'est le réseau privé qui laisse en moyenne le plus de temps de parole aux politiciens. L'écart est également grand entre la moyenne de TVA et celle des deux chaînes publiques, soit environ quatre secondes.

1.2 Les citoyens

Les citoyens sont le deuxième groupe de locuteurs qui interviennent le plus aux trois chaînes télévisées. Cependant, CBC et TVA leur accorde une bien plus grande importance (29%), que la SRC (18,9%). De plus, la chaîne publique française laisse en terme de temps plus de place aux gestionnaires publics qu'aux citoyens. Le temps de parole moyen des citoyens est plus grand au réseau TVA qu'aux deux chaînes publiques. Par contre, le laps de temps moyen des représentants de la société civile est le plus court de tous les groupes et ce aux trois journaux télévisés. Bien que la CBC et TVA fassent souvent intervenir les «gens ordinaires», les deux réseaux, tout

¹¹⁴ Monière, Denis, *op.cit.*, 87.

comme la SRC, restreignent cependant leurs interventions dans le temps, comparativement aux autres locuteurs. Présentés de façon plus expéditive que la moyenne, les commentaires des simples citoyens sont donc beaucoup moins valorisés que ceux des politiciens ou des gestionnaires publics.

Tandis que les citoyens interviennent surtout dans les nouvelles politiques à la CBC (40%), ils prennent le plus souvent la parole dans les faits divers à TVA (50%). Seulement 15,7% des citoyens interviennent dans des nouvelles politiques au réseau privé. Cette proportion est de 29% à la SRC. C'est majoritairement dans les nouvelles économiques et sociales que les citoyens s'expriment (36,3%) à la chaîne publique française. On voit bien qu'à TVA la sphère publique et civile est séparée puisque peu de citoyens interviennent dans les reportages à caractère politique. La CBC fait beaucoup plus interagir les citoyens dans les nouvelles politiques. La SRC se situe entre les deux mais en terme de chiffre absolu, elle se rapproche beaucoup plus de TVA. Le nombre de citoyens ayant pris la parole dans les reportages politiques est de 71 à la SRC, 62 à TVA et de 108 à la CBC.

1.3 Les experts

Les experts apparaissent comme les locuteurs les moins sollicités aux deux chaînes françaises. Le langage non accessible des scientifiques et des intellectuels alourdit la formule simplifiée du journal télévisé. Le discours du journaliste se conjugue mal avec celui de l'expert.¹¹⁶ Celui du premier est plutôt axé sur l'immédiat, le général et le concret tandis que celui du second est souvent plus nuancé, détaillé et précis. Le faible niveau d'attention des téléspectateurs n'incitent pas non plus les journalistes à recourir aux explications des experts.¹¹⁷ Pour ces raisons, seulement 8,8% des locuteurs sont des spécialistes à la SRC et 7,5% au réseau TVA. Les experts sont un peu plus nombreux à la CBC avec un pourcentage de 10,1%. Cependant, aux trois

¹¹⁵ Lévêque, Alexandre, *La représentation du politique dans l'information télévisée: une comparaison entre les réseaux Radio-Canada et CBS*, mémoire de maîtrise, Université de Montréal, 1998, 112.

¹¹⁶ Mercier, *op. cit.*, 245.

¹¹⁷ *Ibid.*, 246.

chaînes, ils détiennent le temps de parole moyen le plus long, soit 14 secondes aux deux chaînes publiques et 20 secondes à TVA. Le réseau privé, comme nous l'avons déjà mentionné, a souvent fait appel à des experts en studio, ce qui explique ce temps de parole plus long. La proportion en temps est moins élevée chez les gestionnaires privés que chez les experts ou à peu près équivalente.

1.4 Les leaders d'opinion

Les leaders d'opinion parlent au nom des autres. La plupart du temps, ils représentent un groupe de la société civile. Les travailleurs, les étudiants, les malades, les plus démunis, les militants se font souvent entendre au téléjournal par la voie d'un porte-parole. Les citoyens apparaissent par contre plus souvent aux nouvelles que les leaders d'opinion. La SRC laisse une plus grande place aux porte-parole que la CBC et le réseau TVA. Principalement, les leaders d'opinion interviennent dans les nouvelles politiques dans une proportion de 45% à la SRC et de 49% à la CBC. Dans les nouvelles économiques et sociales ces proportions sont respectivement 38% et 26%. Au réseau TVA, 42% des leaders d'opinion prennent la parole dans les nouvelles politiques et 45% dans les nouvelles sociales. À la SRC et à TVA, les citoyens et les leaders d'opinion interviennent autant les uns que les autres, en chiffre absolu, dans les nouvelles politiques. À la CBC, les citoyens sont beaucoup plus présents que les porte-parole. Les premiers représentent 18% de tous les locuteurs qui s'expriment dans les nouvelles politiques et les derniers, 10%. À la SRC et à TVA, ces proportions sont de 11 et 10% pour les citoyens et de 10% pour les porte-parole. Si nous regroupons citoyens et leaders d'opinion, nous pouvons alors affirmer que la société civile prend une place importante dans les nouvelles politiques.

1.5 Les gestionnaires publics et privés

Les gestionnaires publics apparaissent souvent dans les journaux télévisés, contrairement aux gestionnaires privés. Les premiers sont le troisième groupe le plus vu aux trois réseaux. Ils représentent environ 16% des locuteurs aux deux chaînes françaises et 12,5% au réseau anglais. Leurs interventions se répartissent principalement dans les nouvelles politiques et économiques. Les gestionnaires privés quant à eux sont le groupe de locuteurs le moins présent dans les nouvelles anglaises. Ils sont un peu plus nombreux aux deux chaînes françaises bien que presque à égalité avec les experts à la SRC. C'est au réseau TVA qu'ils sont le plus sollicités.

Nous ne pouvons affirmer que la SRC se rapproche plus de la CBC ou de TVA concernant la représentation des locuteurs aux informations télévisées. Parfois, elle est plus près de CBC et d'autres fois de TVA. La plupart du temps même, les trois réseaux à la fois présentent un portrait semblable. Le statut et la langue du télédiffuseur n'auraient donc pas d'effet sur le profil des intervenants au journal télévisé.

Afin de vérifier les conclusions auxquelles nous arrivons, nous avons effectué le test du V de Cramer sur les locuteurs. Nous avons à cet effet réduit le nombre de catégories d'intervenants. Nous avons gardé les catégories «politiciens» et «citoyens» et nous avons joint à la rubrique «expert» celles des leaders d'opinion et des gestionnaires publics et privés. Si nos observations s'avèrent juste, le coefficient d'association des trois chaînes devraient être d'une intensité presque équivalente:

$$V_{SRC/CBC} = V_{SRC/TVA} = V_{TVA/CBC}$$

Tableau d
Coefficient d'association calculé sur
les locuteurs

V de Cramer			
	SRC/CBC	SRC/TVA	TVA/CBC
Locuteurs	0,12	0,12	0,04

Le V de Cramer entre la SRC/TVA et SRC/CBC est d'intensité égale. L'association est cependant presque nulle entre TVA et CBC. Ces deux chaînes ont donc plus de points en commun dans la représentation des locuteurs entre elles qu'avec la SRC. Le réseau TVA étant un réseau privé français et la CBC, une chaîne publique anglaise, nous pouvons donc de nouveau affirmer que le statut et la langue du diffuseur n'a pas d'incidence sur le choix des locuteurs dans les nouvelles.

2- La langue des locuteurs

Nous avons voulu comparer dans quelle proportion à chaque réseau les locuteurs s'exprimaient en français et en anglais. C'est bien sûr la langue seconde et non la langue première de chaque chaîne que nous désirons mettre en évidence. Nous avons voulu voir comment chaque réseau composait avec le bilinguisme des locuteurs dans ses nouvelles télévisées. Nous avons également voulu comparer le temps de parole moyen alloué à un locuteur qui s'exprimait en français et à un autre parlant anglais selon la langue du réseau.

Tableau 18
Répartition de la langue d'usage des locuteurs

	SRC			CBC			TVA		
	N%	Tsec%	Tmoyen	N%	Tsec%	Tmoyen	N%	Tsec%	Tmoyen
Français	88,3	93,5	12,4	3,8	2,0	6	95,4	97,3	14,1
Anglais	11,7	6,5	6,5	96,2	98,0	10	4,6	2,7	8,1
Total	100	100	12	100	100	10	100	100	14

La SRC est la chaîne qui laisse le plus de place aux locuteurs s'exprimant dans la langue seconde du réseau et ce autant en terme de nombre d'interventions que de temps. La CBC et TVA se ressemblent beaucoup à cet égard ne laissant pratiquement pas la parole aux locuteurs de l'autre langue.. La SRC tolère beaucoup plus que TVA les interventions en anglais. Elle laisse également plus souvent la parole aux locuteurs s'exprimant en anglais que la CBC, aux locuteurs s'exprimant en français. En majorité, ce sont surtout les politiciens qui s'expriment en anglais aux deux chaînes françaises. Cinquante pour cent des locuteurs parlant anglais sont des politiciens à la SRC et 48% au réseau TVA. Les citoyens représentent 19% des anglophones aux deux réseaux. À la CBC, c'est plutôt le contraire : la majorité des francophones (42%) sont des citoyens et seulement 21%, des politiciens.

Le temps de parole alloué aux locuteurs parlant l'autre langue que celle du télédiffuseur est beaucoup plus court que celui de ceux s'exprimant dans la langue première. Cette variation est due au fait qu'après quelques secondes de parole, les propos du journaliste se superposent en général à ceux du locuteur afin de traduire ce qu'il est en train de dire.

Nous constatons que la CBC et le réseau TVA agissent sensiblement de la même manière envers les locuteurs parlant une autre langue que celle du télédiffuseur. La SRC fait bande à part en étant plus tolérante avec les anglophones que TVA et que CBC envers les francophones. La différence entre TVA et SRC est due au fait que le

réseau privé diffuse moins de nouvelles en provenance de la capitale fédérale que la chaîne publique française.

Chapitre 8

La parole politique

Les journalistes parlementaires et les politiciens arrivent au fil du temps à prévoir le comportement des uns et des autres. Le journaliste adopte une routine dans son travail qui devient prévisible pour le politicien aguerri: «La capacité d'une source d'influencer la production des nouvelles est directement liée à sa compréhension des normes et routines journalistiques».¹¹⁸ Les journalistes sont cependant bien au courant de cette «faille» puisqu'eux-mêmes arrivent à prévoir les comportements de leurs confrères.

Le reporter parlementaire doit lutter contre l'incertitude dans son «processus de prise de décision».¹¹⁹ Pour cette raison, il développera des mécanismes qui lui éviteront stress et erreur. Il fera affaire, entre autres, avec des «sources rentables sur le plan journalistique». Jean Charron a identifié six critères dans la sélection et la hiérarchisation des sources rentables : 1) *la productivité de la source*; 2) *sa crédibilité et sa fiabilité*; 3) *sa visibilité sociale et son capital social*; 4) *son degré d'autorité et d'expertise*; 5) *sa proximité sociale et géographique*; 6) *sa facilité à s'exprimer clairement et convenablement devant les médias et son niveau de langage*.¹²⁰

En général, ce sont les sources officielles, les experts, les leaders d'opinion et les politiciens qui possèdent la plupart de ces attributs. Par conséquent, les mêmes visages apparaissent souvent au téléjournal. Dans la classe politique, les chefs et les ministres sont les plus souvent approchés. Selon certains, cette routine dans la pratique journalistique favorise plus la fonction de transmission d'information que la fonction de critique.¹²¹ Le journaliste parlementaire puise toujours son information aux mêmes endroits, auprès des mêmes individus, dans des conditions presque

¹¹⁸ Charron, *op.cit.*, 113.

¹¹⁹ Charron, *op.cit.*, 114.

¹²⁰ *Ibid*, 116.

