

Université de Montréal

**La promotion des livres
dans
*La Presse, Le Devoir et Le Journal de Montréal***

Par

Bernard Musoni

Département de communication

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 (M.Sc.)
en sciences de la communication

Septembre, 1999

© Bernard Musoni, 1999



P
90
054
2000
1,004

Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé:

"La promotion des livres
dans *La Presse*, *Le Devoir* et *Le Journal de Montréal*"

présenté par:

Bernard Musoni

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes:

Line Grenier
Claude Martin
Jacques Lemieux

Président-rapporteur
Directeur de recherche
Membre du jury

Le mémoire a été accepté le: 2000-02-18

SOMMAIRE

Ce mémoire traite de la promotion du livre dans les trois quotidiens francophones de Montréal, soit *Le Devoir*, *La Presse*, et *Le Journal de Montréal*. Nous avons dépouillé les cahiers consacrés au livre dans ces trois quotidiens durant le mois de novembre 1996 et avons étudié les caractéristiques des articles et des publicités sur les livres. Après une tentative d'évaluation de la promotion du livre, nous avons établi les proportions entre la présence du livre canadien français¹ dans les trois journaux et sa part sur le marché local du livre.

La problématique et le type de corpus étudiés se situent dans le prolongement des travaux de Lucie Suissa, de Jean-Paul Baillargeon et Michel de la Durantaye sur les chroniques du livre dans les journaux, sur sa présence et sa visibilité dans les mass-médias et dans les institutions chargées de son relais. La particularité de notre recherche réside dans l'intérêt qu'elle porte aux publicités relatives aux livres, un aspect qui n'a pas été abordé dans les recherches précitées.

Pour étudier les caractéristiques des publicités et des articles sur les livres, nous avons procédé à une analyse de contenu. En tout, 852 unités d'analyse et 33 variables ont été examinées. Les unités respectives du *Devoir*, de *La Presse* et du *Journal de Montréal* correspondent à 77,8%, 19,5% et 2,7% des unités de notre corpus.

¹. De façon générale, les termes "canadien français" et "Canada français" peuvent être respectivement remplacés par "québécois" et "Québec", sauf quelques livres de francophones hors Québec.

Ainsi, nous avons noté que *Le Devoir* a un nombre d'unités de loin beaucoup plus élevé que les deux autres quotidiens. Toutefois, quand on tient compte du nombre de messages diffusés obtenu à partir du volume des tirages par journal, les résultats laissent voir que *La Presse* affiche un score plus élevé. La part des unités d'analyse relatives aux publicités représente 70% de toutes les unités, tandis que celle des articles est de 30%. Par contre, les indices de valorisation totaux et moyens sont de loin plus élevés pour les articles que pour les publicités. Les résultats laissent voir que le livre québécois est massivement présent dans les trois quotidiens examinés. La valorisation en terme de surface, de présence de l'image du livre et de la photo de l'auteur leur est aussi favorable. Ce constat est particulièrement évident dans les publicités. Dans les articles, les proportions sont plus favorables au livre français et américains. Certains livres et auteurs comme *Olivar Asselin. Le militant* d'Hélène Pelletier-Baillargeon, *Quand je serai grande, je serai sage* d'Andrée Boucher, *Québec 1997*, ainsi que les livres de Marcel Pénac ont une présence particulièrement importante. Si on regarde les indices de valorisation moyens selon l'origine des auteurs, *Le Devoir* et *Le Journal de Montréal* peuvent être associés aux auteurs d'origine canadienne-française, tandis que *La Presse* serait relativement plus associée aux auteurs d'origine française et américaine.

Enfin, nous en sommes arrivés à la conclusion que la couverture du livre québécois dans les trois quotidiens montréalais représente environ le double de sa présence sur le marché du livre au Québec. Ce mémoire sur la promotion du livre dans les quotidiens montréalais renferme aussi des renseignements sur le travail journalistique, le service de presse de l'éditeur et leur collaboration concurrente dans la promotion du livre.

TABLE DES MATIERES

| | |
|--|-----|
| Sommaire..... | i |
| Table des matières..... | iii |
| Liste des tableau..... | xv |
| Remerciements..... | vii |
| INTRODUCTION | 1 |
| Chapitre 1: CONTEXTE..... | 4 |
| 1.1 L'industrie du livre au Québec..... | 4 |
| 1.1.1 Édition et distribution..... | 5 |
| 1.1.2 Les librairies | 7 |
| 1.1.3 Industrie du livre et stratégies de promotion..... | 8 |
| 1.2 Les médias et l'industrie du livre | 9 |
| 1.2.1 Journalisme culturel et médiation..... | 11 |
| 1.2.2 La critique littéraire et le service de presse | 14 |
| Chapitre 2: CONTEXTE THÉORIQUE..... | 16 |
| 2.1 Les théories de la communication de masse | 18 |
| 2.2 Le livre et les industries culturelles..... | 21 |
| 2.3 La problématique | 26 |
| Chapitre 3: MÉTHODE..... | 31 |
| 3.1 Description du corpus | 32 |
| 3.2 Les variables..... | 33 |
| 3.3 Codage et calcul des indices de valorisation..... | 37 |
| Chapitre 4: RÉSULTATS ET ANALYSE..... | 41 |
| 4.1 Fréquence et surface selon le type et le journal | 44 |
| 4.2 Caractéristiques des publicités | 48 |
| 4.2.1 Fréquence et surface selon le genre de livre | 48 |
| 4.2.2 Fréquence, surface et origine de l'auteur | 52 |
| 4.2.3 Fréquence, surface et origine des éditeurs | 55 |
| 4.2.4 Informations nominales | 58 |
| 4.2.5 Description de deux titres types..... | 62 |
| 4.2.6 Autres caractéristiques | 62 |
| 4.2.7 Conclusion..... | 64 |

| | |
|---|-----|
| 4.3 Caractéristiques des articles..... | 65 |
| 4.3.1 Type d'article par journal..... | 66 |
| 4.3.2 Genre et journal | 68 |
| 4.3.3 Informations nominales | 72 |
| 4.3.4 Auteur et titre particuliers..... | 73 |
| 4.3.5 Opinion, type, genre et journal..... | 74 |
| 4.3.6 Autres caractéristiques | 94 |
| 4.3.7 Conclusion..... | 96 |
| 4.4 La valorisation totale | 97 |
| 4.4.1 Indice de valeur selon le journal et le genre .. | 100 |
| 4.4.2 Indice versus titre..... | 102 |
| 4.4.3 Indice de valeur versus auteur..... | 102 |
| 4.4.4 Indice de valeur versus éditeur..... | 103 |
| 4.4.5 Conclusion..... | 106 |
| 4.5 Évaluation de la promotion médiatique..... | 106 |
| 4.5.1 Comparaison avec les best-sellers..... | 107 |
| 4.5.2 Titres, auteurs et éditeurs moins fréquents..... | 110 |
| SYNTHESE ET CONCLUSION..... | 114 |
| | |
| BIBLIOGRAPHIE | 118 |
| | |
| ANNEXES..... | 122 |
| 1. Titres de livres dans les publicités | 122 |
| 2. Liste des annonceurs du corpus | 130 |
| 3. Titres de livres dans les articles..... | 132 |
| 4. Auteurs par ordre décroissant de valorisation..... | 137 |
| 5. Titres présents à la fois dans les articles et dans les publicités..... | 148 |
| 6. Listes des best-sellers du corpus..... | 150 |
| 7. Échantillons: titres (1), auteurs (2) et éditeurs(3) peu fréquents..... | 151 |

LISTE DES TABLEAUX

| | |
|--|----|
| 1.1 Tirages moyens et réimpression, Québec, 1983-1995..... | 6 |
| 2.1 Adaptation du schéma de Claude Shannon | 20 |
| 3.1 Unités du corpus selon la source et le type | 33 |
| 3.2 Les variables et leurs valeurs | 39 |
| 4.1 Articles publiés par journal..... | 43 |
| 4.2 Unités selon le type (articles et publicités) et le journal..... | 45 |
| 4.3 Surface des unités selon le type et le journal..... | 46 |
| 4.4 Messages diffusés par journal..... | 48 |
| 4.5 Publicités selon le genre et le journal..... | 49 |
| 4.6 Surface des publicités selon le genre et le journal | 51 |
| 4.7 Publicités selon l'origine de l'auteur et le journal..... | 53 |
| 4.8 Surface selon l'origine de l'auteur et le journal | 55 |
| 4.9 Unités selon l'origine des éditeurs et le journal..... | 56 |
| 4.10 Surface selon l'origine des éditeurs et le journal..... | 57 |
| 4.11 Répartition des fréquences selon les titres | 58 |
| 4.12 Nombre d'auteurs selon la fréquence | 59 |
| 4.13 Nombre d'éditeurs selon la fréquence | 60 |
| 4.14 Nombre d'annonceurs selon la fréquence | 61 |
| 4.15 Unités selon les éléments de valorisation | 63 |
| 4.16 Unités selon le type d'article et le journal | 66 |
| 4.17 Surface selon le type d'article et le journal..... | 68 |
| 4.18 Articles selon le genre et le journal..... | 69 |
| 4.19 Surface des articles selon le genre et le journal | 71 |

| | |
|--|-----|
| 4.20 Répartition des fréquences par éditeurs de livres..... | 73 |
| 4.21 Répartition des opinions selon le journal..... | 75 |
| 4.22 Répartition des opinions selon le type d'article | 76 |
| 4.23 Opinion selon le type d'article dans <i>La Presse</i> | 77 |
| 4.24 Opinion selon le type d'article dans <i>Le Devoir</i> | 79 |
| 4.25 Unités selon l'opinion et le genre..... | 81 |
| 4.26 Opinion selon le genre dans <i>La Presse</i> | 82 |
| 4.27 Opinion selon le genre dans <i>Le Devoir</i> | 84 |
| 4.28 Opinion selon l'origine de l'auteur | 86 |
| 4.29 Opinion selon l'origine de l'auteur dans <i>La Presse</i> | 87 |
| 4.30 Opinion selon l'origine de l'auteur dans <i>Le Devoir</i> | 88 |
| 4.31 Opinion selon l'origine de l'éditeur | 90 |
| 4.32 Opinion selon l'origine de l'éditeur dans <i>La Presse</i> | 92 |
| 4.33 Opinion selon l'origine de l'éditeur dans <i>Le Devoir</i> | 93 |
| 4.34 Proportion des unités selon les éléments de valorisation | 95 |
| 4.35 Surface selon le journal et le genre (publicités et articles)..... | 99 |
| 4.36 Indices de valorisation selon le type et le journal..... | 100 |
| 4.37 Indices de valorisation selon le genre et le journal..... | 101 |
| 4.38 Indices de valorisation selon le journal et l'origine de l'auteur | 103 |
| 4.39 Indices de valorisation selon le journal et l'origine de l'éditeur | 104 |
| 4.40 Les échantillons de faible fréquence..... | 112 |

REMERCIEMENTS

Je tiens d'abord à remercier mon directeur de mémoire, Monsieur Claude Martin, autant pour sa disponibilité que pour sa rigueur et la pertinence de ses conseils. Je remercie le Fonds F.C.A.R et le C.R.S.H.C pour l'aide financière octroyée qui a permis la réalisation de cette recherche. Je remercie tous les membres du Laboratoire d'économie industrielle des médias de l'Université de Montréal et du Groupe recherche sur les Best-sellers (Université de Montréal et Université Laval) pour leur convivialité. Ils m'ont été d'un grand secours en facilitant fréquemment l'accès aux équipements et aux bases de données sur les best-sellers.

INTRODUCTION

Le livre, comme tout produit culturel, n'est pas seulement un objet manufacturé: il établit une relation de communication incluant une dimension symbolique.
(Y. Evrard, 1987)

Notre étude examine les activités relatives à la promotion du livre dans les quotidiens montréalais francophones publiés en novembre 1996. Elle vise à rendre compte de la promotion en tant qu'élément du marketing dans le domaine culturel en prenant l'exemple de l'édition du livre.

Le livre, en tant que moyen de communication sociale, devient l'objet d'autres médias, médias de masse et moyens de communication interpersonnelle (le bouche à oreille). Nous nous sommes intéressés aux quotidiens à cause de la place qu'ils occupent traditionnellement dans la promotion du livre. Les annonces publicitaires et les articles sont les deux outils de promotion recensés dans notre corpus.

Tout comme d'autres secteurs de la vie, la promotion du livre est marquée par la logique de l'économie. Le domaine du livre est considéré comme étant un des premiers à avoir adopté les méthodes de production industrielle. La production du livre a aussi les particularités dont se réclament les industries culturelles. C'est donc sous cet angle que nous avons examiné la promotion du livre. Nous pouvons alors nous situer à l'aide du modèle d'analyse de l'économie industrielle: structure-stratégie-performance. Selon ce modèle, la promotion est une des stratégies

influencées par les structures d'un marché. À son tour, cette stratégie influence la performance des entreprises et des marchés.

En passant par les médias, la stratégie de promotion utilisée est la stratégie d'attraction¹. Elle consiste à parler du produit de telle sorte que le public se déplace pour aller le chercher. Les articles et les annonces matérialisent au niveau des médias écrits les deux aspects de la stratégie d'attraction dont il est question dans cette étude. Les articles sont cependant le fait des journalistes que la promotion rejoint au moyen des relations publiques, en particulier les relations de presse.

Dans notre exposé contextuel, il sera d'abord question de l'organisation de l'industrie du livre au Québec. Nous donnerons ensuite un aperçu des concepts et modèles théoriques que nous avons jugés essentiels à la compréhension de la communication entre l'auteur et le public en général, et en particulier, dans le cadre de la promotion en tant qu'élément de la stratégie marketing.

Pour étudier la promotion du livre dans les quotidiens, l'analyse de contenu des annonces et des articles sur les livres s'est imposé d'emblée comme étant la méthode la plus appropriée à notre objet de recherche. Un chapitre de ce travail en présentera les modalités.

Les résultats sont ensuite présentés en analysant la fréquence et la surface des articles et des publicités selon le journal. Nous examinons successivement des caractéristiques des publicités et des articles. Une section est consacrée à l'étude de la valorisation totale établie à partir de certaines caractéristiques des articles et des publicités. Nous terminerons la présentation des résultats par l'étude de la

¹. La pression étant la stratégie qui cherche à mener le produit près du client.

corrélation entre la présence sur les listes des best-sellers du journal *La Presse* et les indices de valorisation. Nous verrons aussi des résultats relatifs à certains auteurs, éditeurs et titres moins valorisés dans notre corpus.

Chapitre 1: CONTEXTE

L'approche historique permet aussi d'aller à l'encontre d'idées reçues, comme la mise en avant trop systématique d'une opposition irréductible entre l'économie et le culturel, qui reflète en vérité la coexistence, pas toujours pacifique, d'un travail demeuré artisanal et d'une grande industrie, ou comme la dénonciation d'un processus de concentration inéluctable qui porterait préjudice à la création.
(Fr. Benhamou, 1986)

Dans cette partie, il est d'abord question des principaux éléments structurels de l'industrie du livre au Québec. Nous évoquons l'évolution remarquable de l'industrie du livre en examinant quelques indicateurs socio-économiques relatifs aux maisons d'édition, aux distributeurs et aux librairies. Nous parlons de façon générale de l'impact de la législation dans le domaine du livre.

Nous abordons ensuite des stratégies de promotion dans l'industrie du livre. Une bonne partie de ce chapitre étant consacrée aux rapports entre les médias et l'industrie du livre, nous y trouverons un rappel des notions fondamentales telles que le journalisme culturel, la critique littéraire, et le service de presse dans le domaine de l'édition du livre.

1.1 L'industrie du livre au Québec

Avec la Révolution tranquille, se sont réunies les conditions nécessaires au développement l'industrie du livre. Il y a eu notamment la réforme scolaire des années 1960 qui a assuré un accès à un niveau de scolarisation plus élevé à un nombre de gens de plus en plus important. D'autres interventions de l'État sur le plan

législatif et financier ont favorisé l'essor d'un véritable réseau de bibliothèques et de librairies. Le nombre de maisons d'édition, d'écrivains et de publications a considérablement augmenté, surtout après les années 1970.

Aujourd'hui, l'industrie du livre est dynamique. Le nombre de livres publiés par 100 000 habitants dépasse 89 et vient avant celui de l'Allemagne, de l'Italie, de la France et des États-Unis. On estime généralement que la propriété de l'industrie du livre est québécoise à 60%. Petit à petit, des efforts pour promouvoir l'exportation du livre commencent à porter des fruits.