¹²¹ *Ibid*, 113.

toujours semblables (périodes de questions, *scrums* et conférences de presse) et au cours d'activités et d'événements prévisibles.¹²²

Dans leur étude sur la couverture médiatique des présidents américains, David Paletz et Robert Entman ont identifié trois comportements découlant de la pratique des journalistes politiques:¹²³ 1) La couverture médiatique diffère selon que le Président est en début, milieu ou fin de mandat. En début de mandat, le message du Président est présenté sans réelle critique. Les critiques apparaissent lorsque le Président a des réalisations à défendre; 2) Durant des crises ou des occasions solennelles, les actions et discours du président sont présentés sans commentaires critiques; 3) Plus la cote de popularité du Président est élevée, plus il recevra d'attention et moins les journalistes seront sévères envers lui. Le contraire est également vrai: plus l'opposition a l'appui de l'opinion publique, plus les journalistes se permettront de se référer à elle dans leurs analyses.

Selon Grossman et Kumar, les relations entre la Maison-Blanche et les journalistes passent par des phases prévisibles.¹²⁴ La première phase est celle de «l'alliance». Durant une période d'environ six mois, les intérêts des journalistes et du Président convergent. Les reportages sont axés sur la vie du président soit sa famille, ses amis, ses passe-temps et son passé. Les médias doivent également expliquer les objectifs et les politiques à venir de la nouvelle équipe en place. La seconde période est la phase la plus intense. C'est le temps des critiques, des attaques et des scandales puisque le Président a maintenant des réalisations à défendre. Le détachement caractérise la dernière phase. Les relations entre le Président et les journalistes sont devenues routinières et formelles. Chacun sait à quoi s'attendre de l'autre. Certains Présidents tentent même de ne plus être en contact avec les journalistes.

Au Canada, la période d'alliance serait également observable selon certains journalistes. Tout comme aux États-Unis, les reporters parlementaires se concentrent

¹²² *Ibid*, 124.

¹²³ Taras, *op.cit.*, 131.

sur le style de vie et la personnalité du premier ministre ainsi que sur ses politiques à réaliser. John Diefenbaker a connu une lune de miel avec les journalistes qui a duré un peu plus d'un an. En 1968, Pierre Trudeau a profité de la Trudeaumania au cours de laquelle on a surtout écrit sur son charisme et son côté mystérieux. Mulroney a également bénéficié de cette phase d'alliance, bien que moins passionnée que celle de Trudeau.¹²⁵ La description des deux dernières phases de Grossman et Kumar ne s'applique pas mot pour mot aux relations entre journalistes canadiens et les premiers ministres mais aucun chef d'État n'a pu éviter tensions et hostilités avec les médias.¹²⁶

La télévision peut être un outil avantageux pour les politiciens mais elle peut également les désavantager. Certains chefs de parti ont su s'en servir alors que d'autres n'apparaissaient pas sous leur meilleur jour au petit écran. Ce fut le cas de Joe Clark et de John Turner. L'aisance de Pierre Trudeau devant les caméras l'ont peut-être aidé à surmonter plusieurs crises politiques, soutient David Taras. Selon Roméo Leblanc, ancien secrétaire de presse de Trudeau, la voix et les gestes de l'ancien premier ministre étaient faits pour la télévision. Cependant, selon Taras, aucun leader canadien à part René Lévesque n'a jamais été complètement à l'aise avec les médias.¹²⁷

La visibilité d'un chef politique au petit écran est importante pour la vie politique de son parti. Sans la présence des caméras, un parti politique donne parfois l'impression d'être moribond. Ainsi, le PLQ, sous le leadership de Daniel Johnson, a pratiquement été ignoré des médias. L'arrivée de Jean Charest à la tête du parti a remis la formation politique sous les feux de la rampe. Cette attitude des médias envers un parti politique qui formait l'opposition officielle nous amène à nous questionner sur le problème de l'équité dans la représentation politique. Contrairement aux périodes

¹²⁴ Cité dans Taras, 131.

¹²⁵ *Ibid.*, 132.

¹²⁶ *Ibid.*, 133-134.

¹²⁷ *Ibid.*, 122.

de campagnes électorales, les émissions de nouvelles et d'affaires publiques ne sont pas tenues de traiter équitablement les partis politiques en temps normal.

Selon Jean Charron, l'opposition est une source d'information moins valorisée que les membres du gouvernement car moins un parti est soutenu par la population, ce qui est en général le cas de ceux formant l'opposition, moins il le sera également par la presse. Ce cercle vicieux fait en sorte que la situation de cette formation politique se détériore davantage. Ce fut le cas du PLQ en 1997 mais également du PQ en 1985 à la suite de l'élection du Parti libéral. Durant deux ans, les députés péquistes n'avaient plus la considération et l'attention des journalistes. Selon un député péquiste, les journalistes avaient perdu leur sens critique envers le gouvernement. Lorsque la cote du PQ a été rétablie auprès des journalistes à la suite de changements au sein du parti et dans les stratégies politiques, la presse lui a été plus favorable: «En devenant des sources crédibles pour les journalistes, les députés péquistes pouvaient espérer profiter d'une visibilité accrue et consolider leur soutien auprès de l'électorat.»¹²⁸

Afin d'évaluer le comportement de chaque chaîne envers les partis gouvernementaux, de l'opposition et les plus petites formations, nous évaluons, dans ce chapitre, à partir d'indicateurs quantitatifs, la représentation des partis politiques et de leur chef dans les nouvelles télévisées. Nous avons tenu compte de l'affiliation partisane et du temps d'intervention de tous les locuteurs politiques. Nous avons également pris en considération le statut de l'intervenant dans la classe politique, soit député, ministre, chef ou autre.

¹²⁸ Charron, *op.cit.*, 101.

1- Les partis politiques

Tableau 19

Répartition des interventions selon
les partis, la classe et la fonction politiques

Politiciens	Chef			Ministre			Député			Autre*			Total		
	Partis pol.	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC
PLC	32	40	28	63	79	54	13	9	8	7	5	3	114	133	93
% politiciens	19,2	23,5	19,2	42,1	65,8	43,5	12,7	8,0	8,6	25,9	20,8	21,4			
% du total	28,1	30,1	30,1	54,4	59,4	58,1	11,4	6,8	8,6	6,1	3,8		25,7	31,2	24,7
PC**	8	9	4	—	—	—	12	8	18	7	11	2	27	28	24
% politiciens	4,8	5,4	2,7				11,8	7,1	19,4	25,9	45,8	14,3			
% du total	29,6	32,1	16,7				44,4	28,6	75,0	25,9	39,3	8,3	6,1	6,6	6,4
PQ	56	12	55	73	8	68	4	2	2	3	—	2	136	22	127
% politiciens	33,5	7,1	37,6	48,9	6,7	54,8	3,9	1,8	2,2	11,1		14,3			
% du total	41,5	54,5	43,3	53,3	36,4	53,5	3,0	9,1	1,6	2,2		1,6	30,5	5,2	33,7
PLQ	25	12	26	—	—	—	37	13	41	9	2	6	71	27	73
% politiciens	15,0	7,7	17,8				36,3	11,5	44,1	33,3	8,3	42,9			
% du total	35,2	44,4	35,6				52,1	48,1	56,2	12,7	7,4	8,2	16,0	6,3	19,4
(Johnson+Charest)															
ADQ	3	—	2	—	—	—	—	—	—	1	—	1	4	—	3
% politiciens	1,8		1,4							3,7		7,1			
% du total	15,0		66,6							25,0		33,3	0,9		0,8
BQ	5	3	9	—	—	—	21	5	18	—	—	—	26	8	27
% politiciens	3,0	1,8	6,2				20,6	4,4	19,4						
% du total	19,2	37,5	33,3				80,8	62,5	66,6				5,9	1,9	7,2
PR	10	23	8	—	—	—	11	44	5	—	—	—	21	67	13
% politiciens	6,0	13,5	5,5				10,8	38,9	5,3						
% du total	47,6	34,3	61,5				52,4	65,7	38,5				4,7	15,7	3,4
NPD	4	14	2	—	—	—	3	14	1	—	—	—	7	28	3
% politiciens	2,4	8,2	1,4				2,9	12,4	1,0						
% du total	57,1	50,0	66,6				42,9	50,0	33,3				1,6	6,6	0,8
Autres	24	56	12	13	33	2	1	18	—	—	6	—	39	113	14
% politiciens	14,4	32,9	8,2	9,0	27,5	1,6	1,0	15,9			25,0				
% du total	63,2	49,6	85,7	34,2	29,2	14,3	2,6	15,9			5,3		8,6	26,5	3,7
Total	167	169	146	147	120	124	102	113	93	27	24	14	446	426	377

* La catégorie «Autre» désigne le personnel politique des partis – par exemple les présidents, les sondeurs – les anciens chefs, ministres et députés et les sénateurs.

**Jean Charest est considéré comme le chef du PLQ à partir du moment où il a officiellement annoncé son intention de devenir candidat à la chefferie du parti soit le 26 mars. Durant toute la période où il n'a pas affirmé clairement ses intentions de quitter Ottawa, il est considéré comme le chef du PC.

Aux trois chaînes, les partis d'opposition sont nettement désavantagés par rapport aux partis gouvernementaux. Le parti de l'opposition officielle à Ottawa, le Parti réformiste, n'apparaît que 21 fois (4,7%) dans les nouvelles à la SRC, que 13 fois (3,4%) au réseau TVA et 67 fois (15,7%) à la CBC. Le fait que le chef du Parti réformiste et que la plupart de ses députés ne parlent pas français explique en partie cette faible représentation aux deux chaînes françaises.

Le parti le plus vu à la CBC est le le PLC (31,2%) et le PQ à la SRC (30,5%) et à TVA (33,7). Ces deux formations forment respectivement le gouvernement à Ottawa et à Québec. Les deux chaînes françaises accordent cependant une place importante au PLC (25%). Bien que les membres du PQ interviennent plus souvent à la SRC que ceux du PLC, l'écart entre les deux n'est pas énorme (5%). Il est par contre plus élevé à TVA, soit 9%. Le PQ est cependant marginalisé à la CBC et il a été plus souvent question du PLQ à cette chaîne, en raison de l'arrivée de Jean Charest. Grâce à ce dernier, le PLQ a augmenté sa visibilité sur les ondes. Les membres du parti sont intervenus 71 fois (16%) dans les nouvelles à la SRC et 73 fois (19%) à TVA. En 1996, le nombre d'interventions accordé au PLQ à la SRC a été de 16 (4,5%).¹²⁹ Cependant, sans l'effet Charest, la visibilité du PLQ reste encore faible. Bien qu'il soit normal que le parti au pouvoir reçoive plus d'attention que les autres, nous remarquons que les partis formant l'opposition officielle sont marginalisés et ce aux trois chaînes. L'opposition officielle à Ottawa semble ne pas exister aux deux chaînes françaises. Le Bloc québécois y est plus populaire bien que sa visibilité aux informations tende à diminuer fortement depuis que le parti ne forme plus l'opposition officielle.

Les formations n'ayant qu'un nombre restreint de députés au Parlement et à l'Assemblée nationale ne retiennent que très peu l'attention des médias. Le PC, NPD et l'ADQ sont à peu près absents du paysage télévisuel. Notons cependant que la CBC parle beaucoup plus du NPD que les deux chaînes françaises. La formation néo-démocrate n'a par contre aucun député élu au Québec. La CBC accorde également

¹²⁹ Monière, *op.cit.*, 101.

une place assez importante aux politiciens des provinces anglophones qui sont très peu présents à la SRC et à TVA.

Tableau 20
Répartition des interventions des locuteurs des partis fédéraux,
des partis québécois et des partis du reste du Canada
dans les nouvelles politiques

Partis	SRC		CBC		TVA	
	N	N%	N	N%	N	N%
Fédéraux	195	44,0	264	62,0	160	42,4
du Québec	210	47,4	49	11,5	203	53,8
du ROC	38	8,6	113	26,5	14	3,7
Total	443	100	426	100	377	100

Nous avons appliqué le test du V de Cramer au tableau 20 afin de vérifier le degré d'association au niveau de la représentation des partis politiques entre les deux chaînes francophones et les deux chaînes publiques. Le coefficient devrait être beaucoup plus faible entre la SRC et TVA qu'entre la SRC et CBC et qu'entre la CBC et TVA:

$$V_{SRC/TVA} < V_{SRC/CBC} < V_{TVA/CBC}$$

Tableau e
Coefficient d'association calculé sur
les partis politiques

V de Cramer			
	SRC/CBC	SRC/TVA	TVA/CBC
Partis politiques	0,40	0,12	0,52

L'association entre la SRC et TVA est presque nulle. Elle est presque que quatre fois plus forte entre la SRC et CBC et plus que quatre fois entre la CBC et TVA. La langue de diffusion a donc un effet direct sur la représentation des partis politiques aux nouvelles télévisées. Les deux chaînes françaises ont donc tendance dans une proportion beaucoup plus forte de traiter des mêmes partis politiques que les deux chaînes publiques.

2- Les chefs

Lucien Bouchard a bénéficié de 40% du temps de parole accordé à tous les chefs à la SRC. Cette proportion est de 37,5% à TVA et de 5,5% à la CBC. Jean Charest a pris la parole plus souvent que son adversaire à la CBC. Le chef en devenir du PLQ a eu droit à un temps de parole plus grand à TVA qu'à la SRC. Ce résultat est dû à l'entrevue accordée à Simon Durivage en studio. Lucien Bouchard a pris la parole plus souvent et plus longtemps à la CBC que le premier ministre de l'Ontario, Mike Harris.

Tableau 21
Répartition des interventions et
du temps de parole des chefs politiques

Chefs	SRC			CBC			TVA		
	N% (N)	Tsec% (N)	Tmoyen	N% (N)	Tsec% (N)	Tmoyen	N% (N)	Tsec% (N)	Tmoyen
Jean Chrétien	19,2 (32)	22,0 (455)	14,2	23,5 (40)	25,6 (486)	12,1	19,2 (28)	17,5 (388)	13,9
Lucien Bouchard	33,5 (56)	40,2 (836)	14,9	7,1 (12)	5,5 (104)	8,7	37,7 (55)	37,5 (830)	15,1
Jean Charest	18,0 (30)	20,4 (423)	14,1	12,3 (21)	13,8 (261)	12,4	18,5 (27)	31,3 (694)	25,7
Daniel Johnson	1,8 (3)	1,6 (34)	11,3	0,6 (1)	0,6 (12)	12,0	2,1 (3)	3,7 (82)	27,3
Mario Dumont	1,8 (3)	1,4 (30)	10,0	—	—	—	1,4 (2)	0,7 (15)	7,5
Gilles Duceppe	3,0 (5)	1,5 (32)	6,4	1,8 (3)	2,2 (41)	13,7	6,7 (9)	3,2 (71)	7,9
Preston Manning	6,0 (10)	4,0 (84)	8,4	13,5 (23)	13,4 (255)	11,1	5,5 (8)	1,6 (35)	4,4
Alexa McDonough	2,4 (4)	1,1 (23)	5,8	8,2 (14)	6,4 (122)	8,7	1,4 (2)	0,9 (20)	10,0
Mike Harris	3,6 (6)	1,3 (28)	4,7	2,9 (5)	1,6 (31)	6,2	2,1 (3)	0,7 (15)	5,0
Autres	10,8 (18)	6,4 (133)	7,4	30,0 (51)	30,8 (584)	11,5	6,7 (9)	2,9 (65)	7,2
Total	100 (167)	100 (2078)	12,4	100 (170)	100 (1896)	11,2	100 (146)	100 (2215)	15,2

Jean Chrétien est le chef qui est le plus souvent intervenu à la CBC. La proportion de son temps de parole est de 26%. À la SRC, elle est de 22% et à TVA, 18%. À l'égard de Jean Chrétien, la SRC se comporte de manière semblable à la CBC, tout comme au réseau TVA. Preston Manning ne semble pas se démarquer comme chef de l'opposition officielle à la CBC. Il y apparaît presque le même nombre de fois que Jean Charest. Aux deux réseaux français, il est pratiquement absent, particulièrement à TVA, et son temps de parole est très limité. Comme nous l'avons vu au chapitre 7, le temps de parole de ceux qui parlent une autre langue que celle du diffuseur est considérablement réduit dans les nouvelles télévisées. La chef du NPD, Alexa McDonough, est également très peu présente aux nouvelles françaises mais elle apparaît presque aussi souvent que le chef du Bloc québécois, Gilles Duceppe, à la SRC. Le premier ministre de l'Ontario est présent dans des proportions similaires à la SRC et à la CBC. Les premiers ministres des autres provinces ont bénéficié de 31% du temps de parole total des chefs à la CBC. Cette proportion équivaut à 6,4% à la SRC et à 2,9% au réseau TVA.

Nous avons classé les chefs en trois groupes: soit ceux des partis provinciaux et régional francophones (PQ, PLQ, ADQ, BQ); ceux des partis fédéraux (PLC, PR, NPD) et ceux des partis provinciaux anglophones (Parti conservateur de l'Ontario et Autres). Dans cette section, Jean Charest est exclusivement considéré comme le chef du PLQ puisque durant tout un mois ses apparitions ne concernaient que le leadership de ce parti et qu'il a été porté à sa direction quelques semaines plus tard. Comme il ne peut être le chef de deux partis à la fois, le PC est donc considéré sans leader.

Au réseau francophone privé, c'est plus du trois quart du temps de parole total des chefs (76,4%) qui est accordé au premier groupe. À la SRC, cette proportion équivaut à 65,1% et à la CBC, à 22,1%. À la chaîne anglaise, les leaders des partis fédéraux obtiennent 45,5% du temps de parole total tandis que ce taux s'élève à 27% à la SRC et à 20% à TVA. Les chefs des partis provinciaux anglophones ont quant à eux bénéficié de 7,7% du temps de parole à la SRC, de 3,6% à TVA et de 32,4% à la CBC. Il apparaît donc clairement que la langue du réseau de télévision a une bien

CBC. Il apparaît donc clairement que la langue du réseau de télévision a une bien plus grande incidence que son statut de propriété sur la représentation des chefs et de leur parti politique aux nouvelles télévisées. La CBC présente cependant un paysage politique moins divisé que les deux autres chaînes. Alors que l'ensemble des chefs des partis provinciaux anglophones de tout le pays totalisent 32,4%, les chefs québécois à eux seuls vont chercher 22,1% de temps de parole. Aux deux chaînes françaises, les chefs québécois sont omniprésents et il reste peu de place pour les leaders des autres formations. À la SRC, Lucien Bouchard est de loin le chef le plus présent. Le premier ministre du Canada a eu droit au même traitement en terme de nombre d'interventions et de temps de parole que Jean Charest. Les mêmes conclusions s'appliquent pour le réseau TVA. À la CBC, Charest est plus visible que Bouchard et il reçoit autant d'attention que le chef de l'opposition à Ottawa.

3- La classe politique

Nos chiffres reflètent bien la tendance voulant que les députés jouent un rôle de plus en plus effacé au sein de l'équipe gouvernementale. Au PLC et au PQ, le nombre d'interventions de députés aux nouvelles télévisées est marginal. Ce sont les ministres qui sont les plus souvent interpellés et ensuite les chefs. Remarquons qu'au PLC, le chef se fait beaucoup plus discret qu'au PQ. L'écart entre l'intervention des ministres et du chef est beaucoup moins grand au Parti québécois qu'au Parti libéral du Canada. Dans les partis formant l'opposition, l'opinion des députés est en général plus sollicitée que celle des chefs. Les députés du PLQ ont été les plus présents à l'écran aux deux chaînes francophones. En raison de l'éventuelle arrivée de Jean Charest à la tête du parti, l'opinion des députés était souvent sollicitée. Ils ont donc été plus présents aux nouvelles télévisées, et ce aux trois chaînes et dans une proportion très large à la SRC et à TVA, que les députés des deux partis gouvernementaux. Les députés de l'opposition officielle à Ottawa sont cependant pratiquement absents de l'univers télévisuel francophone et ce plus particulièrement à TVA.

Tableau 22
Répartition du temps de parole
en % des ministres et des députés*

Politiciens	Ministre			Député		
	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA
	T%	T%	T%	Tsec	Tsec	Tsec
	Tmoy	Tmoy	Tmoy	Tmoy	Tmoy	Tmoy
PLC	47,1	61,4	55,8	8,8	5,8	13,6
	11,9	11,5	13,1	7,0	4,4	21,6
PC**	—	—	—	100	100	100
	—	—	—	9,6	7,0	9,3
PQ	49,6	40,3	53,5	2,3	2,2	0,7
	12,0	9,1	14,3	10,0	2,0	6,5
PLQ	—	—	—	46,5	30,7	35,2
	—	—	—	10,7	9,7	10,3
BQ	—	—	—	87,9	41,4	75,7
	—	—	—	11,4	5,8	12,3
PR	—	—	—	45,5	55,9	58,3
	—	—	—	6,4	7,3	9,8
NPD	—	—	—	50,0	48,0	41,2
	—	—	—	7,7	8,1	14,0
Autres	27,2	27,4	7,7	0,8	11,2	—
	5,5	8,6	4,0	2,0	6,2	—
% total	31,8	31,3	34,1	21,6	21,2	21,3
secondes	1422	1254	1691	965	848	1058

* Pour calculer le T%, nous avons additionné pour chaque parti le temps de parole du chef, des ministres et des députés et nous avons ensuite divisé le temps des ministres et des députés par le temps total.

** Nous considérons le PC sans chef puisque toutes les interventions de Jean Charest lorsqu'il dirigeait toujours le parti concernaient la chefferie du PLQ. Pour cette raison, le % du temps de parole des députés est égal à 100.

Nous avons également calculé le temps de parole en pourcentage des ministres et des députés de chaque parti. Le traitement de la classe politique en terme de % du temps de parole total est sensiblement le même d'une chaîne à l'autre. Ainsi les députés obtiennent environ un cinquième du temps de parole total de la classe politique (incluant les chefs). Le pourcentage du temps de parole des ministres se situe à 31% à la SRC et à CBC et à 34% à TVA. Il reste donc environ un peu moins de 50% de la distribution du temps pour les chefs des différents partis. Cependant lorsque l'on regarde de plus près, les représentants parlementaires des partis au pouvoir n'interviennent pratiquement jamais dans les nouvelles télévisées. La différence est encore plus marquée au PQ. La proportion du temps de parole des députés est de

2,3% à la SRC, de 2,2% à la CBC et d'à peine 0,7% à TVA. La popularité de Bouchard comparativement à celle de Chrétien au Québec explique le temps de parole plus élevé des députés du PLC. Le chef du PQ fait ombre à ses députés aux informations télévisées. En général, le temps de parole moyen des députés du PLC et du PQ est beaucoup moins élevé que celui des ministres et des chefs. Aux deux chaînes françaises par contre, le temps de parole moyen des députés du BQ est plus long que celui du chef. Le BQ est le seul parti aux deux chaînes françaises où les députés sont présents de façon beaucoup plus marquée que leur chef. Dans ce cas-ci, c'est l'impopularité du chef qui est en cause.

À la lecture de tous ces résultats, nous constatons que la représentation des locuteurs politiques à la SRC se rapproche beaucoup plus de celle du réseau TVA que de la CBC. Le réseau TVA est cependant plus «québécois» et moins «canadien» que la SRC mais la différence n'est pas assez grande pour comparer cette dernière à la chaîne publique anglaise. Les trois chaînes sont cependant loin d'appliquer un traitement équitable en terme de représentation des partis politiques. Sans aller jusqu'à suivre les règles d'équité qui prévalent en campagne électorale, le fossé entre les partis gouvernementaux, d'opposition et les tiers partis ne devrait pas être si grand. Nous pouvons également questionner la place accordée aux députés des partis au pouvoir qui agissent comme simples figurants au journal télévisé. Les ministres ont beaucoup plus la cote auprès des journalistes puisqu'ils sont plus dotés d'attributs d'autorité, de crédibilité et de notoriété que les députés.

Chapitre 9

La représentation des deux sexes dans les informations télévisées

La Société Radio-Canada stipule, dans son guide des normes et pratiques journalistiques, qu'elle adhère au principe de l'égalité des deux sexes. Toutes les émissions produites par la SRC doivent avoir comme objectif la représentation équitable des hommes et des femmes. Concernant les émissions à contenu journalistique, il est écrit que l'opinion des femmes, tout comme celle des hommes, doit être sollicitée, sans par contre mentionner que cette représentation doit être équitable.¹³⁰

Lorsque l'on regarde la représentation des femmes dans les nouvelles télévisées, les principes de la société d'État font surtout figure de vœux pieux. En 15 ans, la place occupée par les femmes dans les informations ne s'est guère améliorée. Nous verrons dans un premier temps que nos données se rapprochent de celles d'une étude réalisée pour le compte du CRTC en 1984, puis répétée en 1988.¹³¹ Il y aurait même eu régression depuis dix ans aux chaînes françaises. Dans un deuxième temps, il sera question des femmes en politique. Puis nous comparerons la présence des femmes journalistes aux différents bulletins de nouvelles.