1.1.1 Édition et distribution

Avant les années 1960, les maisons d'édition sont peu nombreuses. Plus de 80% des ouvrages en librairie étaient publiés à l'étranger. Wilson et Lafleur (1909) et Fides (1937), ainsi que des éditeurs éphémères de la période de la seconde guerre mondiale, constituent des exceptions². La plupart des maisons d'édition actuelles ont moins de vingt ans. La Loi de l'assurance-édition (1962), la Loi sur l'agrément des libraires (1965), les décrets de 1972 obligeant les établissements subventionnés à acheter leurs livres dans les librairies agréées, la Loi sur le développement des entreprises du livre (1981) ont contribué à changer radicalement le paysage de l'industrie du livre.

Dans les années 1970 et 1980, le nombre de distributeurs et de maisons d'édition a énormément augmenté³. En 1996, 1 650 personnes et entreprises ont déposé une publication à la Bibliothèque nationale du Québec. Le nombre d'éditeurs commerciaux était estimé à 200. Le livre publié au Québec représente 49,6% des

². Québec, Ministère de la Culture et des Communications, *État de situation de la lecture et du livre au Québec*, 1998, p.58.

³. Gaétan Hardy, *Les Maisons d'édition agréées*, 1995, p.77

ventes du marché local y compris le manuel scolaire. Ce pourcentage est estimé entre 30 et 35% pour le marché de la littérature générale⁴.

Tableau 1.1
Évolution des tirages moyens et des réimpressions,
Québec, 1983 et 1995

| | 1 9 8 3 | | / | 1 9 9 5 | |
|--------------------|---|---------------------------------|---|---|---------------------------------|
| Type de production | Tirages moyens de l'ensemble des titres | Proportion de titres réimprimés | | Tirages moyens de l'ensemble des titres | proportion de titres réimprimés |
| Scolaire | 3 141 | 56,4% | | 2 737 | 63,7% |
| Littérature | 4 433 | 23,7% | | 2 788 | 29,5% |
| Jeunesse | 3 934 | 57,9% | | 2 695 | 41,0% |
| Autres | 3 224 | 18,8% | | 5 837 | 45% |
| Total | 4 042 | 35,0% | | 3 593 | 47,8% |

Source: *État de situation de la lecture et du livre au Québec, 1998*.

Le tableau 1.1 est une compilation faite à partir du *Rapport statistique, les maisons d'édition agréées, 1983-1995*, publié en 1997 par le Ministère de la Culture et des communications du Québec. On y voit que le tirage moyen décroît de 1983 à 1985 alors que la proportion des titres réimprimés augmente. Cependant le tirage global de livres s'est accru de 117% de 1972 à 1996. Cette performance constitue pour beaucoup d'observateurs un fait sans précédent dans le domaine, si on la compare avec celles des industries des pays francophones ayant aussi un marché local exigu.

⁴. Québec, Ministère de la Culture et des Communications, *op. cit.*, 1998, p.55.

Ce développement peut aussi être expliqué par la capacité du milieu de l'édition à tirer profit de méthodes de promotion qui incluent l'utilisation de la publicité et des services de presse ainsi que par l'intérêt porté aux livres par les journaux.

1.1.2 Librairies

Aujourd'hui, le Québec compte environ 5 000 points de vente de livres. Il y a plus de 305 librairies dont 207 ont un stock d'au moins 1000 titres québécois. La reconnaissance et le développement du rôle des librairies commencent petit à petit après l'adoption de la Loi sur l'agrément des libraires de 1965 qui donne suite à certaines recommandations du Rapport Bouchard⁵. Cependant c'est en 1972 que l'intervention de l'État se fait plus décisive en obligeant par décret les institutions publiques de se procurer les livres dans les librairies agréées. C'était une des principales recommandations du Rapport Bouchard. Afin d'empêcher ces institutions d'acheter les livres dans les grands centres urbains, un autre décret les oblige à s'approvisionner dans les librairies de leurs régions.

En 1981, la Loi sur l'agrément des librairies a été remplacée par la Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre. Celle-ci offre à l'industrie des conditions de développement plus équilibrées. Elle permet à chaque acteur de la chaîne du livre, particulièrement aux libraires et aux éditeurs, de bénéficier des mesures favorables à leur rentabilité. Tout comme dans la loi précédente, le législateur reconnaît le rôle de premier plan que jouent les librairies dans le développement de l'industrie du livre.

⁵. Québec, Ministère des Affaires Culturelles, *Rapport de la Commission d'enquête sur le commerce du livre dans la province du Québec*, décembre 1963.

Les principaux objectifs de la Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre sont:

Augmenter l'accessibilité du livre sur le plan territorial (par l'implantation d'un réseau de librairies dans toutes les régions du Québec) et économique (par une stabilisation ou une augmentation modérée des prix).

Développer une infrastructure industrielle et commerciale concurrentielle pour le livre: implantation et consolidation d'entreprises de propriété québécoise (100%), consolidation de l'infrastructure de production, de distribution et de diffusion, reconnaissance du rôle du distributeur dans la chaîne du livre, réglementation des pratiques commerciales de l'ensemble des partenaires, etc.⁶.

Les bienfaits des interventions législatives et financières de l'État ont été contrebalancés ses dernières années par le contexte nouveau dû à l'évolution du marché du livre. Le développement des magasins de grande surface, la mondialisation, le phénomène des best-sellers sont les nouvelles données de la concurrence sur le marché du livre, comme le montre la guerre de prix du livre qui a mobilisé l'attention des principaux intéressés du commerce du livre⁷.

1.1.3 L'industrie du livre et les stratégies de promotion

De façon générale, le diffuseur ou le distributeur s'occupent respectivement de l'information et de la disponibilité matérielle du livre. En principe, la promotion précède la distribution, mais une coordination s'impose de façon à assurer la présence des ouvrages annoncés là où ils doivent être au bon moment.

Il est bien évident que l'édition ne peut se limiter à la production (incluant la composition, l'impression et la fabrication du livre); pour accéder à un public, pour se développer une clientèle, l'édition doit se mêler de promouvoir le livre⁸.

Toutefois très peu de maisons peuvent se permettre d'engager beaucoup de fonds dans la promotion car le retour sur l'investissement est incertain. Dans la pratique,

⁶. Québec, Ministère de la culture et des communications, *op. cit.*, 1998, p. 121.

⁷. Compte-rendus du Sommet du livre de printemps 1998 et de journaux de printemps.

⁸. Giroux, Robert et al, *Le spectacle de littérature*, 1984, p. 195.

les activités de promotion sont souvent assurées par la maison d'édition elle-même ou parfois déléguées entièrement ou en partie à une entreprise spécialisée. On parle de stratégie d'attraction, de pression ou d'une combinaison des deux selon le cas. L'attraction consiste à utiliser les mass-médias pour séduire les clients et les motiver à se procurer un produit, tandis que la pression vise à se rapprocher plus du client soit directement par les méthodes de présentation et des offres personnalisées, soit en déléguant la promotion aux intermédiaires (distributeurs, diffuseurs) ou aux détaillants.

Dans la littérature que nous avons consultée, les relations Auteurs-Éditeurs/Média sont analysées par rapport à leur incidence sur la promotion. Différents éléments contextuels sont relevés⁹. Il est question par exemple du prestige de l'auteur, des contrats et des pratiques, des types de relation, ainsi que la nécessité pour l'auteur de passer par un intermédiaire pour s'adresser au public.

Les médias, radio, télévision, journaux et autres comme les salons, les conférences et les séminaires sont autant de dispositifs indispensables pour tout auteur ou éditeur qui veut faire connaître son ouvrage. Ils constituent un maillon important de la communication entre l'auteur et le public.

1.2 Les médias et l'industrie du livre

Le milieu du livre, les auteurs, les éditeurs et les autres professionnels du livre utilisent divers moyens, dont les mass-médias, pour faire connaître et promouvoir leurs livres. Les mass-médias ne font pas que subir la pression du milieu du livre. Ils

⁹. L.A. Coser et al, *Books. The culture and commerce of publishing*, 1982, p. 25 et 285 ; Gilles Villasco et al., *Gestion de l'édition du livre dans l'espace francophone: synthèses de 1985 et 1987*, 1989, p. 30.

ont aussi comme mission d'informer et d'entretenir le public de divers événements et des enjeux, ainsi que d'autres sujets, dont entre autres les livres.

La parution des livres constitue pour une partie du public de la radio, de la télévision et des journaux des événements ou des nouvelles dont les journalistes rendent compte. Les journalistes culturels couvrent les événements culturels que ce soit dans le milieu du livre, du cinéma ou des arts en général. Il existe aussi des émissions et des chroniques littéraires. La critique littéraire existe depuis longtemps dans le milieu du livre. Elle s'est étendue au cinéma et aux autres secteurs culturels. La critique a longtemps été une activité essentiellement savante sur le contenu des oeuvres littéraires¹⁰. Cette pratique s'est étendue, et on trouve maintenant aussi la critique journalistique. La critique journalistique littéraire porte sur la littérature en pleine actualité. Elle se distingue de la critique littéraire savante par son caractère souvent plus impressionniste qu'analytique.

Il existe entre les éditeurs (ainsi que les autres professionnels du livre) et les médias une relation de négociation et de coopération conflictuelle¹¹. En effet, les préoccupations ne sont pas tout à fait les mêmes. Les uns veulent avant tout faire la promotion de leur livre, tandis que les autres sont plus soucieux d'informer sur le livre et le milieu du livre. Toutefois les journalistes et les médias étant partie du milieu du livre, ils sont de ce fait portés à faire attention à l'influence qu'ils peuvent avoir sur le public.

Le journalisme culturel, les chroniques littéraires, les chroniques de l'actualité littéraire sont les principaux éléments de médiation entre l'émetteur que sont les

¹⁰ . Gustave Lanson, *Essais de méthode, de critique, et d'histoire littéraire*, c1965.

¹¹ . Jean Charron et al., *Les journalistes, les médias et leurs sources*, 1991.

auteurs et les éditeurs d'une part, et le récepteur que sont les lecteurs des livres d'autre part. Quand un livre est prêt pour la publication, les services de presse de l'éditeur entrent en relation avec les médias. C'est souvent à ce moment que s'amorce la coopération entre le service de presse de l'éditeur et le travail de médias.

1.2.1 Le journalisme culturel et la médiation

Comme le rappelle Pierre Sormany, le concept de culture recouvre une réalité très vaste, des rapports économiques et sociaux aux priorités collectives en passant par les façons de vivre. Dans ce sens, on peut dire que tout journalisme est culturel, car il rend compte des manifestations, des événements qui surviennent dans une société. Cependant la culture dont il est question dans le journalisme culturel ne couvre que les manifestations artistiques ou encore les activités qui relèvent des industries culturelles, les arts et la littérature à travers le cinéma, le théâtre, le livre, la musique.

La spécificité des journalistes culturels est d'avoir peu de contraintes dans la façon de dire les choses ou de passer de l'information à l'opinion (critique). Par contre, ils ne se voient pas très souvent confier la couverture des aspects politiques reflétés par les sujets qu'ils traitent. L'autre particularité du journalisme culturel est d'être centré sur l'humain. L'essentiel pour eux est constitué par l'expression des artistes et des créateurs, leur performance, leurs angoisses, leurs échecs ou leur succès¹².

Cependant ce n'est pas l'information, le succès ou l'échec qui comptent. Selon Pierre Sormany, la nouvelle culturelle ne réside pas dans l'issue imprévisible du spectacle comme c'est le cas dans le journalisme sportif, mais dans l'interprétation perçue et déclarée bonne ou mauvaise par le public ou les critiques. Autrement dit, le

¹². Pierre Sormany, *Le métier de journaliste, guide des outils et des pratiques du journalisme au Québec*, 1990, p. 330.

journaliste ne doit pas rapporter l'événement en tant que nouvelle, mais comme un produit artistique. "Il écoute, il regarde, il juge¹³"; il est avec son public et il présente son produit, le film , le livre, l'auteur, etc.

Les journalistes culturels sont des médiateurs entre les créateurs et le public des mass-médias, les quotidiens, la radio et la télévision. Dans le domaine du livre, on va parler de critique littéraire ou d'émission littéraire. On peut citer à titre d'exemples, les cahiers du livre des journaux comme le *New York Times* (États-Unis) et le *Figaro* (France). Pour la télévision on peut citer *Apostrophes*, *Bouillon de culture* , *Libre-échanges*, *Ex-libris* (France), *Le plaisir de lire*, *Lecture de fin de soirée* (Québec).

Dans son mémoire, Lucie Suissa parle de chronique plutôt que de critique. En effet, la préoccupation principale des journalistes serait de faire connaître les livres qu'ils jugent bons et non de faire une analyse approfondie sur leur valeur littéraire. La chronique littéraire rend compte des événements, de l'actualité dans le domaine du livre, c'est-à-dire de parutions de livres, salons et prix littéraires, des mouvements d'acquisition et de fusion dans l'industrie du livre.

La critique est de toute évidence centrée sur le produit et non sur l'industrie. Elle constitue un aspect important du travail de chroniqueur. Dans le domaine du livre, il y a toujours eu toutes sortes d'opérations intellectuelles sur le livre visant à informer sur le livre et en faire le commentaire et l'analyse, et ceci à l'intention des spécialistes ou d'un certain public d'amateurs. Ces pratiques correspondent à ce qu'on appelle "book review" ou chronique de livre¹⁴ . En réalité, on peut déduire de ce qui précède que le chroniqueur du livre couvre en fait toute l'actualité qui touche le monde du

13. *Ibid.*

14. Albert John Walford, *Reviews and reviewing*, 1986, p. 5-18

livre et que la critique littéraire est une catégorie importante de la chronique des livres. La chronique littéraire couvre aussi les annotations, les résumés, les commentaires, les entrevues d'auteurs, les comptes-rendus, les brèves, etc.

La critique littéraire journalistique se présente comme une vulgarisation, une adaptation de la critique aux besoins et contexte du grand public. Le public est pressé, il s'agit de l'informer sur ce qu'il est important de connaître dans les nombreux livres qui viennent de paraître.

Entre le commentaire subjectif et l'analyse savante, il y a place, dans le journalisme culturel, pour une autre pratique orientée cette fois vers la remise en contexte des oeuvres artistiques¹⁵.

L'objectif de la critique littéraire savante n'est pas la diffusion à un vaste public qui veut se servir d'un livre en tant qu'objet de loisir ou de plaisir culturel mais l'étude scientifique et l'évaluation du livre en tant qu'oeuvre littéraire. Vue sous cet angle, la critique littéraire n'intéresse que certains chercheurs, des scientifiques, des professeurs, des étudiants ou des écrivains, donc un public extrêmement restreint. Par ailleurs, il existe une controverse sur la nature et l'existence même de la théorie littéraire. La critique littéraire se présente avant tout comme une analyse et une évaluation de l'oeuvre et de l'auteur.

Mais la critique littéraire en tant que tentative de dégager une théorie à partir l'étude des oeuvres et de la littérature est une pratique controversée. Certains spécialistes comme Lanson et Sainte-Beuve ont tenté d'élaborer des méthodes pour la pratique de la critique littéraire, mais aucune d'entre elles n'a prévalu. D'autres comme Eagleton ont affirmé que la théorie littéraire est une illusion. Dans son esprit, la théorie littéraire n'est qu'une petite partie de l'étude de la culture. C'est, dit-il:

¹⁵. Pierre Sormany, *op. cit.*, p. 33.

Une branche de l'étude des idéologies sociales, sans unité, ni identité et qu'il est pratiquement impossible de distinguer de la philosophie, de la linguistique, de la psychologie, de la pensée culturelle et sociologique¹⁶.

Selon Eagleton donc, la critique ne peut être considérée comme une science parce qu'elle n'a pas d'unité théorique et de caractéristiques propres sur le plan méthodologique. Toutefois, pour d'autres, la théorie littéraire n'a pas besoin d'être un domaine isolé. Ralph Cohen par exemple fait remarquer ceci :

Selon le point de vue de Kuhn, la théorie scientifique est un terme pour expliquer la façon dont les scientifiques pratiquent leur discipline, elle caractérise les solutions pratiques aux problèmes posés. Et la solution du problème ne résulte pas d'une méthode en particulier¹⁷.

Nous constatons que le caractère scientifique de la critique littéraire demeure controversé.

1.2.2 La critique littéraire et le service de presse

Les critiques littéraires n'ont pas assez de temps, ni assez d'espace pour parler de tous les ouvrages. Voici ce qu'ils disent:

Ainsi qu'on le veuille ou pas les éditeurs sont en partie responsables de la réception des livres de leurs écrivains par la critique. "Les rapports des éditeurs avec les médias ne sont pas étrangers à l'intérêt qu'on peut porter à leur publication¹⁸".

Ceci revient à rappeler combien le rôle de l'éditeur dépasse de loin celui de simple producteur de livres. Il doit mettre les idées de son auteur sous une forme vendable; c'est un rôle crucial. C'est à lui généralement de s'assurer que le livre et son auteur sont adéquatement présentés par les journalistes. De par la nécessité de livrer une information rapide, pertinente et attrayante pour le grand public, la critique littéraire

¹⁶. Terence Eagleton, *Literature theory*, 1993, p. 204 (Traduction libre).