1- La représentation des femmes en 1988 et en 1998

Le corpus de l'étude faite pour le compte du CRTC est certes différent du nôtre. L'échantillon compte plus de 600 heures d'émissions de télévision dont nous ne pouvons identifier la proportion attribuée aux nouvelles télévisées. L'étude porte sur

¹³⁰Société Radio-Canada, *Normes et pratiques journalistiques*, 1993, 160-162.

recherche peut cependant servir de point de comparaison puisqu'elle nous permet de constater l'évolution de trois chaînes par rapport à un ensemble de réseaux canadiens. L'étude a également été scindée en deux, soit les chaînes d'expression française et celles d'expression anglaise.

En 1984, 21% des personnes interviewées dans les nouvelles télévisées françaises et anglaises étaient des femmes. Quatre années plus tard, cette proportion était de 27% sur les chaînes françaises et de 22% sur les chaînes anglaises. Entre 1984 et 1988, la proportion des femmes interviewées n'a pas changé de façon statistiquement significative, peut-on lire dans le rapport. Dix ans plus tard, 19% des locuteurs dans les nouvelles sont des femmes à la SRC, 21% à la CBC et 22% à TVA. Ces résultats montrent qu'il n'y a eu aucun changement significatif à la CBC et qu'il y a même eu une baisse à la SRC et à TVA.

Les chercheurs ont ensuite classifié les locutrices selon trois catégories: les personnes centrales, les spécialistes et les non spécialistes. Notons qu'à ce stade-ci, l'échantillon comprend les nouvelles télévisées et les émissions d'affaires publiques comme *Le point*. Les personnes centrales sont celles sur qui porte le reportage. Les spécialistes représentent les experts et les non spécialistes, les «membres du grand public», soit pour nous les citoyens et les leaders d'opinion.¹³²

Sur les chaînes françaises, en 1988, 17% des personnes centrales dans les reportages étaient des femmes. Cette proportion est de 24% chez les spécialistes et de 45% chez les non spécialistes. Sur les chaînes anglaises, 18% des personnes centrales étaient des femmes. Les spécialistes sont à 15% des femmes et les non spécialistes, à 38%.

Nous ne pouvons pas systématiquement comparer ces résultats avec nos données étant donné la place qu'occupent les affaires publiques dans le corpus et les

¹³¹ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. 1990. *La représentation des femmes et des hommes dans la radiodiffusion au Canada*, Ministère des Approvisionnements et services.

¹³² *Ibid*, 38.

Nous ne pouvons pas systématiquement comparer ces résultats avec nos données étant donné la place qu'occupent les affaires publiques dans le corpus et les catégories de classification différentes utilisées. Cependant, nous pouvons constater que la situation n'a guère changé depuis 1988. En effet, si nous prenons la catégorie des «expertes» qui est l'équivalente de celle des «spécialistes», le nombre d'expertes semble même avoir diminué sur les chaînes françaises dans les nouvelles. Il faut cependant demeurer prudent puisque nous ne pouvons départager le pourcentage des femmes spécialistes des affaires publiques et des nouvelles télévisées. Tout comme en 1988, les femmes sont surtout représentées par «les membres du grand public». Si nous considérons les politiciens, gestionnaires publics et privés comme des «personnes centrales», nous remarquons que tout comme en 1988, les femmes en 1998 sont peu souvent le centre d'attention des nouvelles télévisées.

Tableau 23
Répartition des interventions
en % des locutrices

	SRC %	CBC %	TVA %
Politicienne	9,9	12,7	10,1
Expertes	13,4	12,5	17,6
Citoyennes	38,8	35,6	39,9
Leaders d'opinion	20,0	25,5	27,1
Gest. publiques	21,4	15,8	15,2
Gest. privées	16,5	11,0	15,2
% du total	19,4	21,0	22,4
	248	282	306

En 1998, c'est le réseau TVA qui présente en proportion le plus de femmes dans ses nouvelles et CBC le moins. Aux trois chaînes, ce sont surtout en tant que citoyennes que les femmes prennent la parole et ensuite en tant que leaders d'opinion, exception faite de la SRC qui présente plus de femmes gestionnaires publiques que de porte-parole. Les femmes agissent donc principalement comme acteur anonyme dans l'information plutôt que comme protagoniste. Lorsqu'elles font la nouvelle, ce sont

nombreuses que les hommes, elles le sont par contre tout autant dans la vie en général. Or même dans la catégorie «citoyenne», elle sont sous-représentées.

C'est surtout à titre d'expertes et de gestionnaires privées que les femmes s'expriment le moins. Le milieu des affaires est avant tout perçu comme un milieu d'hommes. Il semble également que les spécialistes et intellectuels soient en plus grand nombre des hommes, du moins si l'on se fie à leur représentation au journal télévisé.

2- Les politiciennes

Au Québec, lors des élections de 1994, 23 femmes (18,4%) ont été élues. Sur ce nombre, 7 (29,2%) sont devenues ministres sur un total de 28. Aux élections du 30 novembre 1998, c'est 29 femmes qui se sont faites élire, soit 23,2%. Le nouveau cabinet du gouvernement Bouchard compte 8 femmes sur 28 ministres, soit 28,5%. En 1996, 7 ministres sur 33 (21,2%) du cabinet de Jean Chrétien étaient des femmes. Il y avait à ce moment 53 femmes (18,0%) députés à travers le Canada. Lors des élections fédérales de 1997, 64 femmes ont été portées au pouvoir et six (21,4%) ont été nommées ministres.¹³³ Depuis 15 ans, nous remarquons que les femmes continuent d'accroître leur présence en politique et ce autant au niveau fédéral que provincial. Le pourcentage de femmes élues était de 9,6 en 1984 et de 13,2 en 1988 au fédéral. En 1986, au Québec, 14,7% des députés étaient des femmes. Cette proportion était de 18,4% en 1989.¹³⁴

Nous ne pouvons par contre évaluer la progression des femmes politiques aux informations télévisées puisque aucune étude n'a été réalisée, à notre connaissance, sur ce sujet. Étant donné le nombre plus élevé de femmes en politique, nous supposons que oui. Cependant, l'accroissement de la visibilité des politiciennes au petit écran ne pourrait être proportionnel à celui observé à la Chambre des communes, par exemple. Pour qu'il y ait une réelle présence de politiciennes aux

¹³³ Statistiques recueillies auprès du Conseil du statut de la femme.

¹³⁴ Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, *Vers un nouveau pouvoir*, 1990, 6-12.

petit écran ne pourrait être proportionnel à celui observé à la Chambre des communes, par exemple. Pour qu'il y ait une réelle présence de politiciennes aux informations télévisées, il faudrait que celles-ci occupent des postes clé, soit comme chef du gouvernement ou du parti de l'opposition ou comme ministre des Finances ou de la Santé. Comme nous l'avons vu au chapitre précédent, les députés n'apparaissent pratiquement pas au journal télévisé. Les chefs de parti sont bien sûr les plus vus au téléjournal et suivent ensuite les ministres. De ces ministres, n'apparaîtront que ceux manœuvrant les dossiers les plus chauds et les plus controversés. À la CBC, 87% des politiciens apparaissant aux téléjournal sont des hommes. Cette proportion est de 90% à la SRC et à TVA.

De façon générale, nous pouvons affirmer, à quelques exceptions près, que la représentation homme/femme aux trois journaux télévisés est sensiblement la même. La SRC présente toutefois le taux le plus faible de femmes dans ses nouvelles télévisées et TVA, le pourcentage le plus élevé. Nous remarquons également que depuis 1988 la situation reste pratiquement inchangée.

3- La distribution des reportages selon le sexe

La recherche effectuée pour le compte du CRTC tient également compte du nombre de reportages présentés par des femmes et des hommes. Rappelons que cette étude inclut les nouvelles télévisées et les émissions d'affaires publiques. En 1988, 27% des reportages étaient faits par des femmes à la télévision de langue française et 28%, à la télévision de langue anglaise. En 1998, le portrait a beaucoup changé puisque 45% des topos sont produits par des femmes à la SRC et 43%, à TVA. Les femmes sont par contre moins présentes dans l'univers journalistique de la CBC avec 38% des reportages.

Afin de voir quelles sphères d'activités couvrent plus les femmes, comparativement aux hommes, nous avons croisé la variable «objet de la nouvelle» avec celle du sexe du journaliste. À la SRC, les reportages sur les faits divers sont surtout produits par des femmes (59,5%). Il y a également un fort pourcentage pour les actualités

internationales (58,5%). La chaîne publique française compte plusieurs femmes parmi ses correspondants à l'étranger. C'est en politique nationale qu'elles présentent le moins de reportages. À la CBC, les femmes couvrent surtout les sujets économiques et sociaux et les faits divers, soit dans une proportion de 43%. C'est à l'étranger qu'elles sont le moins nombreuses. Le réseau TVA n'a pas de correspondants à l'étranger mais ce sont les femmes qui couvrent à 55,0% les actualités internationales à partir du Québec. La proportion de reportages économiques et politiques présentée par des femme est à peu près égale à toutes les chaînes. C'est à la rubrique des faits divers que l'on retrouve le moins de femmes à la chaîne privée.

Tableau 24

**Distribution des reportages produits
par des femmes selon la catégorie d'objet**

	SRC %	CBC %	TVA %
Act. internationales	58,5	30,0	55,0
Politique nationale	33,0	36,3	43,2
Économie et soc.	46,6	43,6	44,9
Faits divers	59,5	43,2	35,1
% du total	45,3	37,6	42,8

En 1988, 39% des reportages sur la politique étaient faits par des femmes et 60% par des hommes sur les chaînes françaises.¹³⁵ Sur les chaînes anglaises, 45% des reportages réalisés par des femmes portaient sur des sujets locaux et 55% sur des sujets nationaux et internationaux.

¹³⁵ *Ibid*, 36.

Chapitre 10

Le traitement de l'information

Conjuguer objectivité et esprit critique est un des exercices que le journaliste se doit de réussir pour assurer sa crédibilité. Plusieurs s'entendent pour dire que l'objectivité est impossible en information. Le journaliste est un individu qui a ses opinions et sa manière de voir le monde. En fait le professionnel de l'information est conscient de sa propre subjectivité et tentera de s'en dégager en présentant des reportages d'une manière honnête, neutre et impartiale. L'objectivité peut donc se définir «comme un effort délibéré et compétent du journaliste pour réduire le résidu subjectif de toute information – qui n'est qu'un témoignage – à sa plus simple expression».¹³⁶

La pire étiquette qui puisse être accolée à un journaliste est celle de porte-parole du gouvernement. Afin d'éviter de tomber dans ce piège, le reporter aura recours à des techniques d'objectivité qui témoigneront de son autonomie et de son esprit critique. Présenter les deux côtés de la médaille est une des techniques d'objectivité les plus courantes. Le journaliste présentera les deux versions des faits ou opposera les commentaires d'un politicien à celui de son adversaire. Selon Arnaud Mercier, cette démarche ne rencontre pas les critères de l'objectivité puisque tous les points de vue sont mis sur un pied d'égalité et qu'aucun ordre d'importance n'est établi.¹³⁷

L'absence de parti pris dans le traitement de la nouvelle représente aussi un gage d'objectivité de la part du journaliste. Ce dernier doit donner l'impression qu'il n'est pas engagé. Pour ne pas laisser paraître son opinion, le journaliste aura recours aux commentaires des autres. Il s'en remettra alors à des «avis autorisés» en utilisant des formules comme «On dit dans l'entourage de...». La présence d'un expert évitera également au journaliste ou au présentateur de paraître partial tout en permettant à celui-ci d'exprimer l'opinion souhaitée par le journal télévisé.¹³⁸ Le journaliste ne s'en remet cependant pas toujours aux autres pour introduire dans son topo une

¹³⁶ Clause, Roger, cité dans Charron, *op.cit*, 195.

¹³⁷ Mercier, *op.cit*, 202.

critique ou un compte-rendu analytique. De plus en plus, les journalistes de la télévision ont tendance à confondre les genres dans leurs reportages en y introduisant commentaires et analyses. En général, la partie critique ou analytique vient dans le *stand up* de la fin lorsque le journaliste apparaît à l'écran. Le moment est alors venu de faire une synthèse qui va souvent au-delà des faits. C'est également le temps pour le journaliste de prouver qu'il a bien compris ce qui se passait et de faire la démonstration de son «expertise critique».¹³⁹

Certaines formules employées par des reporters télé ne pourraient se retrouver dans un article de journal. Même si certains commentaires sont exacts, ils ne pourraient être insérés dans les pages d'un journal.¹⁴⁰ Politiciens et attachés de presse croient que le style télévisuel – c'est-à-dire la confusion des genres – se répand également à la radio et dans les journaux.¹⁴¹ Il est important cependant de faire la distinction entre «l'expertise critique» et le journalisme d'opinion. L'«expertise technique» repose sur une argumentation logique tandis que le journalisme d'opinion confronte des idées et des valeurs.¹⁴²

Nous avons voulu évaluer dans ce chapitre comment le traitement journalistique différerait d'une chaîne à l'autre. Est-ce que les journalistes anglophones et francophones se comportent de la même manière? Certains auteurs (Siegel et Taras) affirment que les deux communautés sont guidées par une culture journalistique différente. Les journalistes francophones utiliseraient plus le commentaire que leurs acolytes anglophones et ces derniers seraient plus factuels dans leur reportage. Nous avons également voulu voir s'il existait des différences au niveau du traitement de l'information entre une chaîne publique et une chaîne privée. Deux indicateurs nous ont permis d'évaluer le traitement de l'information, soit le type et le ton de la nouvelle. Nous avons identifié trois types de reportage : 1) reportage à contenu homogène où un seul point de vue est présenté; 2) reportage à contenu polémique où

¹³⁸ *Id.*

¹³⁹ *Ibid.*, 213.

¹⁴⁰ *Ibid.*, 205.

¹⁴¹ *Ibid.*, 209.

deux points de vue opposés sont exprimés; 3) reportage à contenu diversifié où plusieurs points de vue se retrouvent dans un même reportage.

Le ton de la nouvelle est un indicateur plus difficile à évaluer et le jugement du chercheur peut difficilement être mis de côté. Le commentaire journalistique peut être soit: factuel lorsque le journaliste s'en tient simplement aux faits; positif lorsque le journaliste émet un commentaire favorable sur un événement ou un individu; négatif lorsque le journaliste fait un commentaire défavorable sur un événement ou un individu; équilibré lorsque des critiques positives et négatives sont présentes de manière pondérée dans le reportage et finalement sarcastique lorsque le journaliste décide de faire dans l'humour soit par le sarcasme ou l'ironie.

Nous tenons à souligner que cet exercice ne se veut pas une critique du discours et du travail journalistiques. Nous tentons simplement d'établir de manière quantitative l'orientation que prennent en général les reportages selon l'objet de la nouvelle et la chaîne de télévision.

1- Le type de reportage

C'est TVA qui présente au total le plus de reportages homogènes (60,9%), suivi de la SRC (49,9%) et de CBC (34,4%). Les faits divers présentent plus souvent qu'autrement qu'un seul point de vue ce qui explique le pourcentage élevé de nouvelles homogènes à TVA. Comme ce type de nouvelle implique peu de situations controversées ou conflictuelles, les opinions divergentes sont moins sollicitées. La CBC est toutefois le réseau qui présente le moins de faits divers présentant qu'un seul point de vue. On remarque qu'elle est plus portée à varier le contenu de ce type de reportages que les deux autres chaînes. Cette conclusion s'applique également aux nouvelles politiques.

¹⁴² *Ibid*, 50.

Tableau 25
Distribution des types de reportages
selon l'objet de la nouvelle

	Politique nationale			Économie et soc.			Culture et sports			Faits divers		
	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA
Homogène	30,2 (58)	19,4 (34)	37,2 (67)	61,0 (72)	39,7 (31)	62,3 (66)	83,3 (15)	50,0 (4)	96,4 (27)	73,4 (58)	60,8 (45)	85,3 (110)
Polémique	47,4 (91)	53,7 (94)	46,1 (83)	20,3 (24)	29,5 (23)	16,0 (17)	5,6 (1)	37,5 (3)	—	12,7 (10)	17,6 (13)	7,0 (9)
Diversifié	22,4 (43)	26,9 (47)	16,7 (30)	18,6 (22)	30,8 (24)	21,7 (23)	11,1 (2)	12,5 (1)	3,6 (1)	13,9 (11)	21,6 (16)	7,8 (10)
Total	100 (192)	100 (175)	100 (180)	100 (118)	100 (78)	100 (106)	100 (18)	100 (8)	100 (28)	100 (79)	100 (74)	100 (129)

La chaîne anglaise présente moins de topos à caractère homogène que les deux autres réseaux. Les reportages polémiques et diversifiés sont plus fréquents en proportion à la CBC qu'à la SRC et qu'à TVA. Tandis que les nouvelles économiques et sociales sont principalement homogènes aux deux réseaux francophones, elles présentent en majorité plus qu'un point de vue à la CBC.

2- Le ton du commentaire journalistique

La croyance voulant que les journalistes anglophones soient les plus factuels dans leur reportage ne trouve pas écho ici. Ce sont plutôt ceux du réseau privé qui évitent les commentaires dans leurs reportages. Près de 70% des reportages sont factuels à TVA. Cette proportion est de 55% à la SRC et de 56% à la CBC. Peu de nouvelles ont un ton équilibré à TVA, soit 9,9%, comparativement à 22 et 23% respectivement à la SRC et la CBC. C'est également TVA qui présente le plus de reportages positifs et le moins de nouvelles négatives. Le sarcasme n'est presque pas employé aux trois chaînes et dans une moindre mesure à la CBC.

Tableau 26

**Répartition du ton du commentaire journalistique
selon l'objet de la nouvelle**

	Politique nationale			Économie et soc.			Culture et sports			Faits divers		
	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA	SRC	CBC	TVA
Factuel	33,3 (64)	38,9 (68)	54,4 (98)	67,8 (80)	62,8 (49)	71,7 (76)	50,0 (9)	62,5 (5)	57,1 (16)	86,1 (68)	90,5 (67)	90,7 (117)
Positif	4,7 (9)	6,9 (12)	7,8 (14)	8,5 (10)	11,5 (9)	9,4 (10)	44,4 (8)	25,0 (2)	35,7 (10)	5,1 (4)	4,1 (3)	7,0 (9)
Négatif	16,7 (32)	14,3 (25)	10,6 (19)	13,6 (16)	12,8 (10)	14,2 (15)	—	—	—	6,3 (5)	4,1 (3)	2,3 (3)
Équilibré	38,0 (73)	37,7 (66)	21,7 (39)	10,2 (12)	12,8 (10)	2,8 (3)	5,6 (1)	12,5 (1)	7,1 (2)	2,5 (2)	—	—
Sarcastique	7,3 (14)	2,3 (4)	5,6 (10)	—	—	1,9 (2)	—	—	—	—	1,4 (1)	—
Total	100 (192)	100 (175)	100 (180)	100 (118)	100 (78)	100 (106)	100 (18)	100 (8)	100 (28)	100 (79)	100 (74)	100 (129)

Les reportages politiques sont en majorité orientés aux deux chaînes publiques puisque seulement 33,3% et 38,9% des nouvelles dans cette catégorie sont factuelles à la SRC et à la CBC, respectivement. À TVA, plus de la moitié (54,4%) des nouvelles politiques sont factuelles. Aux trois chaînes, les reportages orientés sont généralement équilibrés. Ils le sont par contre plus aux deux chaînes publiques. Nous remarquons, sans étonnement, qu'il y a plus de reportages politiques négatifs que positifs. Aux deux chaînes françaises, la presque totalité des reportages sarcastiques sont politiques. Les reportages économiques et sociaux sont pour la plupart factuels mais en plus forte proportion à TVA. Comme les faits divers se prêtent mal à un contenu orienté, ils sont pour la plupart factuels aux trois chaînes.

Selon nos résultats, nous pouvons conclure que la chaîne privée adopte un style journalistique différent de celui des chaînes publiques. Les journalistes du réseau TVA sont les plus factuels dans leur commentaire. Ils s'éclipsent d'ailleurs plus dans leur reportage au profit des intervenants. Leur temps de parole étant écourté, ils s'attardent moins aux analyses et aux commentaires critiques et vont directement aux faits.

La CBC diversifie cependant plus ses sources que les deux chaînes françaises, et ce jusque dans les faits divers. À ce niveau, la SRC et TVA se ressemblent beaucoup et ont plus tendance à ne présenter qu'un seul côté de la médaille, comparativement à la CBC. Cet effet d'objectivité qui consiste à confronter des points de vue divergents sur une question n'est pas un automatisme aussi intégré dans la culture journalistique francophone que l'on serait tenté de le croire. Il est vrai que la grande majorité des reportages politiques présente plus qu'une version des faits mais cette tendance est encore plus marquée à la CBC.

Nous avons appliqué le test de Cramer au type et au ton de la nouvelle afin de vérifier si les coefficients d'association iront de pair avec nos conclusions. Pour le ton de la nouvelle, les catégories «positif» et «sarcastique» ont été éliminées puisqu'elles reviennent peu souvent. Selon nos observations, pour le ton de la nouvelle, le V de Cramer entre la SRC et CBC devrait être plus petit qu'entre la SRC et TVA et également plus petit qu'entre la CBC et TVA. Comme la CBC se distingue au niveau du type de la nouvelle, le V de Cramer entre la CBC et SRC devrait être plus grand qu'entre la SRC et TVA et il devrait être également plus grand entre CBC et TVA qu'en la SRC et TVA.

$$V_{\text{ton SRC/CBC}} < V_{\text{ton SRC/TVA}} \ \& \ V_{\text{ton SRC/CBC}} < V_{\text{ton TVA/CBC}};$$

$$V_{\text{type SRC/CBC}} > V_{\text{type SRC/TVA}} \ \& \ V_{\text{type CBC/TVA}} > V_{\text{type SRC/TVA}}$$

Tableau f
Coefficients d'association calculés sur le
ton et le type de la nouvelle

	V de Cramer		
	SRC/CBC	SRC/TVA	TVA/CBC
Ton de la nouvelle	0,07	0,19	0,19
Type de la nouvelle	0,16	0,11	0,26

Il existe une relation presque nulle pour le ton de la nouvelle entre la SRC et CBC. Ceci indique que les deux chaînes publiques appliquent dans des proportions presque toujours équivalentes les mêmes catégories de ton de la nouvelle. La relation est plus de deux fois plus forte entre les deux autres paires, ce qui confirme notre hypothèse.

Les V de Cramer du type de la nouvelle nous démontre que la CBC se distingue dans le type de ses reportages. Tel que nous l'avions observé, la SRC et TVA adoptent un comportement similaire à ce chapitre puisque le V de Cramer se rapproche beaucoup plus de zéro que de un. La CBC se comporte par contre plus comme la SRC que comme TVA à ce niveau. Cependant, les réseaux de langue française ont moins tendance à présenter plus de un ou de deux points vue dans leur reportage qu'un réseau de langue anglaise public. La langue de diffusion a donc une incidence sur la diversification des sources dans les reportages.

Chapitre 11

Le mimétisme et la spécificité en information

La concurrence entre les différentes entreprises de presse écrite et électroniques conduit à une certaine uniformité dans l'information diffusée dans les journaux et à la télévision. La chaîne ou le journal concurrent devient le point de repère des chefs de pupitre afin d'être sûr que rien ne leur a échappé et que leur journaliste a bien fait son boulot. La conformité devient alors aux yeux du chef de pupitre une preuve de la compétence du travail journalistique accompli.¹⁴³ Ce mimétisme représente également une mesure de sécurité pour les professionnels de l'information puisque si tous arrivent aux mêmes conclusions, il est plus difficile pour un politicien ou un supérieur de reprocher à un journaliste d'avoir mal compris l'enjeu en question.