¹⁷. Ralph Cohen, *Reviewing criticism: literary theory in*: James Hoge, *Literary reviewing*, 1987, p. 1-18 (Traduction libre).

¹⁸. Lucie Suissa, *Les caractéristiques de la chronique littéraire dans les principaux quotidiens du Québec*, (mémoire de maîtrise) Université de Montréal, 1990, p.11.

journalistique donne lieu à des textes beaucoup plus impressionnistes qu'analytiques. Dans ce contexte, le service de presse joue un rôle important quant aux différents éléments de présentation et d'information dont aura besoin le journaliste. Normalement, c'est le service de presse de l'éditeur qui doit s'occuper des préparatifs, en étroite collaboration avec l'auteur, dès que le manuscrit est accepté par l'éditeur.

Le service de presse, et même toute l'équipe commerciale, entre en contact avec l'auteur dès la sortie des épreuves¹⁹. Il s'agit notamment d'identifier les gens que l'auteur connaît afin de préparer un plan de promotion. Les journalistes culturels font partie du milieu et se reconnaissent en quelque sorte une responsabilité dans la promotion des produits culturels locaux²⁰. Cependant le travail journalistique reste avant tout celui de critiques et non de publicitaires ou de vendeurs de livres²¹.

¹⁹. Propos recueillis lors d'une entrevue avec une professionnelle du livre.

²⁰. Pierre Sormany, *op. cit.*, p.331.

²¹. Jean Royer, communication au colloque *La critique en question*, nov. 1989, cité dans Lucie Suissa, *op.cit.*, p.11.

Chapitre 2: CONTEXTE

Le livre n'est pas seulement un moyen de communication, c'est aussi un fait social. C'est donc de la société conçue comme une totalité qu'il faut partir.
(R. Estivals, 1976)

Dans cette partie, nous intéressons d'abord aux théories de la communication de masse, spécifiquement à leur apport dans l'explication du système de communication entre l'auteur et le son public. Ainsi, nous nous arrêtons au modèle de la théorie de l'information, à l'Agenda setting, au Gate-keeping et au Two step flow.

En deuxième lieu, nous caractérisons la promotion dans le domaine du livre tout en indiquant ses particularités et les points communs avec les autres industries culturelles. Nous abordons le livre sous deux aspects, c'est-à-dire en tant que produit culturel et fait social.

Nous terminons ce chapitre sur le contexte théorique par l'exposé de la problématique qui est à l'origine de notre principale hypothèse de recherche selon laquelle la place des auteurs québécois est proportionnel à leur importance dans l'univers de l'édition. Cette dernière est développée à partir d'une opinion couramment exprimée selon laquelle les médias seraient défavorables aux produits locaux. A ce sujet, nous présentons aussi les travaux de Lucie Suissa, Jean-Pierre Baillargeon et Michel de la Durantaye.

Le premier chapitre de travail fait état du développement de l'industrie québécoise du livre et de ses performances exceptionnelles qui résultent des conditions favorables créées par les interventions de l'État au niveau de l'organisation et du financement des entreprises du livre. Cependant comme nous l'avons fait remarquer, ce développement peut aussi être imputé à la capacité de cette industrie d'utiliser adéquatement les méthodes de promotion. Ce dernier point du développement de l'industrie du livre au Québec est à la base de notre intérêt pour la promotion du livre.

2.1 Les théories de la communication de masse

Diverses théories sur les médias sont utiles pour expliquer le mode de relation entre les auteurs et le public. Dans le domaine de la promotion du livre, Leonard Felder²² s'est intéressé à l'application de certaines des théories de communication de masse, dont entre autres, l'Agenda-setting et le Two step flow (le rôle des leaders d'opinions).

La théorie de l'information²³ étudie la question de la communication des messages sur une base purement technique et avec le seul souci de performance. Dans le contexte de notre étude, la théorie de l'information se poserait la question de savoir comment procéder pour que le message (le livre) de l'auteur parviennent à son public. Cette théorie présente un certain intérêt pour notre travail dans la mesure où elle aborde le problème de la communication dans sa dimension systémique. Elle permettrait de dresser un schéma de principaux acteurs et éléments en présence et de les classer comme source d'information, émetteur, canal, bruit, récepteur ou destinataire. Toutefois, nous notons que la théorie de l'information ne s'intéresse qu'à l'efficacité technique et à la conformité du message entre la source et le destinataire. Elle évacue toute la question du sens, de sa création, de la subjectivité et de l'intersubjectivité. Mais on pourrait en tenir compte. Une tentative d'appliquer le modèle de la théorie de l'information à l'industrie du livre nous laisse voir trois types de communication entre l'auteur et le public.

22. Leonard Felder, School Master Plan for marketing books. A business plan, *Publishers Weekly*, 29 jan. 1979, p. 76-80 p.

23. Claude Shannon et Norbert Weaver.

Chacune de ces formes de communication se distingue des deux autres par son message et son canal. La première correspond au déplacement physique du livre lui-même. La seconde est relative aux messages destinés à un grand public ou à un segment des lecteurs. Enfin, nous avons une forme de communication personnalisée. Ainsi donc, notre sujet, la promotion du livre dans les quotidiens, concerne une partie du deuxième type de communication entre l'auteur et le public.

Tableau 2.1
Adaptation du schéma de Shannon au livre

| Communication | Émetteur | Message | Récepteur |
|----------------------|--|--|--------------------------|
| Édition | Auteur Éditeur | Livre | Lectorat |
| Mass-médiatique | Auteur Éditeur Diffuseur Journalistes | Publicités Articles Émissions Sites WWW | Auditoires des médias |
| Personnelle | Auteur Lectorat | Rencontres (salons lancements signatures...) Lettres | Auteur Lectorat |

D'autres théories permettent d'expliquer cette relation de communication en la plaçant dans un contexte plus complexe de la communication de masse. Dans la théorie de l'agenda-setting, le public prend connaissance de divers sujets et enjeux publics à travers les médias de masse. L'importance qu'il leur accorde est fonction de l'emphase avec laquelle ces médias en parlent. Nous pouvons donc dire que l'importance que le public attache au livre n'est pas seulement due à son contenu objectif mais aussi à la place que les médias lui attribuent.

Selon Coser²⁴, le concept de gate-keeping s'applique aux éditeurs et même aux distributeurs. La théorie du gate-keeping²⁵ affirme que les éditeurs ou les médias de masse ont le pouvoir de filtrer, de rejeter toute information ou tout matériel destiné au public et qu'ils le font en fonction de critères personnels, organisationnels et sociaux. Dans notre étude, les journalistes ont une fonction de sélection.

²⁴.L.A. Coser et al., *op. cit.*, p.36.

²⁵. David Manning White, The Gate keeping: a case study in the selection of news, *Journalism Quarterly*, 1950, 27, p. 383-390.

Le "Two step flow" met en cause l'idée que les médias ont un impact direct sur le comportement des gens, il avance que l'influence des médias est indirecte et passe par deux étapes ou même plusieurs selon les versions. Pour ce modèle, le message des médias est relayé par des intermédiaires, qui peuvent être des leaders d'opinions dans leur milieu ou des proches des individus. Ce point précis du rapport entre les médias et la communication interpersonnelle, le bouche à oreille, a été traité notamment par Elihu Katz et Paul Lazarsfeld²⁶. Ceci nous indique que l'influence des journaux sur la vente ou la lecture des livres est un phénomène complexe.

L'Agenda-setting, le Gate-Keeping et le Two step flow nous permettent de comprendre les systèmes de production/consommation culturelle et les principaux éléments catalyseurs associés, surtout en termes d'images et d'opinions véhiculés par les médias au sujet des produits culturels.

2.2 Le livre et les industries culturelles

Le livre est indissociable des autres produits médiatiques. L'âge de l'écrit fait suite à l'âge de l'oral et lui-même est suivi par l'audiovisuel. Il y a une dynamique entre les trois non seulement en termes économiques et médiatiques mais aussi en termes socioculturels. En effet, les médias se font concurrence et se complètent entre eux (utilisation promotionnelle²⁷ des média par les éditeurs, transfert d'une forme à une autre, ex. le livre et le film); le public utilise différemment les divers médias selon le niveau de scolarité, de revenu ou d'autres critères.

²⁶. Elihu Katz et Paul Lazarsfeld, "The two-step flow of communication: an up-to-date report on hypothesis", *Public opinion quarterly*, 21, 1957, p. 677-679.

²⁷. Hubert Nyssen, *Du texte au livre, les avatars du sens*, 1993, p. 89-114; Andrew Wernick, "Promotional culture", *Canadian journal of political and social theory/Revue canadienne de théorie politique et sociale*, XII(1-2), 1988, p. 180-182 et 188-193.

Le livre a ses particularités. Il se prête bien à une production massive, mais sa consommation n'est pas aussi "massive" que celle des biens dits de consommation courante, c'est-à-dire

des produits à achat fréquent ayant un prix unitaire faible, de sorte que les coûts d'une recherche intensive de la part du consommateur ne peuvent être justifiés par les bénéfices potentiels²⁸.

Le livre est un produit complexe, et d'achat souvent réfléchi, c'est-à-dire pour lequel

le consommateur a tendance à comparer les diverses marques offertes tant en ce qui concerne le prix que la qualité ou le style. Ce sont les produits plus dispendieux que les produits courants. Les comparaisons peuvent se faire dans différents magasins²⁹.

Il a plusieurs des caractéristiques des autres produits culturels; en particulier, le fait que la production et la commercialisation de bon nombre de livres soient caractérisées par l'approche "du produit vers le client"³⁰. Certes, un éditeur, un groupe d'usagers peut demander à un auteur d'écrire un livre après avoir constaté un besoin. Cela arrive parfois dans les domaines scientifiques et techniques, ou peut-être, dans des romans dits "semi-programmés"³¹, mais les éditeurs et (encore moins) les auteurs ne font généralement pas des études de marché systématiques avant d'écrire et de produire un nouvel ouvrage.

Le marketing tient compte de la spécificité du domaine culturel. Selon Yves Evrard, ses objectifs se situent dans le cadre des objectifs généraux des entreprises artistiques et culturelles: la création et la diffusion d'oeuvres³². Et comme dans d'autres domaines, la fonction du marketing dans le domaine du livre consiste à assurer "la médiation entre l'offre et la demande". "Son rôle...est de traiter des rapports avec le public"³³.

²⁸. Marc Fillion et al., *Gestion du marketing*, 1990, p. 263.

²⁹. *Ibid.*, p. 264.

³⁰. François Colbert, *Le marketing des arts et de la culture*, 1993, p. 18

³¹. Robert Escarpit, *La révolution du livre*, 1969, p. 130.

³². Yves Evrard, *Le management des entreprises artistiques et culturelles*, 1993, p. 93-116.

³³. *Ibid.*, p. 72.

Le besoin de lire est là et il existe des recettes pour écrire de bons livres. On peut procéder à des études de marché et de besoins en matière de lecture ainsi qu'à d'autres pratiques propres au marketing. Cependant la création et le talent artistiques restent en grande partie le point de départ de l'activité industrielle dans le domaine du livre. Pour augmenter les chances de succès, les producteurs agissent au niveau de la sélection des manuscrits et de la promotion. Les clubs de livres se spécialisent dans la réédition des auteurs et des ouvrages qui ont déjà connu un succès.

Le livre et le journal utilisent tous les deux l'imprimé. Mais généralement le journal touche un plus grand public plus rapidement que le livre. C'est pourquoi le livre a toujours eu recours au journal comme relais. Les autres médias, la radio, la télévision, le bouche à oreille, donnent aussi de l'information sur les livres, mais les périodiques occupent aussi une place considérable dans la promotion du livre, par la critique, la publicité, les listes des best-sellers, la revue de livres, etc. C'est depuis longtemps une tradition. Comme ce fut le cas d'Émile Girardin³⁴ en France, les propriétaires de journaux ont toujours engagé des écrivains pour leur fournir des feuilletons. Ce faisant, ils ont contribué aussi bien à l'augmentation de leurs publics qu'à la renommée de ces auteurs. L'on se rappellera également qu'il existe depuis longtemps des revues spécialisées pour parler du livre et de l'édition, par ex., *Publisher's Weekly*, *Livre d'ici*, *Livre hebdo*.

Selon Bouvaist³⁵, les journaux assurent une diffusion très large à l'information sur les livres et à leur contenu. Le quotidien couvre généralement les livres grand public (romans, essai et divers types de best-sellers), les activités et les événements relatifs

³⁴. Mentionné par Claude Martin dans "La littérature populaire et industrielle", *Loisir et société*, automne 1988, p. 378.

³⁵. Jean-Marie Bouvaist, *Les pratiques et métiers de l'édition*, 1986, p. 58.

aux livres. Il donne des références sur les livres; il constitue un véritable catalogue. Par l'information, la critique, la publicité et la chronique littéraire en général, le journal reflète plus ou moins la vie et le milieu du livre dans un espace donné.

Mais les journalistes culturels du livre ne sont pas les seuls médiateurs. Les libraires, les bibliothécaires, les professeurs, les écrivains sont eux aussi des médiateurs. Des lecteurs, des amis peuvent aussi en influencer d'autres en tant que leaders d'opinion. Selon Jean Cazeneuve, pour comprendre le fonctionnement des nos sociétés, il n'est pas utile de séparer le problème des mass médias de l'ensemble psychosociologique du milieu dans lequel la communication s'effectue.

Cela signifie certainement que les autres médiateurs, ceux qu'avaient identifiés Lazarsfeld, qui sont perdus dans la foule, et qui s'ignorent eux-mêmes sont en définitive les seuls efficaces. En conclusion, le matraquage publicitaire, en bien de cas n'a qu'un effet fort éphémère³⁶.

En accord avec Jean Cazeneuve, mais sans minimiser l'influence des mass-médias, nous pouvons affirmer que le chapitre de la sociologie des mass-médias n'est qu'un aspect du problème des médiateurs. Les grands moyens de diffusion sont un élément d'un ensemble plus vaste qui englobe tous les canaux à travers lesquels chaque individu peut être informé et recevoir des suggestions venant d'une variété de sources.

³⁶. Anne-Marie Tibhault-Laulan , *Cinéma, presse et public*, 1978, p. 16.

Quand nous faisons le choix d'un livre, d'une émission, d'un film ou d'une pièce de théâtre, nous ne savons pas nécessairement toujours qui nous a influencé. Les décisions sont le résultat de plusieurs facteurs tels que les suggestions, les informations, des jugements émis dans notre milieu et répercutés par nos proches, amis, collègues, conseillers... Et au fond, il est souvent impossible de déterminer qui nous a amené à adopter tel choix ou telle idée.

De nos jours, les mass-médias ont introduit une dimension nouvelle à un système qui est congénital à toute société humaine. La rapidité des médias, l'ampleur du public touché n'ont pas effacé la réalité des contacts interpersonnels³⁷.

La télévision est le média dont l'influence et la capacité d'atteindre un public très vaste sont les plus élevées. Il est normal qu'on s'intéresse un peu à son effet sur la lecture. Selon Michel Peroni, les effets de la télévision sur la lecture sont plutôt contradictoires. On note par exemple que l'acquisition d'un poste de télévision diminue le temps consacré à la lecture. Par contre la télévision peut servir de guide pour la lecture; de ce fait, on remarque chez certains une diminution du temps de lecture mais une pratique de lecture mieux orientée. La télévision peut aussi donner le goût de la lecture pour approfondir un sujet...

..pour en savoir davantage, elle peut aider à combattre l'idée que les livres sont faits par des intellectuels pour des intellectuels³⁸.

³⁷. *Ibid.*, p. 17.

³⁸. Michel Peroni, *De l'écrit à l'écran*, 1991, p. 28.

Un des rôles des médias est d'informer. Ils ont ainsi le rôle de relais des oeuvres et des produits culturels. Les mass-médias jouent ainsi un rôle de socialisation. En parlant d'un sujet (ex. un livre), ils lui donnent de l'importance et la possibilité d'être plus connu ou même populaire. Dans un sens, comme le disait Noël Audet³⁹, dans le langage des médias, ne pas parler d'une chose correspond à en nier l'existence. Plusieurs études⁴⁰ menées en France sur le temps consacré à la lecture avant et après l'acquisition d'un téléviseur montrent que la télévision a une influence plutôt défavorable sur l'activité de lecture en tant que loisir. Toutefois il en ressort que la télévision peut aider à socialiser à la pratique de la lecture.

La télévision peut faire en sorte que le livre cesse d'être perçu comme une chose à part, détachée de la vie réelle. Elle peut aider à réintégrer le livre dans l'actualité, dans les préoccupations quotidiennes, dans la vie réelle que connaissent les téléspectateurs⁴¹.

Mais aujourd'hui, des gens du milieu littéraire estiment que la télévision qui occupe un rôle extrêmement important dans notre société ne donne pas au livre et à la littérature⁴² une place suffisante dans sa programmation.

2.3 La problématique

La promotion est un élément majeur dans la mise en marché des produits. Les médias, la radio, la télévision et les journaux sont parmi les principaux relais entre les producteurs et les consommateurs des produits culturels. Certains d'entre eux consacrent une place importante aux livres.

³⁹. UNEQ, *Développement et rayonnement de la littérature québécoise. Un défi de l'an 2000*, 1994, p. 143.

⁴⁰. Michel Peroni, *op. cit.*, p.23.

⁴¹. *Ibid.*, p. 29.

⁴². UNEQ, *op. cit.*, p. 139-210.

On entend souvent un énoncé voulant que les médias seraient défavorables aux produits locaux⁴³. En ce qui concerne le livre québécois, l'opinion souvent émise est que le livre québécois est mal servi, peu couvert et même parfois discrédité par les instances de relais que sont les médias, les librairies et les bibliothèques. Lucie Suissa⁴⁴, Jean-Paul Baillargeon et Michel de la Durantaye⁴⁵ ont mené des recherches sur la question. Leurs études n'ont pas confirmé cette opinion et laissent même entendre qu'elle est contraire à la réalité.

Jean-Pierre Baillargeon et Michel de la Durantaye examinent l'hypothèse que les professionnels des médias, des librairies et bibliothèques négligent ou méprisent le livre québécois. Ils ont utilisé un ensemble de grilles pour observer, identifier et mesurer l'emplacement, le nombre d'exemplaires en vitrine ou en présentoir selon l'origine de l'éditeur (québécois ou autre) ainsi que le mode de présentation (de face ou de dos) en librairie et en bibliothèque. L'échantillon retenu comprend 40 librairies et 49 bibliothèques et représente le profil moyen de ces institutions. Quant aux médias écrits, l'échantillon est constitué de tous les quotidiens de langue française excepté *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* parce qu'ils n'avaient pas de chroniques du livre. L'échantillon comprend aussi *Voir*, *L'actualité* et *Châtelaine*. Quant aux médias électroniques, l'étude a examiné les émissions ou les chroniques régulières portant sur le livre. L'observation portant sur les médias a couvert deux ans à partir de l'automne 1993. Nous verrons alors l'importance de chacun de ces journaux dans la promotion du livre.

⁴³. *Ibid.*, p. 165-172, 184.

⁴⁴. Lucie Suissa, *op. cit.*, 1990.

⁴⁵. Jean-Paul Baillargeon, Michel de la Durantaye, "La situation de la lecture et du livre québécois au Québec: un bilan", *Actes du Colloque "Recherche: culture et communication"*, 1996.

Des mesures de présence et de visibilité ont ainsi été retenues. La présence du livre québécois a été comparée aux parts relatives des livres mis en marché au Québec par les éditeurs québécois et les éditeurs français. Pour nuancer ou caractériser certains résultats, des questions complémentaires ont été posées au responsable des établissements. Le travail sur le terrain a été réalisé d'octobre à décembre 1994.

Les résultats de cette étude révèlent que, contrairement à ce que les chercheurs pensaient avant de commencer l'étude, le livre québécois n'est ni absent, ni négligé par les libraires, les bibliothécaires ou les journalistes. Au contraire, il jouit d'un préjugé favorable.

L'étude de Lucie Suissa essaie de connaître le système de communication qui relie la littérature et le grand public. À cet effet, elle étudie les caractéristiques de la chronique littéraire dans les principaux quotidiens du Québec, à savoir: *Le Journal de Montréal*, *Le Soleil*, *Le Devoir* et *La Presse*. Le corpus comprend 400 articles qui ont paru entre le 3 septembre 1988 et le 25 février 1989.

Les hypothèses sous-jacentes au mémoire de Lucie Suissa sont les suivantes: les auteurs québécois bénéficient d'une couverture de presse semblable à celle des auteurs étrangers; les auteurs inconnus (dont c'est le premier livre) obtiennent une opinion plus favorable que les auteurs connus; les auteurs étrangers (français) bénéficient d'une opinion plus favorable que les auteurs québécois.

Selon les principales conclusions du mémoire de Lucie Suissa, les auteurs québécois ne reçoivent pas autant de couverture que les auteurs étrangers de la part des quotidiens mais ils ne sont pas pour autant négligés. Les auteurs étrangers bénéficient plus souvent d'une opinion favorable que les auteurs québécois. Enfin,

les auteurs connus ne bénéficient pas d'une meilleure opinion que ceux qui sont moins connus, contrairement à l'hypothèse de départ.

Notre étude fait suite aux travaux mentionnés ci-dessus pour essayer d'en savoir un peu plus sur les activités de promotion du livre. À cette fin, nous avons adopté comme principale hypothèse de recherche que la place des auteurs québécois dans l'espace promotionnel est proportionnel à leur importance réelle dans l'univers de l'édition⁴⁶. Notre seconde hypothèse serait aussi que les opinions exprimées dans les articles sur les livres sont généralement favorables et ce, aussi pour les auteurs canadiens français.

Le travail de Lucie Suissa a porté sur les "chroniques" littéraires des principaux quotidiens du Québec; nous avons donné les définitions et les nuances entre la critique et la chronique dans la partie sur la critique littéraire journalistique. Le travail de Jean-Paul Baillargeon et Michel de la Durantaye a porté sur la présence et la visibilité du livre dans les médias, les librairies et les bibliothèques mais aucune de ces deux études ne s'est intéressée à la publicité relative aux livres, un des principaux aspects de la promotion et de la mise en marché du livre.

Pour rendre compte de la place des livres dans les quotidiens, nous avons analysé les articles et, ce qui est nouveau, les publicités des cahiers du livre de trois quotidiens montréalais francophones, à savoir: *Le Devoir*, *La Presse*, et *le Journal de Montréal*. Devant l'absence de recherche sur ce sujet et considérant l'impact des forces économiques sur le marché du livre, en particulier des stratégies de relations publiques, nous formulons une troisième hypothèse à l'effet que les livres mis en

⁴⁶. Un responsable d'une maison d'édition nous a affirmé qu'effectivement il est porté à penser que la couverture du livre québécois par les médias représente l'équivalent de sa part sur marché local, soit 30 à 35%. Cette opinion semble assez courante dans le milieu.

valeur dans les articles seraient, grosso modo, les mêmes que ceux mis en valeur par la publicité. Mais nous verrons ici l'effet de l'autonomie journalistique qui viendra tempérer l'analogie entre ces deux formes de valorisation.

De plus, nous avons mis les résultats en rapport avec les listes des best-sellers, car les articles, les publicités et les listes de best-sellers sont trois formes de valorisation des produits culturels. Nous présumons alors, ainsi que dans l'hypothèse précédente, que les livres qui se retrouvent sur les listes de best-sellers seront aussi ceux dont on parlera en article et en publicité.

Chapitre 3: MÉTHODE

Dans cette partie, nous expliquons notre méthode de recherche et donnons les détails sur la constitution du corpus, le codage, le traitement et l'analyse des résultats.

Nous avons décidé d'emblée d'utiliser l'analyse de contenu. Le principal avantage qu'elle offre est qu'elle permet d'accéder directement à l'objet d'étude (les caractéristiques des activités de promotion relatives aux livres dans les quotidiens). Il n'y a aucune nécessité de passer par d'autres moyens tels qu'entrevues ou questionnaires par la poste pour savoir ce qui est écrit au sujet des livres dans les quotidiens.

L'autre raison qui a motivé le choix de cette méthode est que l'analyse de contenu se prête bien au cadre d'un mémoire de maîtrise généralement limité par des contraintes tant matérielles que financières. Ce dont il fallait disposer, ce sont les documents (les cahiers du livre) et le temps pour la recherche. La Bibliothèque nationale du Québec nous a donné tous les cahiers des quotidiens dont nous avons besoin pour constituer notre corpus.

Nous avons aussi effectué une entrevue exploratoire avec un responsable de la promotion d'une maison d'édition afin de nous faire une idée plus précise du fonctionnement d'un service de presse et de publicité d'un éditeur de livre. Cette entrevue nous a aussi permis de recueillir quelques données qualitatives sur les retombées des activités de promotion.

3.1 Description du corpus

Nous avons dépouillé les cahiers hebdomadaires consacrés aux livres par les quotidiens montréalais francophones *Le Devoir*, *La Presse* et *Le Journal de Montréal* du mois de novembre 1996, soit peu après la fin du salon du livre de Montréal. Les quotidiens francophones de Montréal connaissent à cette période de l'année une intense activité médiatique relative aux livres. *Le journal de Montréal* n'a pas de cahier spécifique au livre. Son cahier "Wek-end" englobe les produits artistiques et culturels.

Chaque article et chaque publicité consacrés à un ou des livres ont été retenus pour le corpus. Certains articles ou publicités traitent de plusieurs livres (titres). L'unité d'analyse peut être constituée de deux façons. Si un article ou une publicité ne mentionne qu'un titre (ou auteur), une unité est constituée sur cette base. Si un article ou une publicité traite de plusieurs titres, autant d'unités sont constituées. Ainsi, le nombre des unités est supérieur au nombre d'articles et de publicités.

La Presse publie généralement chaque année un encart sur le salon du Livre de Montréal. Notre corpus ne tient pas compte des articles et des publicités paraissant dans cet encart au courant de la semaine du salon. Nous nous sommes limités aux cahiers du livre publiés normalement la fin de semaine.

Par ailleurs, nous n'y avons pas inclus non plus les articles et les publicités publiés dans le cahier du livre de *La Presse* du dimanche de la dernière semaine de novembre. En effet cette journée ne tombe pas dans le mois de novembre. Elle correspond plutôt à la date du 1^{er} décembre 1996. De ce fait, *Le Devoir* se trouve favorisé quant au nombre d'articles et de publicités. En effet, ses articles relatifs au

Salon du livre se trouvent dans ses pages régulières et il compte un numéro de plus (celui du samedi de la fin du mois).

Nous avons ainsi constitué un corpus de 852 unités de titres et d'auteurs (articles et annonces publicitaires) de livres (Tableau 3.1).

Tableau 3.1
Nombre d'unités du corpus selon la source et le type

| Journal Type | La Presse | Le Devoir | Journal de Montréal | Total | % |
|-------------------------|------------|------------|------------------------|--------------|-------|
| Article | 65 | 169 | 22 | 256 | 30,0 |
| Publicité | 101 | 494 | 1 | 596 | 70,0 |
| Total | 166 | 663 | 23 | 852 | 100,0 |
| % | 19,5 | 77,8 | 2,7 | 100,0 | |

3.2 Les variables

L'unité de codage considérée est la mention d'un titre de livre, ou d'un auteur, dans le cas d'articles ou d'annonces sur un auteur sans mention de titre. La grille d'analyse comprend 33 variables. Les variables "Annonceur" et "Nom de l'annonceur" ne s'appliquent que pour la publicité, tandis les variables "Journaliste", "Nom du journaliste" et "Opinion" ne sont considérées que pour les articles.

Codage de l'origine des auteurs

Est considéré comme auteur canadien français:

- 1) Un auteur résident au Canada, publié (en édition originale) en français et étant lui-même francophone.
- 2) Un auteur francophone exerçant son activité littéraire principalement au Canada et publié en français (en édition originale) en France ou dans la francophonie.
- 3) Un auteur francophone né au Canada mais résident à l'extérieur du Canada, publié à l'extérieur du Canada et reconnu par l'institution littéraire comme étant un auteur canadien français. C'est le cas d'Anne Hébert par exemple.

Saisie, codage et calculs des variables

Sur la fiche de saisie, on trouve plusieurs groupes de variables.

Un premier ensemble regroupe

- un numéro d'identification séquentiel unique pour chaque unité
- le journal
- la date de parution
- la page.

Un deuxième ensemble regroupe

- le titre du livre en question
- l'auteur
- l'éditeur.

Dans de nombreux cas, ces informations sont manquantes dans le journal (ex.: le titre seulement est donné). Nous avons alors recherché dans divers répertoires les

renseignements manquants. Nous avons ensuite codé chaque unité pour les caractéristiques suivantes (voir plus loin pour les valeurs de variables)

- le genre du livre
- l'origine de l'auteur
- l'origine de l'éditeur.

Un autre ensemble regroupe les données relatives à divers éléments de valorisation de l'unité.

- Unité dans un article ou une publicité ne mentionnant qu'un article ou plusieurs ("multiple").
- Surface en cm^2 ; dans le cas de "multiple", la surface de la publicité ou de l'article est divisée également entre les unités.
- Présence de la couleur.
- Présence de l'image.
- Présence de la photo.
- Situation en première page du cahier ou de la section.

Ces variables sont basées sur les pratiques de tarification de la publicité dans les journaux. Une publicité voit son prix varier selon la surface, l'usage d'éléments graphiques (couleurs, photos) et le placement dans le journal. En appliquant ces principes aux articles, nous appliquons une règle de relation publique, souvent objet de controverse, qui veut que la valeur promotionnelle d'un article puisse s'évaluer dans les mêmes termes qu'une publicité.

Deux ensembles concernent respectivement les unités trouvées dans les articles et les publicités.

Articles:

-type d'article

-présence de la signature d'un journaliste

-identification du journaliste

-identification de l'opinion qui se dégage d'une lecture (favorable, défavorable, neutre ou sans opinion).

N.B: -L'opinion au sujet d'un livre est réputée neutre quand dans un article certains de ses aspects sont présentés favorablement tandis que d'autres le sont négativement, et ceci sans que l'on puisse identifier laquelle de deux opinions exprimées est dominante. Dans le cas où aucune opinion n'est exprimée, le titre ou l'auteur dont il est question dans l'article est classé dans catégorie "Sans opinion".

Publicités

-type d'annonceur (éditeur, libraire)

-identité de l'annonceur

3.3 Codage et calcul des indices de valorisation

Le tableau 3.2 montre la liste des variables ainsi que les différentes valeurs qu'elles peuvent prendre dans le cas de variables catégorielles. Six variables ont été utilisées pour calculer un indice général de valorisation (Indvaleur) pour chaque élément du corpus.

- La surface transformée en indice où 100 représente la surface maximale.
- L'opinion dans les articles.
- La présence à la une de la section.
- La présence de la couleur.
- La présence d'une image du livre.
- La présence de la photo de l'auteur.

Le tableau 3.2 présente les calculs: l'indice de l'opinion a été créé en donnant la valeur 1,5 à l'opinion positive, 0,5 à l'opinion négative, 1 dans les autres cas; l'unité (article ou publicité) reçoit la valeur 1,25, si elle est à la Une. La couleur, l'image ont la valeur 1,1.

-l'indice global de valorisation a été calculé avec la formule suivante. Indice de valeur (indval) = (indsurf x indopin x indune x indcoul x indimag x inpho),
où

Indsurf=indice de surface

Indopin=indice d'opinion

Indune=indice de la Une

Indcoul=indice de couleur

Indimag= indice d'image

Inpho= indice de photo.

Ces recodages et calculs ont été réalisés avec des facteurs d'ampleur limitée (variant de 1 à 1,5 en valeur absolue), sauf pour la surface. Les valeurs ont été fournies par notre directeur de recherche sur la base de son observation des domaines concernés. Elles doivent cependant être considérées comme des estimations subjectives et sujettes à la critique, faute de données objectives.