Le mimétisme en information ne signifie pas que le contenu d'un bulletin de nouvelles ou d'un journal se doit d'être identique à celui de son concurrent mais plutôt que les responsables de l'information ne doivent pas passer à côté d'une histoire importante que son compétiteur aurait flairé.¹⁴⁴ Cette attitude d'entreprise de presse n'enchant pas les journalistes qui désirent demeurer loin de ces préoccupations d'ordre commercial et effectuer leur travail professionnellement. Malgré eux, leur production sera comparée à celle des autres. À la télévision, les manchettes des journaux vont souvent servir de point de comparaison et dans les journaux, ce sont les dépêches de la Presse canadienne qui servent de modèle.¹⁴⁵

La vie de groupe sur la colline parlementaire favorise une complicité entre les journalistes de médias concurrents. Cette coopération leur permet donc de garder un certain contrôle sur leur travail. Ils collaborent entre eux afin de préserver une marge de manœuvre face au chef de pupitre. Devant l'uniformité, ce dernier ne peut se

¹⁴³ Charron, *op. cit.*, 239.

¹⁴⁴ *Ibid*, 409.

montrer que satisfait du résultat présenté: «Cette conclusion est d'autant plus facile à formuler et à accepter qu'elle le satisfait pleinement: ce qui intéresse le pupitre c'est moins la conformité au «réel» que la conformité aux concurrents.»¹⁴⁶

Toute cette concertation ne concerne cependant pas le choix des sujets mais plutôt celui de la tangente que va prendre la nouvelle. Il semble que le mimétisme dans la sélection de l'information aille de soi puisque les journalistes suivent tous les mêmes affaires. Ils sont tous à la même heure, au même endroit. Cependant, cette concertation peut varier selon la langue du média. L'auditoire anglophone n'est pas intéressé par les mêmes sujets que l'auditoire francophone.¹⁴⁷ Nous pouvons également postuler que la clientèle d'un réseau privé n'a pas les mêmes attentes que celle d'un réseau public de même langue.

Nous tenterons donc de voir dans ce chapitre dans quelle mesure la CBC s'intéresse aux mêmes sujets que la SRC et de même pour les deux réseaux français. Nous voulons comparer de façon plus générale le degré de ressemblance et de différence entre les trois chaînes. Le décompte des nouvelles communes et spécifiques à chaque réseau nous semblait le meilleur indicateur à cet effet. Étaient considérées comme nouvelles communes, celles traitant du même sujet, le même jour, peu importe le format de la nouvelle. Un clip de 30 secondes ayant comme sujet, par exemple, le plan d'indemnisation des victimes de l'hépatite C va de pair avec un reportage de deux minutes sur le même enjeu à la CBC. Une nouvelle commune peut faire partie d'une des trois catégories suivantes: SRC/CBC SRC/TVA et TVA/CBC. S'il est question du même sujet aux trois chaînes, la nouvelle se retrouvera alors dans le groupe SRC/CBC/TVA. Lorsqu'elle ne correspond à aucun de ces groupes, elle est considérée comme spécifique.

Il est important de préciser que dans cette partie le corpus a été réduit. Nous n'avons pas évalué les nouvelles communes et spécifiques pour les nouvelles du mois de

¹⁴⁵ *Ibid*, 242.

¹⁴⁶ *Ibid*, 250.

mars. Le total des nouvelles est donc réduit à 675 pour la SRC, à 626 pour la CBC et à 705 pour le réseau TVA.

Tableau 27
Répartition des nouvelles communes et spécifiques entre
les trois chaînes de télévision

	SRC/CBC	SRC/TVA	TVA/CBC	SRC/TVA/CBC ¹⁴⁸
Nouvelles communes	40,7 (265)	45,3 (312)	26,0 (173)	22,7 (152)
Total¹⁴⁹	1301	1380	1331	2006

	SRC	CBC	TVA
Nouvelles spécifiques	37,0 (250)	54,3 (340)	52,8 (372)

La SRC a plus de nouvelles en commun avec le réseau TVA (45,3%) qu'avec la CBC (40,7). La différence de cinq points n'est cependant pas assez grande pour affirmer que la chaîne publique française se rapproche beaucoup plus du réseau privé que de son pendant anglophone. Par contre, TVA et CBC de par leur nature différente ont peu de sujets en commun (26%). Un peu plus de 20% des sujets se retrouvent aux trois chaînes à la fois.

La SRC est le réseau qui a le moins de nouvelles spécifiques. Nous croyons qu'en raison de son double statut de chaîne publique francophone, les nouvelles qui sont présentées à la SRC se retrouvent plus souvent sur deux ou trois chaînes à la fois que les nouvelles diffusées sur une chaîne anglophone et un réseau privé qui de par leur nature différente ne sont liés qu'à une seule chaîne, en l'occurrence la SRC. Nous pouvons donc conclure que 63% des nouvelles à la SRC se retrouvent soit à la CBC,

¹⁴⁷ *Ibid*, 257.

¹⁴⁸ Nous avons redistribué le pourcentage et le nombre de nouvelles communes aux trois chaînes pour chaque paire. Pour cette raison, le total des pourcentages des nouvelles spécifiques et communes pour chaque chaîne est supérieur à 100.

¹⁴⁹ Nous avons additionné le total des nouvelles du corpus des chaînes de chaque paire.

à TVA ou trois chaînes à la fois. À la CBC et à TVA, c'est plus de la moitié des nouvelles qui sont spécifiques à chaque chaîne.

Quarante pour cent des nouvelles communes entre la SRC et la CBC touchent l'actualité internationale. Il est question dans 31% des cas des mêmes nouvelles de politique nationale. Les deux chaînes s'intéressent aux mêmes faits divers et aux mêmes nouvelles économiques dans une proportion de 13%. Entre la SRC et TVA, il est surtout question des mêmes sujets de politique nationale (34%) et d'économie et de société (23%). Les deux chaînes françaises s'intéressent aux mêmes nouvelles internationales dans une proportion de 21%. Seulement 18% des nouvelles communes à la SRC et TVA sont des faits divers. Les topos communs aux trois chaînes présentent principalement des sujets reliés à l'actualité internationale (36%) et à la politique nationale (37%).

La SRC partage plus de nouvelles avec le réseau TVA qu'avec la CBC. Cependant, la CBC n'évolue pas dans un monde à part. Elle a 265 nouvelles en commun avec la SRC alors que TVA traite 312 fois des mêmes sujets que la chaîne publique française. Le fossé n'est pas énorme entre les deux paires. L'ambivalence de la SRC ressort clairement. Elle partage avec la CBC son intérêt pour l'actualité internationale et avec TVA, celui pour le Québec.

Conclusion

Tout au long de notre analyse, nous avons comparé empiriquement et objectivement les résultats de notre recherche. Nous avons principalement mis l'accent sur les différences et similitudes entre les comportements en information d'une chaîne publique francophone, d'une chaîne publique anglophone et d'une chaîne privée francophone. La chaîne privée francophone nous a permis de départager les ressemblances et les différences entre les deux chaînes publiques. Nous voulions voir si les anglophones et francophones recevaient une information semblable ou différente.

Afin d'arriver à des résultats probants, nous avons opté pour l'analyse quantitative plutôt que qualitative. Cette méthode a l'avantage d'être systématique, objective et permet au chercheur de dégager des conclusions générales de son analyse. Cependant, l'analyse de contenu présente par le fait même une représentation simplifiée de la réalité qui ne tient pas compte des particularités dans la structure de l'information. L'analyse de discours nous aurait par exemple permis d'approfondir l'étude du texte journalistique. Au-delà des fréquences, nous aurions pu comparer les nombreuses variantes du vocabulaire journalistique. Bien que l'analyse qualitative soit plus riche, elle présente cependant une approche qui prête plus à l'interprétation que l'analyse de contenu. En considérant la nouvelle comme une construction de la réalité, nous avons adopté une méthode qui malgré ses limites a l'avantage d'être plus rigoureuse.

Les similitudes entre la SRC et TVA étant plus nombreuses et importantes qu'entre la SRC et CBC nous devons donc infirmer notre hypothèse de départ. Selon nos résultats, la langue de diffusion a plus d'incidence sur le comportement de la chaîne publique française en information que son statut juridique. La SRC se comporte plus souvent comme une chaîne privée que comme une chaîne publique. Elle est donc plus motivée par la logique du marché que par son mandat public.

La couverture spécifique au champ de la politique nationale démontre qu'à ce chapitre la langue du télédiffuseur a une incidence sur la couverture des activités fédérales et provinciales. La CBC est en effet beaucoup plus près du gouvernement fédéral que la SRC et TVA tandis que ces deux chaînes se préoccupent davantage du gouvernement provincial. Le réseau anglais desservant plusieurs provinces à la fois se concentre principalement sur les activités du fédéral plutôt que sur celles de toutes les provinces. La majorité de l'auditoire de la SRC et la totalité de TVA se retrouvant au Québec, les deux télédiffuseurs s'intéressent en plus grande partie aux activités provinciales. Cependant, la chaîne publique française présente la couverture la plus équilibrée entre les activités fédérales et provinciales. TVA est beaucoup plus régionale dans sa couverture de l'actualité politique. Malgré tout, la SRC se rapproche plus de TVA à ce chapitre que de la CBC.

La carte géographique d'un journal télévisé permet de bien démontrer si une chaîne de télévision est motivée avant tout par la logique du marché ou du statut public. La télévision publique serait censée pallier aux lacunes de la télévision commerciale. Elle doit passer outre les exigences du marché – situation géographique et importance démographique d'une région – et se préoccuper des intérêts des minorités.¹⁵⁰ Or nos résultats ont démontré qu'à cet égard, la SRC en information se comportait plutôt comme une chaîne privée. Nous nous attendions à une dominance du Québec aux informations télévisées sur la chaîne publique française. Si nos résultats à la SRC avaient été équivalents à ceux de Jean de Bonville en 1987 et de Arthur Siegel en 1977, nous aurions pu supposer l'existence d'une règle fixe qui tient à la fois compte du statut juridique et de l'auditoire. Cependant, depuis 1987, la présence du Québec dans les nouvelles nationales a augmenté de près de 15%. Devant un tel résultat, nous ne pouvons que constater que la SRC a adopté un comportement de télédiffuseur privé, faisant fi de son statut public, en jouant plus fortement la carte de la proximité.

¹⁵⁰ Atkinson, Dave, *La crise des télévisions publiques européennes ou la propagation du «syndrome canadien»*, Institut québécois de recherche sur la culture, 1993, 18

De son côté la CBC n'a pas augmenté au fil des années sa proportion de nouvelles concernant le Québec. Arthur Siegel affirmait en 1977 que devant l'importance du rôle que tient le Québec au sein du Canada, le nombre de nouvelles québécoises était peu élevé au réseau anglais. Nous supposons également que la CBC est motivée par la logique du marché puisque les provinces les plus importantes font l'objet d'un plus grand nombre de nouvelles. La carte géographique du Canada est cependant plus équilibrée à la CBC qu'à la SRC puisque l'auditoire de la chaîne anglophone s'étend d'un océan à l'autre.

La représentation des partis démontre également que la langue de diffusion a une plus grande importance que le statut juridique en information. Le parti le plus présent à la SRC et TVA est le Parti québécois et à la CBC, le PLC. Cependant, la différence entre la proportion des interventions des membres du PQ et du PLC est seulement de 5%. Elle est de 9% à TVA. Le parti formant l'opposition officielle à Québec, le PLQ, apparaît par contre plus souvent que le PQ à la CBC. En raison de l'effet Charest, nous ne pouvons savoir si cette situation prévaudrait en temps normal. Nous pouvons cependant affirmer que le PQ est marginalisé à la CBC puisqu'il n'est apparu que 22 fois (5,2%) aux nouvelles télévisées. Le BQ quant à lui apparaît plus souvent aux informations télévisées en français que le parti de l'opposition officielle à Ottawa. La formation est cependant pratiquement absente à la chaîne anglophone. Tandis que Jean Chrétien est le chef ayant été le plus à vu la CBC, Lucien Bouchard est celui qui est le plus souvent apparu à la SRC et TVA. Charest prend plus souvent la parole que Bouchard à la CBC et le nombre de ses interventions se rapproche de celui de Manning. Le chef de l'opposition officielle n'apparaît que très rarement à la SRC et à TVA. Bien que le réseau TVA soit plus «québécois» et moins «canadien» que la SRC, nous avons tout de même constaté que la représentation des locuteurs politiques à la SRC se rapproche beaucoup plus de celle de TVA que de la CBC. Les trois chaînes défavorisent cependant nettement les tiers partis et ceux de l'opposition et les députés sont tenus à l'écart aux informations télévisées.