Liste des variables

Nous obtenons donc les variables suivantes

Tableau 3.2
Les variables et leurs valeurs

| Variable | Valeur |
|-------------------------|--|
| 1. Numéro | No. séquentiel unique |
| 2. Journal | LaPresse, LeDevoir, LeJournaldeMontréal |
| 3. Date | Date de parution du journal |
| 4. Page | Selon numérotation du journal |
| 5. Titre | Titre du livre |
| 6. Auteur | Nom de l'auteur |
| 7. Éditeur | Maison d'édition |
| 9. Origine de l'auteur | Canadafrançais, États-Unis, France, Autre |
| 10. Origine de l'auteur | Canadafrançais, États-Unis, France, Autre |
| 11. Genre | Roman, Biographie, Pratique, Dictionnaire, Essai, BD |
| 12. Multiple | Oui: plus de 2 unités par article ou pub; Non. |
| 13. Surface | En cm ² |
| 14. Couleur | Oui; Non. |
| 15. Image | Oui; Non. |
| 16. Photo | Oui; Non. |
| 17. La Une | Oui; Non. |
| 18. Type | Article; Publicité. |
| 19. Type d'article | Recension; Brève; Auteur; Autre. |
| 20. Journaliste | Oui, Non. |
| 21. Nom du journaliste | |
| 22. Opinion | Favorable; Neutre; Défavorable; Sans opinion |
| 23. Type d'annonceur | Éditeur; Libraire; Autre |
| 24. Annonceur | Nom de l'annonceur |
| 25. Notes | Notes utiles au chercheur |
| 26. Indsurf | Surface en cm ² /1341*100 |
| 27. Indopin | Si opinion="favorable", 1,5";si opinion="défavorable",0,5; autrement,1 |
| 28. Indune | Si une de cahier="oui", 1,25; autrement,1 |
| 29. Indpho | Si photo de l'auteur= "oui", 1,1; autrement,1 |
| 30. Indcoul | Si couleur="oui",1,1; autrement 1 |
| 31. Indimag | Si image ="oui", 1,1; autrement,1 |
| 32. IndValeur | indsurf x indopin x indune x indpho x indcoul x indimag. |

Nous avons d'abord constitué une banque de données à l'aide du logiciel Filemaker Pro. C'est à ce moment que les opérations d'uniformisation des données ont été faites. Nous avons vérifié et complété certaines références, notamment des

informations relatives aux titres, aux auteurs et aux éditeurs (qui comportaient quelquefois des erreurs ou des variantes). Il a fallu corriger des erreurs, chercher les données complémentaires et standardiser les entrées. Ce travail a pu être accompli grâce au catalogue IRIS de la Bibliothèque nationale du Québec ainsi que le catalogue Merlin de la Bibliothèque de la Ville de Montréal. Ces deux outils sont disponibles sur Internet. Nous avons aussi utilisé *Le Répertoire de livres disponibles*⁴⁷. Des indications sur les auteurs et les maisons d'édition québécoises⁴⁸ nous ont aussi permis de compléter le codage de l'origine des maisons d'édition.

À l'aide du logiciel Filemaker Pro, nous avons dressé les listes de palmarès selon la fréquence ou les indices des valeurs des titres, des auteurs, les éditeurs et des annonceurs. Par la suite, nous avons procédé au traitement statistique à l'aide du logiciel SPSS. Ceci nous a donné les résultats dans des tableaux univariés et bivariés.

En ce qui concerne la tentative d'évaluation de la promotion médiatique, nous nous servons des données relatives à la renommée ou à l'importance des titres, des auteurs et des éditeurs dans le milieu de l'édition québécoise. Il s'agit de leur fréquence dans le corpus, de leur présence sur les listes de best-sellers, du nombre des titres déjà publiés (dépôt légal) par l'auteur, de l'année de fondation de la maison d'édition, du nombre de titres publiés par année et du total de titres disponibles au catalogue de l'éditeur.

47. Publication du Cercle de la Librairie à Paris.

48. *Annuaire 1996-1997 de l'édition au Québec et au Canada français*, Montréal, Livre d'ici, 1996.

Chapitre 4: RÉSULTATS ET ANALYSE

Dans la première section de ce chapitre, nous présentons les résultats généraux relatifs à la présence des deux types d'unités de notre corpus que sont les articles et les publicités. Nous nous intéressons à la fréquence et à la surface par type d'unités et par journal. Enfin, nous discutons des résultats généraux en prenant en compte les tirages des trois journaux examinés.

En deuxième lieu, nous nous intéressons aux résultats plus spécifiques aux publicités. Nous observons dans cette section les fréquences et les surfaces selon l'origine des auteurs et des éditeurs. La présence de l'image du livre, de la photo de l'auteur, de la couleur, et le fait d'être à la première page du cahier du livre sont d'autres caractéristiques de valorisation qui ont été examinées.

La troisième section est consacrée aux articles. Outre la fréquence, la surface et les différentes caractéristiques relatives à la valorisation telles que l'image et la photo de l'auteur dont il a été question dans l'étude des publicités, nous traitons aussi des résultats relatifs à l'opinion selon les journaux.

Dans la quatrième section, nous donnons les résultats quant à l'indice de valorisation selon le journal, le genre, les titres, les auteurs et les éditeurs.

Quant à la cinquième section, elle est consacrée à l'examen de la fréquence des auteurs français et canadiens-français selon des critères de popularité ou de notoriété tels que le fait d'être sur les listes des best-sellers ou le fait pour un auteur d'avoir déjà publié un ou des livre(s).

Commençons par quelques observations générales sur les trois quotidiens montréalais. Il y est question de la place qu'ils accordent aux chroniques littéraires. Il s'agit de données que nous avons recueillies avant la constitution du corpus.

Le Journal de Montréal accorde très peu place au livre par rapport aux quotidiens *La Presse* et *Le Devoir*. C'est dans son cahier du "Week-end" que sont publiés les articles sur les livres. Ce cahier couvre aussi plusieurs autres sections relatives aux loisirs et à la culture. Quelques titres de livres sont traités dans la section Livre sous forme de courts résumés. On y trouve également une liste de best-sellers.

Les quotidiens *La Presse* et *Le Devoir* ont depuis longtemps publié des chroniques sur les livres. C'est en septembre 1990 que le journal *La Presse* a commencé à publier un cahier autonome du livre, tandis que *Le Devoir* a publié son premier cahier autonome du livre en mars 1987.

Si on se fie au dépouillement fait par Cédrom-Sni jusqu'au début de juin 1998 dans *Actualité-Québec*, le nombre d'articles publiés sur les livres dans *La Presse* et *Le Devoir* dans les années 1990 est de 5 117 depuis 1993 pour *Le Devoir*, et de 6 942 depuis 1990 pour *La Presse*.

Tableau 4.1
Nombre d'articles recensés dans *La Presse* et *Le Devoir*

| Année | LA PRESSE | LE DEVOIR |
|--------------------|-----------|-----------|
| 1990 | 326 | |
| 1991 | 800 | |
| 1992 | 794 | |
| 1993 | 841 | 755 |
| 1994 | 912 | 765 |
| 1995 | 1202 | 640 |
| 1996 | 927 | 1660 |
| 1997 | 832 | 907 |
| 1998 ⁴⁹ | 308 | 390 |

Les cahiers du livre de *La Presse* et du *Devoir* ainsi que le cahier "Week-end" du *Journal de Montréal* paraissent en fin de semaine, dimanche dans le cas de *La Presse* et samedi dans le cas du *Devoir* et du *Journal de Montréal*. Pour ce dernier, la rubrique Livre ou Lecture du cahier Week-end tient à une page et ne traite que de huit livres environ sous forme de courts résumés.

En se basant sur les cahiers du livre publiés en novembre 1996, nous pouvons estimer le nombre moyen des pages du cahier du livre de *La Presse* à environ six. Le

⁴⁹. Pour l'année 1998, figurent sur ce tableau les chroniques publiées entre le 1^e janvier et le 7 juin dans le cas de *La Presse*, et entre le 1^e janvier et le 25 juillet pour *Le Devoir*.

nombre d'articles varient entre 70 et 100 par mois. La une du cahier du livre de *La Presse* porte une illustration en couleur. Quant au cahier du livre journal *Le Devoir*, il contient environ neuf pages, le nombre d'articles varie de 50 à 100, et ceux-ci sont souvent plus longs que dans *La Presse*. Il contient beaucoup plus de publicités.

L'écart du nombre de pages entre le cahier du livre du *Devoir* et celui de *La Presse* est moins élevé en janvier 1998. Pour ce mois, le cahier du livre de *La Presse* a une moyenne de quatre pages contre cinq pour *Le Devoir*.

Les salons du livre occasionnent une augmentation de nombre d'articles. Ceci est particulièrement vrai pour *Le Devoir* dont le cahier du livre de la fin de semaine qui précède la tenue du salon du 14 au 19 novembre a été augmenté jusqu'à 24 pages. À cette occasion, *La Presse* a augmenté le nombre de pages de son cahier du livre à huit et a publié un encart.

4.1 Fréquence et surface selon le type et le journal

Notre corpus contient 852 unités d'articles et de publicités. Sur ces unités, nous avons identifié 531 titres de livres différents et 29 unités correspondant à des titres non identifiés. Il s'agit de trois unités d'articles et 26 unités de publicités. Les unités d'articles sont au nombre de 256 et traitent de 222 titres de livres, tandis que les unités de publicités sont 596 et totalisent 364 titres.

Fait à noter, seulement 62 titres de livres sont repris dans les unités d'articles et de publicités. Ces unités qui reprennent les mêmes titres sont au nombre de 224 dont 86 unités d'articles et 138 unités de publicités.

Dans cette section, nous reprenons la répartition des 852 unités d'articles et de publicités de notre corpus selon leur type et selon le journal (Tableaux 4.2). Les 256 unités d'articles constituent 30% du corpus et les 596 unités publicités correspondent à 70%. On voit que 65 unités d'articles proviennent du journal *La Presse*, 169 ont été recensées dans *Le Devoir* et les 22 autres au *Journal de Montréal*. La répartition des publicités se fait comme suit: 101 unités ont été répertoriées dans *La Presse*, 494 dans *Le Devoir* et une unité dans *Le Journal de Montréal*.

Tableau 4.2
Répartition selon le type et le journal

| TYPE | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | JOURNAL | | | Row Total |
|-------------------------------|--|-------------------------------|----------|----------------------|--------------|
| | | LaPresse | LeDevoir | LeJourna IdeMontr | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| | | -----+-----+-----+-----+----- | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| Article | 65 | 169 | 22 | 256 | |
| | 25,4 | 66,0 | 8,6 | 30,0 | |
| | 39,2 | 25,5 | 95,7 | | |
| | 7,6 | 19,8 | 2,6 | | |
| -----+-----+-----+-----+----- | | | | | |
| Publicit | 101 | 494 | 1 | 596 | |
| | 16,9 | 82,9 | ,2 | 70,0 | |
| | 60,8 | 74,5 | 4,3 | | |
| | 11,9 | 58,0 | ,1 | | |
| -----+-----+-----+-----+----- | | | | | |
| Column | 166 | 663 | 23 | 852 | |
| Total | 19,5 | 77,8 | 2,7 | 100,0 | |

En tout, *Le Devoir* comprend 663 de 852 unités du corpus, soit 77,8%. *La Presse* en a 166, soit 19,5% et *Le Journal de Montréal* en a 23, soit 2,7%. La proportion des unités d'articles par rapport à toutes les unités varie selon le journal, elle est de 39,2% dans *La Presse*; de 25,5% dans *Le Devoir* et 95,7% pour *Le journal de Montréal*. Dans le cas des publicités, la proportion est de 60,8% dans *La Presse*, de 74,5% dans *Le Devoir* et 4,3% dans *Le Journal de Montréal*.

La surface totale des articles est de 65 107 cm², celle des publicités est de 37 563 cm² (Tableau 4.3). La surface moyenne des articles est de 254,33 cm²; celle des

publicités est de 63,03 cm². *La Presse* accorde aux articles et aux publicités une surface totale de 21 930 cm² et une surface moyenne de 132,11 cm². *Le Devoir* leur accorde 78 754 cm² de surface totale avec une moyenne 118,78 cm². Au *Journal de Montréal*, les articles et les publicités sur les livres couvrent une surface de 1 986 cm² avec une moyenne de 86,35 cm².

Tableau 4.3
Surface selon le type et le journal

| TYPE | Mean Count Sum | JOURNAL | | | Row Total |
|--------------|----------------------|---------------|---------------|---------------------------|--------------|
| | | LaPresse 1 | LeDevoir 2 | LeJourna ldeMontr 3 | |
| Article | 1 | 269,52 | 270,48 | 85,36 | 254,33 |
| | | 65 | 169 | 22 | 256 |
| | | 17519 | 45710 | 1878 | 65107 |
| Publicit | 2 | 43,68 | 66,89 | 108,00 | 63,03 |
| | | 101 | 494 | 1 | 596 |
| | | 4411 | 33044 | 108 | 37563 |
| Column Total | | 132,11 | 118,78 | 86,35 | 120,51 |
| | | 166 | 663 | 23 | 852 |
| | | 21930 | 78754 | 1986 | 102671 |

L'importance du nombre d'unités des publicités par rapport au nombre total d'unités d'articles est remarquable, mais la supériorité de l'espace total et moyen accordés aux articles par rapport aux publicités est le point qui se démarque suite à l'examen de l'ensemble des articles et publicités. *Le Journal de Montréal* n'a presque pas de publicités sur les livres. *La Presse* et *Le Devoir* ont un nombre d'unités de publicité beaucoup plus élevé que celui des unités d'articles. La proportion des unités publicitaires (74,5%) est plus élevée dans le cas du *Devoir*. Par contre, celle des unités d'articles (39,2%) est plus élevée au journal *La Presse*.

Il ressort de ce qui précède que c'est *Le Devoir* qui consacre le plus de place aux livres en terme de fréquence et d'espace⁵⁰. La part du corpus provenant du *Devoir* est de 77,8%.

La surface des unités du journal *Le Devoir* totalise plus de 75% de l'espace que les trois journaux accordent aux articles et aux publicités sur les livres. Cependant, la surface moyenne totale dans *La Presse* (131,11 cm²) est plus élevée que celle du *Devoir* (118,78 cm²). Cela est dû au nombre des publicités qui est plus élevé dans ce journal; les unités publicitaires occupent généralement une surface plus petite. *Le Devoir* semble donc jouer un rôle important dans la promotion du livre. Pourtant cette position devient relative si on considère son tirage qui est de loin moins élevé que celui de deux autres journaux.

Selon *Média, Le Guide annuel des médias 1996*, le tirage du *Devoir* est de 38 962 exemplaires pour l'édition de samedi. *La Presse* est publié à 192 552 pour l'édition du dimanche. Quant au *Journal de Montréal*, son tirage atteint 336 294 exemplaires pour l'édition de samedi.

Pour mieux comparer l'impact de ces trois journaux, nous multiplions ci-dessous le tirage de chaque journal par le nombre d'unités dans le corpus. Ainsi nous avons une mesure qui montre un impact supérieur de *La Presse*, malgré un nombre moindre d'unités.

⁵⁰. Même en tenant compte des réserves exprimées dans le chapitre précédent sur la constitution du corpus.

Tableau 4.4
Nombres de messages diffusés par journal

| Journal | Unités | Tirages | Messages diffusés |
|-------------------------------|---------------|----------------|--------------------------|
| <i>Le Devoir</i> | 663 | 38 962 | 25 831 806 |
| <i>La Presse</i> | 166 | 192 552 | 31 963 632 |
| <i>Le Journal de Montréal</i> | 23 | 336 294 | 7 734 762 |

Dans l'évaluation ci-dessus, nous nous limitons au nombre de messages diffusés. Nous ne tenons pas compte de la surface totale par journal, du nombre des lecteurs, des habitudes de lecture et d'achat du lectorat de chaque journal. La théorie du "Two step flow" nous porte aussi à considérer ce résultat avec réserve. Une étude de l'impact global de deux journaux reste à faire.

4.2 Caractéristiques des publicités

Nous consacrons cette section à la présentation des résultats relatifs aux 596 unités publicitaires correspondant à 70% des unités du corpus et à une surface totale de 37 563 cm avec une moyenne de 63,03 cm par unité. De façon plus précise, 101 de ces unités, soit 16,9% de l'ensemble des unités de publicités vont au journal *La Presse* contre 494 unités, c.-à-d. 82,9%, pour *Le Devoir*. Certaines publicités reviennent plusieurs fois, d'autres ont bénéficié d'une surface très importante. Nous décrivons plus loin deux "titres vedettes" qui ont été objet de publicités.

4.2.1 Fréquence et surface selon le genre de livre.

Les 596 unités publicitaires sont ainsi réparties par genre (Tableau 4.5): 210 (35,2%) d'entre elles traitent des romans; 130 (21,8%) concernent les essais; 36 (6%) parlent des biographies ; 56 (9,4%) sont relatives aux livres pratiques; 36 (6%) sont relatives

aux dictionnaires; deux (0,3%) sont consacrées aux bandes dessinées et 126 (21,1%) ont été classées dans la catégorie "Autre". Ainsi, la majorité des unités publicitaires (57%) traitent des romans et des essais.

Tableau 4.5
Répartition des publicités selon le genre et le journal

| GENRE | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | JOURNAL | | | Row Total |
|-----------------|--|-------------|-------------|----------------------|--------------|
| | | LaPresse | LeDevoir | LeJourna IdeMontr | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| | | | | | |
| Roman | 1 | 47 | 163 | | 210 |
| | | 22,4 | 77,6 | | 35,2 |
| | | 46,5 | 33,0 | | |
| | | 7,9 | 27,3 | | |
| Essai | 2 | 14 | 116 | | 130 |
| | | 10,8 | 89,2 | | 21,8 |
| | | 13,9 | 23,5 | | |
| | | 2,3 | 19,5 | | |
| Biogr. | 3 | 8 | 28 | | 36 |
| | | 22,2 | 77,8 | | 6,0 |
| | | 7,9 | 5,7 | | |
| | | 1,3 | 4,7 | | |
| Pratique | 4 | 14 | 42 | | 56 |
| | | 25,0 | 75,0 | | 9,4 |
| | | 13,9 | 8,5 | | |
| | | 2,3 | 7,0 | | |
| Dictionn. | 5 | 8 | 28 | | 36 |
| | | 22,2 | 77,8 | | 6,0 |
| | | 7,9 | 5,7 | | |
| | | 1,3 | 4,7 | | |
| BD | 6 | 1 | 1 | | 2 |
| | | 50,0 | 50,0 | | ,3 |
| | | 1,0 | ,2 | | |
| | | ,2 | ,2 | | |
| Autre | 7 | 9 | 116 | 1 | 126 |
| | | 7,1 | 92,1 | ,8 | 21,1 |
| | | 8,9 | 23,5 | 100,0 | |
| | | 1,5 | 19,5 | ,2 | |
| Column Total | | 101 16,9 | 494 82,9 | 1 ,2 | 596 100,0 |

Sur les 210 unités publicitaires relatives aux romans *La Presse* en compte 47 et *Le Devoir* 163. Quant aux essais et aux livres pratiques, *La Presse* et *Le Devoir* ont respectivement 14 et 116 des 130 unités sur les essais, ainsi que 14 et 42 des 56 unités publicitaires des livres pratiques. *La Presse* comprend huit unités sur les 36

unités publicitaires relatives aux biographies et *Le Devoir* en a 28. En ce qui concerne les dictionnaires, 8 et 28 des 36 unités publicitaires sont respectivement réparties entre *La Presse* et *Le Devoir*. Les deux journaux ont chacun une unité d'article sur les bandes dessinées. Enfin, 9 unités d'articles classées dans la catégorie "Autre" proviennent du journal *La Presse*, 116 du *Devoir* et une seule unité provient du *Journal de Montréal*.

Si on regarde la répartition des genres dans chaque journal, on constate que *Le Devoir* a un pourcentage d'unités publicitaires relatives aux essais plus élevé que celui de *La Presse* soit 23,5% contre 13,9%. L'importance de cette catégorie dans *La Presse* est égale à celle des livres pratiques (13,9%). Par ailleurs, les unités classées dans la catégorie "Autre" l'ont été le plus souvent dans *Le Devoir*, 116 unités ou 92,1% de toutes les unités publicitaires de la catégories "Autre" (le taux de ces unités par rapport aux genres dans *Le Devoir* est de 23,5%), soit à peu près la même proportion que celle des essais (89,2%).

On peut donc dire que *Le Devoir* contient une proportion plus importante de publicités sur les essais et que *La Presse* en contient plus sur les romans, les livres pratiques, les dictionnaires et les biographies.

Sur la surface totale des 596 unités de publicités (37 563 cm²), les unités publicitaires sur les romans couvrent une surface de 13 245 cm² avec une moyenne de 63,07 cm² (Tableau 4.6). Les essais ont 7 919 cm² de surface totale et 60,92 cm² pour la moyenne. Les unités relatives aux biographies couvrent 2 487 cm² et 69,09 cm², les unités des livres pratiques en ont 5 611 cm² avec une moyenne de 100, 20 cm². Les unités publicitaires des dictionnaires ont 2 021 cm² et 56,14 cm² respectivement pour les surfaces totale et moyenne. Les unités des BD ont une

surface totale de 47 cm² et une moyenne de 23,30 cm², tandis que la catégorie "Autre" en a 6 233 cm² de surface totale et 49,47 cm² de surface moyenne. L'ensemble des résultats par surface montre que les romans et les essais ont les surfaces totales les plus élevées soit respectivement 13 245 cm² et 7 919 cm².

Tableau 4.6
Surface des publicités
selon le genre et le journal

| GENRE | Mean Count Sum | JOURNAL | | | Row Total |
|--------------|----------------------|---------------|---------------|---------------------------|--------------|
| | | LaPresse 1 | LeDevoir 2 | LeJourna ldeMontr 3 | |
| Roman | 1 | 41,02 | 69,43 | | 63,07 |
| | | 47 | 163 | | 210 |
| | | 1928 | 11316 | | 13245 |
| Essai | 2 | 63,44 | 60,61 | | 60,92 |
| | | 14 | 116 | | 130 |
| | | 888 | 7031 | | 7919 |
| Biogr. | 3 | 50,14 | 74,50 | | 69,09 |
| | | 8 | 28 | | 36 |
| | | 401 | 2086 | | 2487 |
| Pratique | 4 | 35,17 | 121,88 | | 100,20 |
| | | 14 | 42 | | 56 |
| | | 492 | 5119 | | 5611 |
| Dictionn. | 5 | 32,83 | 62,80 | | 56,14 |
| | | 8 | 28 | | 36 |
| | | 263 | 1759 | | 2021 |
| BD | 6 | 21,00 | 25,60 | | 23,30 |
| | | 1 | 1 | | 2 |
| | | 21 | 26 | | 47 |
| Autre | 7 | 46,44 | 49,20 | 108,00 | 49,47 |
| | | 9 | 116 | 1 | 126 |
| | | 418 | 5707 | 108 | 6233 |
| Column Total | | 43,68 | 66,89 | 108,00 | 63,03 |
| | | 101 | 494 | 1 | 596 |
| | | 4411 | 33044 | 108 | 37563 |

La Presse et *Le Devoir* ont respectivement les surfaces totales et moyennes suivantes sur l'ensemble des unités publicitaires: 4 411 cm² et 43,68 cm², 33 044

cm² et 66, 89 cm². *Le Devoir* obtient une surface moyenne nettement plus élevée pour les unités des publicités sur les biographies, les romans et les livres pratiques. Les surfaces moyennes respectives des unités publicitaires sur les livres pratiques, les biographies et les romans au journal *Le Devoir* sont de 121, 88 , 74,50, et 69,43 cm².

4.2.2 Fréquence, surface et origine de l'auteur

Sur les 596 unités publicitaires, 458 unités d'auteurs d'origine canadienne-française représentant 76,8% des unités sont ainsi réparties entre les trois journaux: 58 pour *La Presse*, 399 pour *Le Devoir* et une unité pour *Le Journal de Montréal* (Tableau 4.7). Les auteurs français en ont 70 soit 11,7% dont 13 viennent de *La Presse* et 57 du *Devoir*. Quand aux unités d'auteurs d'origine américaine, il y en a 12 (2%) et sont également réparties entre *La Presse* et *Le Devoir*. La catégorie "Autre" en comprend 59 unités (9,8%) dont 27 proviennent du journal *La Presse* et 32 du *Devoir*.

Tableau 4.7
Répartition des publicités
selon l'origine de l'auteur et le journal

| ORIGAUTR | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | JOURNAL | | | Row Total |
|-----------------|--|---------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------|
| | | LaPresse | LeDevoir | LeJourna IdeMontr | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| Canada-français | 1 | 58 12,7 57,4 9,7 | 399 87,1 80,8 66,9 | 1 ,2 100,0 ,2 | 458 76,8 |
| France | 2 | 13 18,6 12,9 2,2 | 57 81,4 11,5 9,6 | | 70 11,7 |
| États-Unis | 3 | 6 50,0 5,9 1,0 | 6 50,0 1,2 1,0 | | 12 2,0 |
| Autre | 4 | 24 42,9 23,8 4,0 | 32 57,1 6,5 5,4 | | 56 9,4 |
| Column Total | | 101 16,9 | 494 82,9 | 1 ,2 | 596 100,0 |

Fait à noter, dans le cas des auteurs d'origine américaine, *Le Devoir* est à égalité avec *La Presse* avec six unités chacun. Les unités des auteurs canadiens-français représentent respectivement 57,4% et 80,8% des publicités de *La Presse* et du *Devoir*. Les taux respectifs par rapport aux autres catégories de l'origine de l'auteur sont de 12,9% et 11,5% pour les auteurs français; les auteurs américains représentent 5,9% des publicités de *La Presse* contre 1,2% dans le cas du *Devoir*. La catégorie "Autre" de *La Presse* renferme 23,8% des fréquences contre 6,5% pour *Le Devoir*.

Par rapport aux autres origines de l'auteur, les taux des unités publicitaires sur les auteurs étrangers sont plus élevées dans le journal *La Presse*. Les unités publicitaires relatives aux auteurs québécois sont proportionnellement beaucoup plus nombreuses au *Devoir*, soit 80,8% contre 57,4%.

La surface totale relative aux unités publicitaires (37 563 cm²) est ainsi répartie selon les origines de l'auteur: les unités des auteurs canadiens français couvrent une surface totale de 29 561 cm² et ont une surface moyenne de 64,54 cm²; les unités des auteurs français couvrent une surface totale de 4 477 cm² et une surface moyenne de 63,96 cm²; celles des auteurs d'origine américaine en ont 436 cm² et 36,29 cm² pour la moyenne. Enfin les unités de la catégorie "Autre" ont 3 190 cm² de surface totale et 61,84 cm² de moyenne.

Tableau 4.8
Surface selon l'origine de l'auteur et le journal

| | Mean Count Sum | JOURNAL | | | Row Total |
|-----------------|----------------------|----------|----------|----------------------|--------------|
| | | LaPresse | LeDevoir | LeJourna IdeMontr | |
| ORIGAUTR | | 1 | 2 | 3 | |
| Canada-français | 1 | 48,97 | 66,70 | 108,00 | 64,54 |
| | | 58 | 399 | 1 | 458 |
| | | 2840 | 26612 | 108 | 29561 |
| France | 2 | 33,12 | 70,99 | | 63,96 |
| | | 13 | 57 | | 70 |
| | | 431 | 4047 | | 4477 |
| États-Unis | 3 | 27,83 | 44,75 | | 36,29 |
| | | 6 | 6 | | 12 |
| | | 167 | 269 | | 436 |
| Autre | 4 | 40,55 | 66,13 | | 55,17 |
| | | 24 | 32 | | 56 |
| | | 973 | 2116 | | 3090 |
| Column Total | | 43,68 | 66,89 | 108,00 | 63,03 |
| | | 101 | 494 | 1 | 596 |
| | | 4411 | 33044 | 108 | 37563 |

Le Devoir a non seulement la surface totale la plus élevée des trois journaux mais il a aussi les surfaces totale et moyenne les plus grandes dans chaque catégorie de l'origine des auteurs.

4.2.3 Fréquence, surface et origine des éditeurs

Les 512 unités publicitaires relatives aux éditeurs d'origine canadienne-française, dont 81 ont été répertoriées dans *La Presse* et 430 dans *Le Devoir*, équivalent à 85,9% de toutes les unités publicitaires du corpus. Par ailleurs, 18 unités du journal *La Presse* et 57 du *Devoir* constituent les 75 unités publicitaires d'éditeurs d'origine française, soit 12,6 % des 599 unités publicitaires (Tableau 4.8). Enfin, la catégorie "Autre" comprend deux unités d'éditeurs objet de publicité au journal *La Presse*; sept unités d'éditeurs de cette catégorie sont objet de publicité dans *Le Devoir*.

Tableau 4.9
Répartition des unités
selon l'origine des éditeurs et le journal

| ORIGEDR | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | JOURNAL | | | Row Total |
|-----------------|--|----------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------|
| | | LaPresse | LeDevoir | LeJourna IdeMontr | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| Canada-français | 1 | 81 15,8 80,2 13,6 | 430 84,0 87,0 72,1 | 1 ,2 100,0 ,2 | 512 85,9 |
| France | 2 | 18 24,0 17,8 3,0 | 57 76,0 11,5 9,6 | | 75 12,6 |
| Autre | 3 | 2 22,2 2,0 ,3 | 7 77,8 1,4 1,2 | | 9 1,5 |
| Column Total | | 101 16,9 | 494 82,9 | 1 ,2 | 596 100,0 |

Les taux des unités publicitaires des éditeurs canadiens-français par rapport aux autres dans *La Presse* et dans *Le Devoir* sont respectivement de 80,2% et de 87%. Mais les publicités dans le journal *La Presse* ont un taux plus élevé d'unités relatives aux éditeurs d'origine française (17,8 contre 11,5%).

Sur les 37 563 cm² du corpus des publicités, la surface couverte par les unités publicitaires des éditeurs d'origine canadienne-française totalise 32 148 cm² avec une moyenne de 62,79 cm² (Tableau 4.10). Elle est ainsi répartie entre les unités des trois journaux: dans le cas de *La Presse*, la surface couvre 3 779 cm² avec une moyenne de 46,65 cm²; *Le Devoir* en a 28 262 cm² avec une surface moyenne de 65,72 cm². Les unités d'éditeurs d'origine française comprennent les unités de *La Presse* qui ont une surface totale de 578 cm², une moyenne de 32, 12 cm² ainsi que

les unités du *Devoir* qui ont une surface totale de 4 160 cm² et 72,98 cm² de moyenne. Le total des toutes ces unités s'élève à 4 738 cm², soit une surface moyenne de 63,17 cm². Quant aux surfaces des unités publicitaires des éditeurs de la catégorie "Autre", elles sont ainsi réparties entre *La Presse* et *Le Devoir*: 55 cm² de surface totale et 27,30 cm² de surface moyenne pour *La Presse*, une surface totale de 622 cm² et une moyenne de 88,90 cm² dans le cas du *Devoir*. Pour cette catégorie, la surface totale est de 677 cm² avec une moyenne de 75,21 cm².

Tableau 4.10
Surface selon l'origine des éditeurs et le journal

| | Mean Count Sum | JOURNAL | | | Row Total |
|-----------------|----------------------|----------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|
| | | LaPresse 1 | LeDevoir 2 | LeJourna ldeMontr 3 | |
| ORIGEDR | | | | | |
| Canada-français | 1 | 46,65 81 3779 | 65,72 430 28262 | 108,00 1 108 | 62,79 512 32148 |
| France | 2 | 32,12 18 578 | 72,98 57 4160 | | 63,17 75 4738 |
| Autre | 3 | 27,30 2 55 | 88,90 7 622 | | 75,21 9 677 |
| Column Total | | 43,68 101 4411 | 66,89 494 33044 | 108,00 1 108 | 63,03 596 37563 |

On trouve dans *Le Devoir* une surface moyenne plus élevée pour les unités relatives aux éditeurs d'origine française et à la catégorie "Autre" qu'à celles relatives aux éditeurs d'origine canadienne française. La surface moyenne respective de ces unités est de 72,98 cm², 88,90 cm² et 65,72 cm². Les surfaces moyennes totales laissent voir aussi un avantage des éditeurs français et ceux de la catégorie "Autre"

par rapport aux éditeurs canadiens français soit respectivement 63,17 cm², 75,21 cm² et 62,79 cm². Mais ces différences sont faibles.

4.2.4 Informations nominales

Passons maintenant à l'examen des résultats au niveau des titres, des auteurs, des éditeurs et des annonceurs individuels plutôt que regroupés en catégories.

a) Les titres

Les résultats relatifs aux fréquences laissent voir que les titres qui ont été objet de publicités une fois seulement totalisent 69,5% de tous les titres objets de publicité, soit 253 titres sur les 364. Ceux qui ont été objet de publicité deux fois seulement constituent 21,4% des tous les titres objet de publicités, soit 78 titres. Les fréquences des 364 titres recensés dans les 596 unités (Annexe 1) sont ainsi réparties:

Tableau 4.11
Répartition des fréquences selon les titres

| Nombres de titres | Fréquence |
|-------------------|-----------|
| 9 titres | 7 |
| 6 titres | 5 |
| 6 titres | 4 |
| 78 titres | 2 |
| 253 titres | 1 |
| Titres inconnus | 26 |

La fréquence la plus élevée est 7. Les titres qui atteignent cette fréquence sont les suivants:

- 1) *Quand je serai grande, je serai sage...*
- 2) *Le Principe de Geyser*
- 3) *Le petit Robert grand format*
- 4) *Larousse gastronomique*

5) *L'état du monde 1997. Annuaire économique et géopolitique mondiale*

6) *L'amour en guerre*

7) *Instruments des ténèbres*

8) *Gabrielle Roy, une vie*

9) *C'est pour mieux t'aimer mon enfant*

b) Les auteurs

Trois auteurs détiennent le palmarès des fréquences les plus élevées en publicité. Il s'agit de Larousse (en fait, un collectif édité par Larousse), Chrystine Brouillet (une auteure québécoise) et Le Robert (un collectif aussi) qui apparaissent respectivement 16, 9 et 8 fois dans les publicités.