Les nouvelles communes et spécifiques nous ont permis de comparer de façon plus générale le degré de ressemblance et de différence entre les trois chaînes. Nous avons constaté que bien que la SRC avait plus de nouvelles communes que TVA, qu'elle partageait également beaucoup de sujets avec la CBC. Cependant, 75% des nouvelles communes entre la SRC et TVA sont nationales. Cette proportion est de 57% entre la SRC et CBC. Partageant à la fois ses sujets avec la CBC et TVA, la SRC présente moins de nouvelles spécifiques que les deux autres chaînes.

Il existe malgré tout plusieurs similitudes entre la SRC et la CBC et les trois chaînes à la fois. À l'occasion même, des ressemblances ont été observées entre la CBC et TVA. Les éléments en présence dans ces cas n'avaient cependant pas d'incidence sur la construction de l'identité nationale dans les informations télévisées. Pour cette raison, ils n'ont pu être jugés au même titre que d'autres indicateurs dans la vérification de notre hypothèse. Ces observations nous ont par contre apporté des précisions importantes sur les comportements des trois chaînes en information.

Lorsque nous tenions seulement compte de la présentation et de l'organisation de l'information, nous avons constaté que la SRC partageait plus de points communs avec la CBC qu'avec le réseau TVA. Les reportages à TVA sont beaucoup plus courts. Par le fait même, le nombre de brèves est plus élevé sur cette chaîne. Les deux chaînes publiques présentent donc plus de reportages avec journaliste que le réseau privé. Elles accordent également une plus grande place à l'actualité internationale et une moindre place aux faits divers que le réseau TVA. Les trois chaînes se rejoignent par contre sur l'importance accordée à la politique nationale. La distribution des manchettes diffère également selon le statut de propriété. La SRC et la CBC accordent dans des proportions similaires une attention semblable aux mêmes objets de nouvelles au générique. TVA se distingue par le peu de manchettes accordées à l'actualité internationale et la place plus grande faite aux faits divers.

Nous avons par contre été surpris de constater que malgré les différences dans le choix des catégories d'information, les trois chaînes hiérarchisent leurs nouvelles de la même manière. Tout comme à la SRC et CBC, les faits divers et l'actualité

internationale sont présentées dans les derniers rangs. Même à la CBC, un fait divers local a plus de chance de passer avant une nouvelle internationale. Les trois réseaux favorisent l'actualité nationale avant tout. Nous pouvons donc affirmer que la langue et le statut du télédiffuseur n'a aucune incidence sur l'ordre de présentation de l'information.

Le réseau TVA se distingue également par son style journalistique. Les journalistes du réseau privé adoptent une approche différente dans leur commentaire journalistique de ceux des deux chaînes publiques. Laissant plus la parole aux intervenants dans leur reportage que leurs acolytes de la SRC et de la CBC, ils produisent également des topos plus factuels que ces derniers. Les journalistes des deux chaînes publiques accordent plus d'importance à l'analyse et aux commentaires critiques que ceux du réseau TVA. C'est la CBC par contre qui présente le plus de points de vue divergents dans ses reportages. La SRC et TVA ont plus tendance que la chaîne anglophone à ne présenter qu'un seul côté de la médaille et ce même dans les reportages politiques. La CBC applique donc de façon plus rigoureuse la règle des deux côtés de la médaille.

Il a été difficile de dégager une tendance générale concernant les sujets spécifiques des nouvelles politiques, économiques et sociales. Sur les enjeux plus provinciaux comme la langue et l'éducation, la SRC se rapprochait plus de TVA. Cependant, sur les questions de nature fédérale, les deux chaînes publique présentaient un profil plus semblable que les deux chaînes de langue française. À plusieurs égards également, les trois réseaux agissaient de la même manière. Ils ont traité, par exemple, à souhait de la santé et durant un mois de l'éventuelle arrivée de Jean Charest à la direction du PLQ.

La SRC partage cependant plus de similitudes avec la CBC qu'avec TVA dans sa couverture de l'actualité internationale. Les mêmes catégories de nouvelles et les mêmes pays reviennent plus souvent aux deux chaînes publiques qu'aux deux réseaux francophones. Cependant, lorsque des événements d'importance surviennent,

aucune chaîne n'échappe à la logique du mimétisme. Devant un incident ou un conflit politique d'envergure internationale, les intérêts des trois réseaux convergent dans le même sens.

Nous avons également constaté au chapitre 7 que le statut de propriété et la langue de diffusion n'avaient aucune incidence sur le choix des locuteurs dans les nouvelles télévisées. Le test du V de Cramer a par ailleurs démontré qu'il y avait plus de similitudes à cet égard entre la CBC et TVA. Nous avons par contre remarqué que le réseau TVA laissait à ces locuteurs plus de temps pour s'exprimer que la SRC et CBC. Le nombre d'intervenants par nouvelle est cependant moins élevé au réseau privé. Aux trois réseaux, le politicien est le locuteur qui apparaît le plus souvent aux informations télévisées. Suivent ensuite les citoyens. Ils interviennent moins souvent à la SRC qu'à TVA et CBC. Aux trois chaînes cependant, le temps de parole moyen des citoyens est le plus court de tous les groupes. Leurs commentaires sont donc perçus comme moins importants puisque présentés de façon plus expéditive. Ils apparaissent le plus souvent dans les nouvelles politiques à la CBC, dans les faits divers à TVA et dans les nouvelles économiques et sociales à la SRC. Les leaders d'opinion quant à eux sont principalement présents dans les nouvelles politiques et économiques et sociales et ils sont moins sollicités que les citoyens. Les gestionnaires privés et les experts sont les deux groupes les moins bien représentés aux trois réseaux.

Nous avons également comparé dans quelle mesure les locuteurs s'exprimaient en français et en anglais. Nous voulions mettre en évidence la proportion des intervenants s'exprimant dans la langue contraire du réseau. Il en est ressorti que la SRC tolérait beaucoup plus que TVA les interventions en anglais. Elle laisse également plus souvent la parole aux anglophones que la CBC, aux francophones. TVA et CBC adoptent donc un comportement similaire quant aux locuteurs ne s'exprimant pas dans leur langue de diffusion. À ce niveau, la SRC fait bande à part.

C'est également à la SRC que l'on retrouve en proportion le moins de femmes prenant la parole dans les nouvelles télévisées. TVA affiche le plus haut pourcentage et CBC se retrouve entre les deux. Les femmes s'expriment la plupart du temps à titre de citoyenne. Les avis autorisés incombent majoritairement aux hommes. Nous avons également remarqué que la proportion de femmes s'exprimant au journal télévisé avait stagné depuis quinze ans. Peu importe le statut et la langue du diffuseur, les femmes sont sous-représentées au journal télévisé. Cependant, le nombre de reportages produits par des femmes a considérablement augmenté depuis 1984. C'est à la CBC que l'on retrouve le moins de femmes journalistes.

Tout comme de Bonville et Siegel, nous pouvons affirmer que «les bulletins de nouvelles jouent au mieux un rôle très limité dans la formation de valeurs et de normes communes».¹⁵¹ Cependant, tout comme de Bonville et Vermette, nous croyons que les mesures législatives ont tout de même une incidence sur le contenu des bulletins de nouvelles. Les auteurs supposent que sans ces directives, le comportement d'une chaîne publique se rapprocherait davantage de son principal compétiteur, c'est-à-dire une chaîne privée. C'est en effet ce que nous avons remarqué. Le changement de la loi en 1991 a permis à la SRC de se rapprocher dans sa couverture des nouvelles sur le Québec de son concurrent, le réseau TVA. Nous pouvons affirmer que depuis 1987, la SRC applique encore plus la règle de la proximité.

Le débat entourant la couverture du *Peppergate* aux informations télévisées de la CBC et l'intervention du premier ministre Chrétien dans ce dossier a fait dire à l'ancien président de la Société Radio-Canada, Patrick Watson, que le vrai problème de la société d'État n'est pas l'ingérence politique mais bien le réel manque de vision de la télévision publique canadienne.¹⁵² Selon lui, le public en général ne distingue plus la télévision publique de la télévision commerciale. Si la SRC/CBC ne se

¹⁵¹ De Bonville, *op.cit.*, 699.

¹⁵² Watson, Patrick, «Viewpoint : The real menace to the CBC», *Time*, édition canadienne, 23 novembre 1998, vol. 152, no 21, 66.

transforme pas en une réelle chaîne publique en laissant de côté les considérations de cote d'écoute et de recette publicitaire, elle ne survivra pas, croit-il.

En Europe, le secteur télévisuel serait atteint du «syndrome canadien».¹⁵³ Cette expression désigne un système de télédiffusion nationale qui porte en lui une télévision de type public et une télévision de type commercial et dont les objectifs sont incompatibles. Les trois caractéristiques du syndrome sont les suivants :¹⁵⁴ 1) *un régime mixte public-privé où la concurrence se joue autant sur les cotes d'écoute que sur les recettes publicitaires*; 2) *de ce système mixte découle une télévision publique se comportant tantôt comme un service public tantôt comme une chaîne commerciale*; 3) *devant cette concurrence et ce «dédoublement de personnalité», l'importance réelle et symbolique de la télévision publique est marginalisée.*

Le «syndrome canadien», c'est en fait le constat d'échec de la mission de la télévision publique au Canada. Si d'un côté comme de l'autre, la chaîne anglaise et française de Radio-Canada font passer leurs intérêts commerciaux avant tout, la télévision canadienne ne pourra jamais devenir le dénominateur commun entre tous les Canadiens. Que l'on remplace «promouvoir l'unité canadienne» par «refléter la globalité canadienne», le problème demeure toujours entier. À travers les informations télévisées, la lecture que font les anglophones et les francophones de l'actualité du pays, et plus particulièrement de ses activités politiques, est différente sur plusieurs points. Cependant, il serait irréaliste de proposer qu'elle ne le soit pas. L'identité comme sentiment culturel et imaginaire est avant tout locale et régionale, pour reprendre l'explication de l'essayiste canadien Northrop Frye.¹⁵⁵

Présentant une forte proportion de produits régionaux sur ses ondes, le sentiment d'appartenance envers la télévision canadienne au Québec y est plus fort que partout ailleurs au Canada. En 1995, plus de 67% des heures d'écoute des Québécois

¹⁵³ Atkinson, *op.cit.*, 23.

¹⁵⁴ Atkinson, *op.cit.*, 24.

francophones vont aux émissions canadiennes (lire québécoises). De leur côté, les anglophones du pays consacrent 70% de ce temps aux émissions étrangères. La télévision québécoise tente de contrer la concurrence américaine en présentant des émissions produites au Québec. Les anglophones quant à eux sont plus attirés par les dramatiques américaines que canadiennes. L'accès à ces émissions est cependant plus facile pour les anglophones que pour les francophones. Ces derniers consacrent de plus un plus grand nombre d'heures aux nouvelles et émissions d'affaires publiques, soit 28,1% des heures d'écoute, que les anglophones (15,4%). Le pourcentage allant aux dramatiques canadiennes est de 13% chez les francophones et de seulement 2% chez les anglophones.¹⁵⁶

Pour que la télévision publique française et anglaise ait plus en commun, il faudrait qu'elles soient directement en compétition l'une contre l'autre. Or chacune est en concurrence avec les chaînes privées avec lesquelles elles partagent le même auditoire potentiel. À partir du 1^{er} avril 1999, la concurrence entre SRC et TVA ne se jouera plus seulement au plan local mais également national. Les deux chaînes publiques se battront dorénavant autant pour la part d'auditoire des francophones à l'intérieur qu'à l'extérieur du Québec. Une dizaine de journalistes et de correspondants de partout au pays alimenteront le journal télévisé.¹⁵⁷ Il est donc à prévoir que le pourcentage des reportages concernant le reste du Canada augmentera au TVA Édition 10:00. Or comme la proportion des nouvelles des autres provinces est particulièrement faible à TVA, il faudrait qu'un nombre considérable de reportages «canadiens» soit inséré au téléjournal pour dénoter une différence. Cependant, si tel était le cas, ce serait avant tout la logique du marché qui aurait poussé une chaîne privée à «refléter la globalité canadienne» permettant par ricochet à la SRC de se «canadianiser».