Les auteurs qui n'ont qu'une apparition constituent 72,6% des auteurs dont il est question dans les publicités, soit 233 auteurs sur 321. On note que 63 auteurs, soit 19,6% des 321 objet de publicités, apparaissent deux fois seulement. Voici la répartition des auteurs selon les fréquences:

Tableau 4.12
Nombre d'auteurs selon la fréquence

| | |
|--------------|--------------------|
| 3 auteurs | entre 8 et 16 fois |
| 15 auteurs | entre 5 et 7 fois |
| 19 auteurs | 3 ou 4 fois |
| 63 auteurs | 2 fois |
| 233 auteurs. | 1 fois |

c) Les éditeurs

En tout, nous avons dénombré 91 éditeurs correspondant aux titres qui ont été objet de publicités. Il y a deux éditeurs, soit 2% des 91, dont il a été question 40 fois ou plus dans les publicités. Il s'agit de Québec/Amérique et de Fides (deux éditeurs

québécois) qui totalisent respectivement 46 et 44 apparitions. Ce qui revient à dire que 2% des éditeurs totalisent 15% des unités publicitaires.

La répartition des éditeurs par fréquence des unités publicitaires laissent voir aussi que 27,5% des éditeurs, soit 25 des 91 éditeurs, apparaissent une fois seulement. Les éditeurs dont les présences publicitaires se situent entre deux et quatre fois représentent 31% des éditeurs.

Tableau 4.13
Nombre d'éditeurs selon la fréquence

| | |
|-------------|---------------------|
| 2 éditeurs | 40 et plus |
| 5 éditeurs | 20 fois |
| 16 éditeurs | entre 10 et 19 fois |
| 16 éditeurs | entre 4 et 9 fois |
| 28 éditeurs | entre 2 et 4 fois |
| 25 éditeurs | 1 fois |

d) Les annonceurs

La librairie Champigny est à la source de 127 des unités publicitaires, soit 21,3% de 596 unités. La Librairie Garneau et la maison d'édition Fides ont respectivement 67 et 52 unités (Annexe 8). Les annonceurs qui ont une seule occurrence sont 15, soit 24% des 63 annonceurs du corpus des publicités.

Tableau 4.14
Nombre d'annonceurs selon la fréquence

| | |
|---------------|------------|
| 3 annonceurs | 52 et plus |
| 5 annonceurs | 13 et 28 |
| 10 annonceurs | 10 à 12 |
| 14 annonceurs | 5 à 9 |
| 16 annonceurs | 2 à 4 |
| 15 annonceurs | 1 |

Dans la répartition des fréquences auteurs et des titres, des éditeurs et des annonceurs le mode, soit la valeur la plus fréquente, correspond à 1. Cependant cette valeur est de loin plus fréquente pour les titres et les auteurs, soit 233 fois les auteurs et 253 fois pour les titres. Ce qui entraîne une variété beaucoup plus grande des titres et des auteurs.

Les titres, les auteurs, les éditeurs et les annonceurs ayant le nombre d'unités publicitaires le plus élevé sont respectivement: Larousse avec 16 unités, *Quand je serai grande, je serai sage* avec huit unités, Québec/Amérique avec 46 unités et Librairie Champigny avec 127 unités. La répartition des fréquences montre une grande concentration des fréquences publicitaires et un écart important entre les fréquences des différents annonceurs et éditeurs.

4.2.5 Description de deux titres

Le Québec 1997. Toute l'année politique, économique, sociale et culturelle par Roch Côté publié aux Éditions Fides est le titre dont la surface par unité publicitaire est la plus élevée. Celle-ci est de 1 782 cm². L'auteur et l'éditeur sont d'origine canadienne-française. Cette unité publicitaire apparaît dans *Devoir*. Elle est illustrée par l'image du livre. On sait que l'auteur est journaliste au *Devoir* et que l'édition est réalisée en fait en collaboration avec ce journal.

Quand je serai grande, je serai sage.... est un des neuf titres qui sont repris dans sept unités publicitaires. L'auteur de ce titre est Andrée Boucher, une artiste connue à la télévision; son éditeur est Libre expression. Tous les deux sont d'origine canadienne-française. Les unités publicitaires relatives à ce titre apparaissent dans *Le Devoir* et dans *La Presse*. L'image du livre apparaît dans les deux unités publicitaires du titre, tandis que la photo de l'auteur apparaît dans deux unités. La surface la plus élevée couverte par une unité relative à ce titre est de 198 cm². Les autres surfaces sont comprises entre 21 cm² et 75,9 cm².

4.2.6. Autres caractéristiques

Nous donnons ci-dessous la répartition des fréquences selon la présence de l'image, de la photo, de la couleur et la présence à la une du cahier. Selon les résultats, 415 unités sont illustrées par l'image du livre (Tableau 4.15). Cela représente 69,6% des 596 unités publicitaires de notre corpus. *Le Devoir* regroupe 323 de ces unités, soit 77,8% de l'ensemble des publicités où l'image du livre est présente et 65,4% de ses unités publicitaires. Les unités publicitaires illustrées par une image totalisent 93 unités dans le cas de *La Presse*, soit 90,1% de ses unités publicitaires et 21,9% de toutes les publicités ayant une image du livre.

Tableau 4.15
Présence des éléments de valorisation

| Count | JOURNAL | | | Row Total |
|---------|---------------|---------------|---------------------------|--------------|
| | LaPresse 1 | LeDevoir 2 | LeJourna ldeMontr 3 | |
| IMAGE | 91 90,1 | 323 65,4 | 1 100,0 | 415 69,6 |
| PHOTO | 8 7,9 | 94 19,0 | 1 100,0 | 103 17,3 |
| COULEUR | | 7 1,4 | | 7 1,2 |
| UNE | 8 7,9 | 5 1,0 | 1 100,0 | 14 2,3 |
| Total | 101 16,9 | 494 82,9 | 1 ,2 | 596 100,0 |

L'image du livre est l'illustration la plus fréquente. Par rapport à l'ensemble des publicités avec ou sans image de l'auteur, *Le Devoir* a le nombre total d'unités publicitaires et le taux les plus élevés. Par contre, si on regarde la présence de l'image par rapport au total des publicités de chaque quotidien, les résultats montrent que c'est *La Presse* qui a le taux le plus élevé des publicités où figure l'image du livre (90,1%).

La photo de l'auteur est présente dans 103 unités (Tableau 4.15). Cela représente 17,2% de l'ensemble des unités publicitaires. Sur les 103 unités, 94 proviennent du *Devoir* et huit seulement de *La Presse*. Ainsi, *Le Devoir* utilise la photo de l'auteur (19%) plus souvent que *La Presse* (7,9%).

Les unités publicitaires qui sont à la une des cahiers du livre représente 2,3% de l'ensemble des unités publicitaires, soit 14 unités (Tableau 4.15). On voit que huit d'entre elles ont été répertoriées pour *La Presse* et cinq pour *Le Devoir*. C'est *La*

Presse qui fait paraître le plus les unités publicitaires à la une en terme de proportion et de nombre total.

La couleur est rarement utilisée. On la voit seulement dans *Le Devoir* où il y a sept unités publicitaires illustrées en couleur (Tableau 4.15).

4.2.7 Conclusion

Les romans sont les genres les plus fréquents en publicité (210 unités). Ils bénéficient de la surface totale la plus élevée (13 245 cm²). Ils sont suivis des essais, des dictionnaires et des biographies. Le journal *Le Devoir* a le plus grand nombre d'unités, ses proportions internes sont les plus élevées pour les romans et les essais (33% et 23,5%); toutes ses surfaces totale et moyenne par genre y sont plus élevées, sauf pour les essais. Pour cette catégorie, *La Presse* a la surface moyenne la plus élevée.

Ce sont les unités publicitaires d'auteurs d'origine canadienne-française qui sont les plus fréquentes. Elles sont 458, soit 76,5% des unités publicitaires. Elles ont aussi les surfaces totale et moyenne les plus élevées. *La Presse* reçoit proportionnellement plus de publicités relatives à des auteurs américains.

Ce sont les unités d'éditeurs canadiens-français qui sont les plus fréquentes. Elles sont 515 et constituent 84% des unités publicitaires. Elles ont également les surfaces totale et moyenne les plus élevées.

En résumé, *Le Devoir* tient le devant en terme de fréquence et de surface des unités recensées par genre, auteurs et éditeurs. Si on regarde les taux dans chaque journal, nous pouvons associer *Le Devoir* aux auteurs et aux éditeurs canadiens, aux

essais pour le genre. En partant de ces mêmes critères, le journal *La Presse* s'associe relativement plus aux auteurs et éditeurs français et étrangers en général. Comparé au journal *Le Devoir*, *La Presse* donne une plus grande proportion aux romans, aux livres pratiques, aux dictionnaires et aux biographies. Par contre, l'observation de la surface moyenne seulement laisse voir que *La Presse* s'associe plus aux essais tandis que *Le Devoir* s'associe plus aux autres genres.

L'image du livre est la mise en valeur la plus fréquente (69,6%). L'examen des caractéristiques précédentes montre que c'est *Le Devoir* qui a de loin le plus grand nombre d'unités publicitaires où l'image du livre, la photo de l'auteur et la couleur sont présentes comme moyen de valorisation. Cependant, si on considère dans chaque journal le taux des unités publicitaires ayant une illustration, *La Presse* vient en premier lieu en ce qui concerne la présence de l'image du livre. Ce journal met aussi un peu plus d'unités publicitaires à la une des cahiers du livre.

4.3. Caractéristiques des articles

Les 256 unités d'articles du corpus correspondent à 29,9% de l'ensemble du corpus. Elles sont réparties en 169 unités soit 66% provenant du *Devoir*, 65, soit 25,4% recensées dans *La Presse* et 22, soit 8,6%, appartenant au *Journal de Montréal* (Tableau 4.2). Les 256 unités couvrent une surface totale de 65 107 cm² et la moyenne est de 254,33 cm² (Tableau 4.3).

Comparé aux autres quotidiens, *Le Devoir* consacre beaucoup plus d'espace aux articles, 45 710 cm². *La Presse* et *Le Journal de Montréal* ont chacun 17 519 et 1 878 cm². Les moyennes des surfaces accordées aux articles par *La Presse* et *Le Devoir* sont presque égales (269,52 et 270,48 cm²). Certains titres reviennent

plusieurs fois, d'autres ont bénéficié d'une opinion favorable ou d'une surface très importante. Nous décrivons plus loin deux titres mis en évidence, soit par leur surface élevée, le nombre d'opinion favorable ou la fréquence des articles dont ils ont été objet.

4.3.1 Type d'article par journal

Selon les résultats, 138 unités sont des recensions. Il y a 108 unités sous forme des brèves, deux de la catégorie "article sur un auteur" et deux dans la catégorie "Autre" (Tableau 4.14).

Tableau 4.16
Unités selon le type d'article et le journal

| TYPART | JOURNAL | | | | Row Total |
|--------------|---------|----------|----------|-----------|-----------|
| | Count | LaPresse | LeDevoir | LeJourna | |
| | Row Pct | LeDevoir | LeJourna | IdemMontr | |
| | Col Pct | 1 | 2 | 3 | |
| Tot Pct | 1 | 2 | 3 | Total | |
| Recension | 1 | 36 | 102 | | 138 |
| | | 26,1 | 73,9 | | 53,9 |
| | | 55,4 | 60,4 | | |
| | | 14,1 | 39,8 | | |
| Brève | 2 | 29 | 57 | 22 | 108 |
| | | 26,9 | 52,8 | 20,4 | 42,2 |
| | | 44,6 | 33,7 | 100,0 | |
| | | 11,3 | 22,3 | 8,6 | |
| Auteur | 3 | | 2 | | 2 |
| | | | 100,0 | | ,8 |
| | | | 1,2 | | ,8 |
| Autre | 4 | | 8 | | 8 |
| | | | 100,0 | | 3,1 |
| | | | 4,7 | | |
| | | 3,1 | | | |
| Column Total | | 65 | 169 | 22 | 256 |
| | | 25,4 | 66,0 | 8,6 | 100,0 |

Les recensions constituent un peu plus de la moitié (53,9%) des unités d'articles de notre corpus. On observe que 36 d'entre elles ont été répertoriées dans *La Presse* et

les 102 autres dans *Le Devoir*. On constate aussi que 42,2% des unités d'articles soit 108 unités sont des brèves dont 29 ont été recensées dans *La Presse*, 57 dans *Le Devoir* et 22 dans *Le Journal de Montréal*. Par ailleurs, la catégorie "Auteur" contient deux unités sur Arlette Cousture et Louise Simard, deux auteures québécoises, dans *Le Devoir*, tandis que la catégorie "Autre" en contient huit du même journal.

Le Devoir a les plus grands nombres dans toutes les catégories ainsi que le plus fort taux de recensions par rapport aux autres catégories de type d'articles; soit 60,4%. Le taux des brèves par rapport aux catégories de type d'article est de 100% pour *Le Journal de Montréal* et de 44,6% pour *La Presse* ; il est plus élevé que celui du *Devoir* qui est de 33,7%. Toutes les unités d'articles du *Journal de Montréal* sont des brèves.

Les surfaces totales et moyennes des recension sont plus élevées que celles les autres catégories (Tableau 4.17). *La Presse* et *Le Devoir* ont la surface moyenne des recensions presque égale (269,52 cm² contre 270,48 cm²). La surface moyenne de *La Presse* est plus élevée que celle du *Devoir* pour les brèves soit respectivement 115,91 cm² contre 62,54 cm². Dans cette catégorie, la surface moyenne du *Journal de Montréal* est plus élevée que celle du *Devoir*.

Tableau 4.17
Surface selon le type d'article et le journal

| TYPART | Mean Count Sum | JOURNAL | | | Row Total |
|--------------|----------------------|---------------|---------------|---------------------------|--------------|
| | | LaPresse 1 | LeDevoir 2 | LeJourna IdeMontr 3 | |
| Recension | 1 | 393,26 | 399,25 | | 397,69 |
| | | 36 | 102 | | 138 |
| | | 14 157 | 40 723 | | 54 881 |
| Brève | 2 | 115,91 | 62,54 | 85,36 | 81,52 |
| | | 29 | 57 | 22 | 108 |
| | | 3362 | 3565 | 1878 | 8804 |
| Auteur | 3 | | 132,50 | | 132,50 |
| | | | 2 | | 2 |
| | | | 265 | | 265 |
| Autre | 4 | | 144,65 | | 144,65 |
| | | | 8 | | 8 |
| | | | 1157 | | 1157 |
| Column Total | | 269,52 | 270,48 | 85,36 | 254,33 |
| | | 65 | 169 | 22 | 256 |
| | | 17519 | 45710 | 1878 | 65107 |

Par rapport aux autres journaux, *Le Devoir* accorde plus d'espace aux unités d'articles. Il privilégie aussi des articles longs (recensions).

4.3.2 Genre et journal

Les résultats relatifs aux fréquences des genres dans les articles (Tableau 4.18), montrent que les 256 unités d'articles sont réparties entre 99 romans (38,7%), 75 essais (29,5%), 25 biographies (9,8%), 12 livres pratiques (4,7%), 6 dictionnaires (2,3) et 2 bandes dessinées (0,8%).

Tableau 4.18
Articles selon le genre et le journal

| GENRE | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | JOURNAL | | | Row Total |
|-----------|--|------------|-------------|----------------------|--------------|
| | | LaPresse | LeDevoir | LeJourna IdeMontr | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| | | | | | |
| Roman | 1 | 20 | 70 | 9 | 99 |
| | | 20,2 | 70,7 | 9,1 | 38,7 |
| | | 30,8 | 41,4 | 40,9 | |
| | | 7,8 | 27,3 | 3,5 | |
| Essai | 2 | 26 | 44 | 5 | 75 |
| | | 34,7 | 58,7 | 6,7 | 29,3 |
| | | 40,0 | 26,0 | 22,7 | |
| | | 10,2 | 17,2 | 2,0 | |
| Biogr. | 3 | 6 | 18 | 1 | 25 |
| | | 24,0 | 72,0 | 4,0 | 9,8 |
| | | 9,2 | 10,7 | 4,5 | |
| | | 2,3 | 7,0 | ,4 | |
| Pratique | 4 | 3 | 8 | 1 | 12 |
| | | 25,0 | 66,7 | 8,3 | 4,7 |
| | | 4,6 | 4,7 | 4,5 | |
| | | 1,2 | 3,1 | ,4 | |
| Dictionn. | 5 | 1 | 4 | 1 | 6 |
| | | 16,7 | 66,7 | 16,7 | 2,3 |
| | | 1,5 | 2,4 | 4,5 | |
| | | ,4 | 1,6 | ,4 | |
| BD | 6 | | 2 | | 2 |
| | | | 100,0 | | ,8 |
| | | | 1,2 | | |
| | | | ,8 | | |
| Autre | 7 | 9 | 23 | 5 | 37 |
| | | 24,3 | 62,2 | 13,5 | 14,5 |
| | | 13,8 | 13,6 | 22,7 | |
| | | 3,5 | 9,0 | 2,0 | |
| | Column Total | 65 25,4 | 169 66,0 | 22 8,6 | 256 100,0 |

Sur les 99 unités relatives aux articles sur les romans, 70 ont été répertoriés dans *Le Devoir*, 20 dans *La Presse* et neuf dans *Le Journal de Montréal*. Pour les essais, la répartition respective dans les trois journaux est 44, 26 et cinq unités. Et quand on considère les 25 unités sur les biographies, elle est de 18 unités dans

Le Devoir, de six unités dans *La Presse* et d'une unité dans *Le Journal de Montréal*. La répartition des 12 unités sur les livres pratiques donne huit unités au *Devoir*, trois à *La Presse* et une unité au *Journal de Montréal*. Quant aux 37 unités sur les titres de la catégorie Autres, 23 d'entre elles appartiennent au *Devoir*, neuf à *La Presse* et cinq au *Journal de Montréal*.