¹⁵⁵ Frye, Northrop, *The bush garden*, Toronto, House of Anansi, 1971. Cité dans Raboy, Marc, *Accès inégal: Les canaux d'influence en radiodiffusion*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1995, 70-71.

¹⁵⁶ Ces données sont tirées de Statistique Canada, *Le Canada, sa culture, son patrimoine et son identité: Perspective statistique*. Édition 1997, catalogue 87-211 Annuel.

¹⁵⁷ Cauchon, Paul, «TVA devient un réseau national», *Le Devoir*, 30 octobre 1998, A1.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages de référence

- Anderson, Benedict, *L'imaginaire national*, Paris, La Découverte, 1996.
- Atkinson, Dave, *La crise des télévisions publiques européennes ou la propagation du «syndrome canadien»*, Institut québécois de recherche sur la culture, 1993.
- Braud, Philippe, *Sociologie politique*, Librairie générale de droit et de jurisprudence, Paris, 1992.
- Charron, Jean, *La production de l'actualité*, Montréal, Boréal, 1994.
- Charron, Danielle, *Une introduction à la communication*, Sillery, Presses de l'Université du Québec, 1989.
- Chebel, Malek, *La formation de l'identité politique*, Paris, PUF, 1986.
- Collins, Richard, *Culture, communication and national identity : The case of canadian television*, Toronto, University of Toronto press, 1990.
- Cormier, Michel et Cleary, Bernard, *La presse électronique au Québec*, 1985.
- Deaulniers, Jean-Pierre, *La télévision en vrac: essai sur le triste spectacle*, Montréal, Éditions coopératives Albert Saint-Martin, 1982.
- Desaulniers, Jean-Pierre, «Television and nationalism : from culture to communication», dans Drummond and Paterson, *Television in transition*, London, British film institute, 1985.
- Eldridge, John, *Glasgow media group reader*, London, Routledge, 1995, vol.1.
- Iyengar, Shanto et Donald R. Kinder, *News that matter*, Chicago, Chicago university press, 1987.
- Jensen, Klaus Bruhn, *Making sense of the news*, Aarhus, Aarhus university press, 1986.
- Lévêque, Alexandre, *La représentation du politique dans l'information télévisée: une comparaison entre les réseaux SRC et CBS*, mémoire de maîtrise, Université de Montréal, 1998.
- Mcquail, Denis, *Media performance*, London, Sage publications, 1992.

- Mercier, Arnaud, *Le journal télévisé*, Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques, 1996.
- Miller, David and Kevin Williams, «Negotiating HIV/AIDS information: Agendas, media strategies and the news» dans *Getting the message: News, truth and power*, Glasgow university media group, London, Routledge, 1993.
- Monière, Denis, *Analyse comparative des journaux télévisés de quatre pays de la francophonie*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 1999.
- Raboy, Marc, *Accès inégal: Les canaux d'influence en radiodiffusion*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1995.
- Raboy, Marc, «Public television, the national question and the perservation of the canadian state», dans Patterson and Drummond, *Television in transition*, London, British film institute, 1985.
- Schlesinger, Philip, *Media, state and nation : Political violence and collective identities*, London, Sage publications, 1991.
- Siegel, Arthur, *Politics and the media in Canada*, Toronto, McGraw-Hill Ryerson limited, 1996.
- Taras, David, *The Newsmakers: The media's influence on canadian politics*, Scarborough, Nelson Canada, 1990.
- Tremblay, André, *Sondages: histoire, pratique et analyse*, Boucherville, Gaëtan Morin éditeur, 1991.

Articles de revues

- Behr, R.L. et Shanto Iyengar, «Television news: Real world cues and changes in the public agenda», *Public opinion quaterly*, vol. 49, 1985.
- Clarke, Debra, «Constraints of television news production : The example of story geography», *Canadian journal of communication*, vol 15, no 1, hiver 1990, 67-94.
- De Bonville, Jean et Jacques Vermette, « Télévision et unité nationale : la couverture de l'actualité », *Revue canadienne de science politique*, vol 27, no4, déc. 1994, 699-716.
- Desaulniers, Jean-Pierre et Philippe Sohet , «Les Actualités Télévisées ou la parade du soir», *Communication et information*, vol 3, no 1, hiver 1980, 7-26.

Desaulniers, Jean-Pierre et Philippe Sohet, «L'univers du téléjournal québécois», *Communication Information*, vol 3, no 2, hiver 1980, 199-210.

Minaudo, Vito, « Media et lien social », *Cahiers internationaux de Sociologie*, vol.82, 1987, 205-218.

Semetko, Holli, « Political balance on television », *Press/Politics*, vol 1 no1,1996, 51-71.

Documents officiels

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *La représentation des femmes et des hommes dans la radiodiffusion au Canada*, Ministère des Approvisionnements et services, 1990.

Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, *Vers un nouveau pouvoir*, 1990.

Desbarats, Peter, *Radio and television news*, Task force on broadcasting policy, Final report, 1985.

Nash, Knowlton, *L'information à Radio-Canada*, Document de Radio-Canada, audiences pour le CRTC, 1978.

Siegel, Arthur, *Une analyse de contenu: similitudes et différences entre les nouvelles des réseaux français et anglais de la Société Radio-Canada*, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 1977.

Société Radio-Canada, *Normes et pratiques journalistiques*, 1993.

Société Radio-Canada, *Politique journalistique*, 1982.

Statistique Canada, *Le Canada, sa culture, son patrimoine et son identité: Perspective statistique*, Edition 1997, catalogue 87-211 Annuel.

Statuts du Canada, *Loi sur la radiodiffusion*, 1991, article 3, chapitre 11, 38-39
Élizabeth II, sanctionné le 1 er février 1991.

Statuts refondus du Canada, 1970, *Loi sur la radiodiffusion*, 1968, article 3, chapitre B-11.

Thibault, Marc, *L'information à Radio-Canada*, Document de Radio-Canada, audiences pour le CRTC, 1978.

Articles de journaux et de revues non spécialisées

Cauchon, Paul, «Blanc bonnet, bonnet blanc», *Le Devoir*, 16 octobre 1998, B11.

Cauchon, Paul, «TVA devient un réseau national», *Le Devoir*, 30 octobre, 1998, A1.

Corneillier, Manon, «Ottawa entend hausser les exigences pour reconnaître un oui»,
Le Devoir, 8 déc. 1997, A8.

Watson, Patrick, «Viewpoint: The real menace to the CBC», *Times*, édition
canadienne, vol. 152, no 21, 23 novembre 1998.

ANNEXES

ANNEXE 1

Grille de codification des nouvelles

1-DATE _____		gouv provincial	44
		parlement provincial	45
2- CHAINE		partis provinciaux	46
SRC	1	pol municipale	47
CBC	2	activité civique	48
TVA	3	sondage	49
		manifestation	50
3-RANG _____		prov _____	
premier	4	ville _____	
deuxième	5	sujet spécifique	
trois à cinq	6	_____	
six à neuf	7	_____	
dix à quinze	8	_____	
après quinze	9	Economie et société	54
manchette	10	prov _____	
		ville _____	
4- DURÉE _____		sujet _____	
moins de 20 sec	11	_____	
entre 20 et 59	12	Culture	58
entre 60 et 89	13	Sujet _____	
entre 90 et 119	14	prov _____	
entre 120 et 180	15	ville _____	
plus de 180	16	_____	
5- FORMAT		Sport	61
présentateur seul	17	sujet _____	
prés + image fixe	18	prov _____	
prés.+ film	19	ville _____	
prés. + film+ journ	20	_____	
prés+ film+ 2 journ	21	Fait divers	65
prés.+ journ duplex	22	sujet _____	
autre	23	prov _____	
		ville _____	
6- OBJET DE LA NOUVELLE		7- QUI PARLE?	
internationale	30	durée sexe langue	
pays couvert		Politiciens 68 69 70 71 72	
_____	31	_____ () M/F A/F	
pol étrangère	32	_____ () M/F A/F	
org intern	33	_____ () M/F A/F	
politique	34	_____ () M/F A/F	
militaire	35	_____ () M/F A/F	
économie	36	_____ () M/F A/F	
aide humanitaire	37	Experts 73 74 75	
fait divers		_____ () M/F A/F	
sujet spécifique		_____ () M/F A/F	
_____		_____ () M/F A/F	
_____		Citoyens 76 77 78	
Politique nationale	40	_____ () M/F A/F	
gouvern. fédéral	41	_____ () M/F A/F	
activité parlement	42	_____ () M/F A/F	
partis fédéraux	43	_____ () M/F A/F	

Leaders d'opinion	79	80	81
_____ ()	M/F	A/F	
_____ ()	M/F	A/F	
_____ ()	M/F	A/F	

Gestionnaires publics	82	83	84
_____ ()	M/F	A/F	
_____ ()	M/F	A/F	
_____ ()	M/F	A/F	

Gestionnaires privés	85	86	87
_____ ()	M/F	A/F	
_____ ()	M/F	A/F	
_____ ()	M/F	A/F	

8-AFFILIATION PARTISANE

PLC	90
PC	91
PR	92
BQ	93
NPD	94
PQ	95
PLQ	96
ADQ	97
PL ont	98
PC ont	99
NPD ont	100
PL autres prov	101
PC autres prov	102
NPD autres prov	103
autre	104

9- REFERENCES IDENTITAIRES

dans nouvelles politiques	
présentateur	
Québec_____	105
Québécois_____	106
Canada_____	107
Canadiens_____	108
national Canada_____	109
national Québec_____	110
locuteur	
Québec_____	111
Québécois_____	112
Canada_____	113
Canadiens_____	114
national Canada_____	115
national Québec_____	116
journaliste	
Québec_____	117
Québécois_____	118
Canada_____	119
Canadiens_____	120
national Canada_____	121

national Québec_____	122
----------------------	-----

10- TYPE de reportage

contenu homogène	123
contenu polémique	124
contenu diversifié	125

11- TON du commentaire journalistique

factuel	126
positif	127
négatif	128
équilibré	129
sarcastique	130

12- IMAGES

drapeau canadien	131
drapeau québécois	132
feuille d'érable	133
fleur de lys	134
Parlement extérieur	135
Parlement intérieur	136
Ass, nationale ext	137
Ass.nat intérieur	138
Cour suprême	139
carte du Canada	140
carte du Québec	141

13- NOUVELLE SPÉCIFIQUE 142

NOUVELLE COMMUNE:SUJET	
SRC/CBC	143
SRC/TVA	144
TVA/CBC	145
SRC/TVA/CBC	146

14- SÉQUENCES FILMÉES 147

IDENTIQUES durée	
SRC/CBC _____	
SRC/TVA _____	

15- JOURNALISTE

ANNEXE 2

Sujets spécifiques

- 51 = entreprises
- 52 = investissements
- 53 = activité boursière
- 54 = dollar canadien
- 55 = banques
- 56 = économie
- 57 = taux d'intérêt et hypothécaire
- 58 = prix, consommation, inflation
- 59 = recherche et innovations
- 60 = commerce extérieur
- 61 = fraudes économiques et informatiques
- 62 = transport
- 63 = énergie
- 64 = agriculture, forêts et pêches
- 65 = tourisme et loisir
- 66 = création d'emplois
- 67 = perte d'emplois
- 68 = chômage
- 69 = relations de travail
- 70 = négociations syndicales
- 71 = activités syndicales
- 72 = grève
- 73 = environnement, pollution
- 74 = santé
- 75 = éducation
- 76 = sécurité sociale
- 77 = sécurité publique
- 78 = immigration et intégration
- 79 = justice
- 81 = politique étrangère
- 82 = armée et défense
- 83 = politique familiale
- 84 = langue et culture
- 85 = fraude, scandale et corruption
- 86 = unité nationale et souveraineté
- 87 = constitution
- 88 = budget
- 89 = finances publiques
- 90 = pauvreté
- 91 = suicide
- 92 = drogue et tabagisme
- 93 = condition féminine
- 94 = protection de la jeunesse
- 95 = nationalisme-drapeau
- 96 = religion
- 99 = chefferie PLQ
- 103 = médias
- 105 = autres
- 106 = autochtones