La répartition des unités par le genre dans chaque journal laisse voir une proportion toujours favorable au *Devoir* sauf dans le cas de la catégorie Autres (13,6%) où sa proportion est presque égale à celle de *La Presse* (13,8%). Pour cette même catégorie, la répartition selon le genre dans *Le Journal de Montréal* indique une proportion de 22,7%.

La surface totale des 256 unités d'articles est 65107 cm². Les surfaces respectives des unités d'articles sur les romans et les essais couvrent 24 970 cm² avec une moyenne de 252,23 cm² et 17 368 cm² et une moyenne de 231, 58 cm² (Tableau 4.19). Les unités relatives au biographies totalisent une surface de 11 460 cm² avec une moyenne de 458,39 cm². La surface des unités sur les livres pratiques couvre 1 478 cm² avec une moyenne de 123,19 cm². Quant à la surface des unités de la catégorie Autre, elle de 8 288 cm² avec une moyenne de 224,01 cm².

Tableau 4.19
Surface des articles selon le genre et le journal

| GENRE | Mean Count | JOURNAL | | | Row Total |
|--------------|---------------|-----------------------|------------------------|----------------------|------------------------|
| | | LaPresse | LeDevoir | LeJourna IdeMontr | |
| | Sum | 1 | 2 | 3 | |
| Roman | 1 | 323,67 20 6473 | 249,08 70 17435 | 117,94 9 1062 | 252,23 99 24970 |
| Essai | 2 | 262,02 26 6812 | 231,53 44 10187 | 73,74 5 369 | 231,58 75 17368 |
| Biogr. | 3 | 279,47 6 1677 | 539,53 18 9712 | 71,30 1 71 | 458,39 25 11460 |
| Pratique | 4 | 157,77 3 473 | 117,69 8 942 | 63,00 1 63 | 123,15 12 1478 |
| Dictionn. | 5 | 416,80 1 417 | 186,55 4 746 | 52,50 1 53 | 202,58 6 1216 |
| BD | 6 | | 163,70 2 327 | | 163,70 2 327 |
| Autre | 7 | 185,16 9 1666 | 276,56 23 6361 | 52,20 5 261 | 224,01 37 8288 |
| Column Total | | 269,52 65 17519 | 270,48 169 45710 | 85,36 22 1878 | 254,33 256 65107 |

La surface totale des toutes les unités de *La Presse* est 17 519 cm² avec une moyenne de 269,52 cm². Elle est de 45 710 cm² avec une moyenne de 270,36 cm² dans le cas du *Devoir*. Quant aux unités du *Journal de Montréal*, elles couvrent une surface de 1 878 cm² avec une moyenne de 85,36 cm². Nous remarquons que la surface totale par genre est toujours plus élevée dans *Le Devoir* que dans *Le journal Montréal* et dans *La Presse*.

Dans *La Presse*, la surface moyenne accordée aux romans (323,67 cm²), aux essais (262,02 cm²) et aux livres pratiques (157,77 cm²) est plus élevée que dans *Le Devoir* et dans *Le Journal de Montréal*. Par contre, celle accordée aux unités

biographiques (539,53 cm²) dans *Le Devoir* constitue presque le double de celle accordée aux unités de ce genre dans *La Presse* (279,47 cm²). Notons aussi que dans les unités de la catégorie Autre du *Devoir*, la surface moyenne (276,56 cm²) y est également plus élevée que dans les deux autres journaux.

4.3.3 Informations nominales.

a) Titres de livres

Un titre, *Olivar Asselin et son temps. Le militant* revient six fois, deux titres, soit *Les nouveaux démons* et *À contre-courant* sont traités trois fois. Les titres traités deux fois sont au nombre de 22. En tout, 222 titres différents sont objet d'articles. Les titres qui ont été traités une seule fois sont 197 soit 89,5% de 220 titres et 77% unités non publicitaires (Annexe 2).

b) Auteurs des livres

Selon les résultats, 203 auteurs d'ouvrages sont mentionnés dans les 256 unités d'articles. L'auteur qui revient le plus souvent est Daniel Pennac, un auteur français. Il apparaît dans 13 unités. Hélène Pelletier-Baillargeon, une auteure d'origine canadienne-française, vient en deuxième lieu; elle est mentionnée six fois. Trois auteurs, soit Josée Legault, Sarah Cohen-Scali et Jacques Brault sont objet d'articles trois fois. Les résultats relatifs au corpus des articles laissent aussi voir qu'il y a 24 auteurs correspondant à deux unités tandis que 174 auteurs ont traité une seule fois, soit respectivement 20% et 86% des 203 auteurs dont il est question dans les articles.

c) Éditeurs de livres

Selon les résultats, il y a 103 éditeurs correspondant aux 256 unités d'articles. L'éditeur qui revient le plus souvent est l'édition du Seuil. Il apparaît 21 fois. Les

éditions Gallimard, Boréal et Fides sont mentionnées respectivement 13, 11 et 10 fois. Les éditeurs dont il est question une fois seulement dans les articles sont au nombre de 59 et constituent 29% des éditeurs ou 23% des 256 unités d'articles.

Tableau 4.20
Répartition des fréquences par éditeurs de livres

| | |
|-------------|---------------------|
| 1 éditeur | 21 fois |
| 3 éditeurs | entre 10 et 13 fois |
| 9 éditeurs | entre 5 et 7 fois |
| 33 éditeurs | entre 2 et 4 fois |
| 59 éditeurs | 1 fois |

Sur les 13 éditeurs présents dans cinq unités ou plus, on retrouve sept éditeurs d'origine canadienne-française.

4.3.4 Description des articles relatifs à un auteur et un titre particuliers

L'auteur Daniel Pennac est l'auteur dont il a été le plus souvent question dans les articles sur les livres. Il est traité 13 fois. Tant dis qu'*Olivar Asselin et son temps. Le Militant* est le titre le plus fréquent. Il apparaît six fois dans le corpus des articles. C'est aussi le titre qui recueille le plus d'opinions favorables, soit cinq fois en tout.

Les unités d'articles relatives à Daniel Pennac proviennent du *Devoir* et du *Journal de Montréal*. C'est un auteur français publié par Gallimard, un éditeur français. Sur les 13 unités relatives à cet auteur, 10 correspondent à des romans, une à une biographie et une classée dans la catégorie "Autre"; dans un cas, le genre n'a pas été identifié. La majorité des titres, soit huit, a été objet de recension, tandis que cinq titres ont été objet de brèves.

Le titre de Daniel Pennac qui occupe l'espace le plus grand est *Diane ou la chasseresse solitaire*. Il a été l'objet d'un article dans *Le Devoir* ; sa surface est de 616 cm². La majorité des surfaces des titres de cet auteur est comprise entre 132 et 221,8 cm². Dans ces articles, l'opinion favorable apparaît 4 fois. Dans 6 cas sur 13, il y a une image du livre, tandis que la photo de l'auteur est présente 2 fois.

Olivar Asselin. Le militant apparaît seulement dans les unités d'articles du *Devoir*. Ce titre et son auteur ont la fréquence la plus élevée des unités d'articles de notre corpus. C'est aussi le titre qui recueille le plus d'opinions favorables. Presque tous les articles qui lui sont consacrés sont des recensions. Une de ses unités a une surface qui atteint 1 573 cm², la plus grande du corpus. L'image du livre est présente dans presque toutes les unités d'articles relatives à ce titre. Il apparaît une fois à la une du cahier du livre.

4.3.5 L'opinion, genre et le journal

Sur les 256 unités d'articles, 135 unités d'articles soit 52,7% sont favorables, 102 unités (39,8%) sont neutres. Les deux autres opinions (défavorable et sans opinion) comptent respectivement pour 15 (5,9%) et 4 (1,6%) unités d'articles (Tableau 4.21)

Sur les 15 unités dont l'opinion est défavorable, six unités sont de *La Presse*, tandis que les neuf autres sont du *Devoir*. Les opinions favorables sont au nombre de 23 dans *La Presse*, 100 dans *Le Devoir* et de 12 dans *Le journal de Montréal*. Les opinions neutres de *La Presse*, du *Devoir* et du *Journal de Montréal* sont respectivement de 36, 56 et 10. Quant aux quatre unités sans opinion, elles proviennent toutes du *Devoir*.

Les opinions favorables sont majoritaires (52,7%). Les opinions neutres viennent en deuxième (39,8%). Les opinions favorables sont proportionnellement plus nombreuses dans *Le Devoir* (59,2%). L'opinion favorable est aussi majoritaire dans *Le Journal de Montréal*, soit 54,5%. L'opinion neutre est proportionnellement plus fréquente dans *La Presse*, soit 54,9%.

Tableau 4.21
Répartition des opinions selon le journal

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | JOURNAL | | | Row Total |
|-----------------|--|----------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------|
| | | LaPresse | LeDevoir | LeJourna IdeMontr | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| Défavorable | 1 | 6 40,0 9,2 2,3 | 9 60,0 5,3 3,5 | | 15 5,9 |
| Favorable | 2 | 23 17,0 35,4 9,0 | 100 74,1 59,2 39,1 | 12 8,9 54,5 4,7 | 135 52,7 |
| Neutre | 3 | 36 35,3 55,4 14,1 | 56 54,9 33,1 21,9 | 10 9,8 45,5 3,9 | 102 39,8 |
| Sans opinion | 4 | | 4 100,0 2,4 1,6 | | 4 1,6 |
| Column Total | | 65 25,4 | 169 66,0 | 22 8,6 | 256 100,0 |

4.3.5.1 Opinion selon type d'article et par journal

Sur les 256 unités d'articles, il y a 15 unités d'articles ayant une opinion défavorable (5,9%); elles comprennent 10 unités de recensions et 5 brèves. Il y a 135 unités ayant une opinion favorable et réparties entre 83 recensions, 47 brèves, une unité relative à l'auteur et 4 unités de la catégorie "Autre". Les 102 unités ayant une opinion neutre comprennent 45 recensions, 53 brèves et 4 unités de la catégorie "Autre" (Tableau 4.22).

Tableau 4.22
Répartition des opinions selon le type d'article

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | TYPART | | | | Row Total |
|-----------------|--|----------|-------|--------|-------|--------------|
| | | Recensio | Brève | Auteur | Autre | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| | | n | | | | |
| Défavorable | 1 | 10 | 5 | | | 15 |
| | | 66,7 | 33,3 | | | 5,9 |
| | | 7,2 | 4,6 | | | |
| | | 3,9 | 2,0 | | | |
| Favorable | 2 | 83 | 47 | 1 | 4 | 135 |
| | | 61,5 | 34,8 | ,7 | 3,0 | 52,7 |
| | | 60,1 | 43,5 | 50,0 | 50,0 | |
| | | 32,4 | 18,4 | ,4 | 1,6 | |
| Neutre | 3 | 45 | 53 | | 4 | 102 |
| | | 44,1 | 52,0 | | 3,9 | 39,8 |
| | | 32,6 | 49,1 | | 50,0 | |
| | | 17,6 | 20,7 | | 1,6 | |
| Sans opinion | 4 | | 3 | 1 | | 4 |
| | | | 75,0 | 25,0 | | 1,6 |
| | | | 2,8 | 50,0 | | |
| | | | 1,2 | ,4 | | |
| Column Total | | 138 | 108 | 2 | 8 | 256 |
| | | 53,9 | 42,2 | ,8 | 3,1 | 100,0 |

Lorsqu'on considère les unités de recension, on trouve 83 unités contenant une opinion favorable, soit un taux de 60,1%; 45 recensions ont une opinion neutre soit 32,6% des recensions. Dans les brèves, 47 unités ont une opinion favorable, cela correspond à un taux de 43,5% tandis que 53 unités ont une opinion neutre, soit un

taux de 49,1%. Les 83 unités des recensions avec une opinion favorable constituent la majorité des unités selon l'opinion et le type d'article.

La Presse:

L'opinion est répartie de la façon suivante dans les 65 unités d'articles du journal *La Presse* : six unités sont défavorables, 23 sont favorables, et 36 sont neutres soit plus de la moitié des l'ensemble de ces unités (Tableau 4.23). Il y a 36 recensions en tout dont quatre unités défavorables, 17 favorables et 15 neutres. Sur les 29 unités de brèves, deux sont défavorables, six favorables et 21 sont neutres.

Tableau 4.23
Opinion selon le type d'article dans *La Presse*

| OPINION | Count | | TYPARPU | | Row Total |
|-------------|--------------|---------|----------|-------|-----------|
| | Row Pct | Col Pct | Récensio | Brève | |
| | Col Pct | Tot Pct | 1 | 2 | |
| | Tot Pct | | | | |
| Défavorable | 1 | | 4 | 2 | 6 |
| | | | 66,7 | 33,3 | 9,2 |
| | | | 11,1 | 6,9 | |
| Favorable | 2 | | 17 | 6 | 23 |
| | | | 73,9 | 26,1 | 35,4 |
| | | | 47,2 | 20,7 | |
| Neutre | 3 | | 15 | 21 | 36 |
| | | | 41,7 | 58,3 | 55,4 |
| | | | 41,7 | 72,4 | |
| | | 23,1 | 32,3 | | |
| | Column Total | | 36 | 29 | 65 |
| | | | 55,4 | 44,6 | 100,0 |

La Presse ne comprend que des recensions et des brèves. Les recensions y sont plus nombreuses que les brèves (55,4%), mais les unités des brèves avec une opinion neutre sont les plus fréquentes (21 unités, 58,3% des unités neutres et 72,4% des brèves, 32,3% de toutes les unités de ce journal). Les unités de

recensions favorables représentent 73,9% de les unités favorables de *La Presse*, 47,2% de ses brèves et 26,2% de l'ensemble de ses unités.

Le Devoir.

L'opinion est ainsi répartie dans les 169 unités d'articles du journal *Le Devoir*. Il y a 9 unités défavorables et 100 favorables, c.-à-d. 59,2% des unités; 56 unités sont neutres et aucune opinion n'est exprimée dans quatre cas. Sur les 102 unités de recension, six ont une opinion défavorable, l'opinion est favorable dans 66 unités et neutre dans 30. Quant aux 57 unités de brèves, elles sont ainsi réparties: trois opinions sont défavorables, 29 favorables, 22 neutres, aucune opinion n'est exprimée dans trois cas. Il y a deux unités de la catégorie "Auteur" dont une a une opinion favorable; l'autre est dans la catégorie "Sans opinion". Dans la catégorie de type d'article "Autre", il y a quatre unités favorables et quatre unités avec une opinion neutre.

Tableau 4.24
Opinion selon le type d'article dans *Le Devoir*

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | TYPARPU | | | | Row Total |
|-----------------|--|----------------------------|----------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------|
| | | Récensio | Brève | Autre | Auteur | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| | | n | | | | |
| Défavorable | 1 | 6 66,7 5,9 3,6 | 3 33,3 5,3 1,8 | | | 9 5,3 |
| Favorable | 2 | 66 66,0 64,7 39,1 | 29 29,0 50,9 17,2 | 4 4,0 50,0 2,4 | 1 1,0 50,0 ,6 | 100 59,2 |
| Neutre | 3 | 30 53,6 29,4 17,8 | 22 39,3 38,6 13,0 | 4 7,1 50,0 2,4 | | 56 33,1 |
| Sans opinion | 4 | | 3 75,0 5,3 1,8 | | 1 25,0 50,0 ,6 | 4 2,4 |
| Column Total | | 102 60,4 | 57 33,7 | 8 4,7 | 2 1,2 | 169 100,0 |

La majorité des unités du journal *Le Devoir* sont des recensions. Les 66 recensions favorables représentent 66% des opinions favorables, 64,7% des recensions et 39,1% des toutes les unités de ce journal. Après les recensions favorables, les unités les plus nombreuses sont les recensions neutres et les brèves favorables.

Le Journal de Montréal

Nous rappelons que tous les articles du *Journal de Montréal* sont des brèves. Sur les 22 unités, l'opinion exprimée est favorable dans 12 cas et neutre dans 10 autres.

4.3.5.2 Opinion selon le genre et le journal

Opinion selon le genre

Sur les 15 unités d'opinions défavorables, six sont des romans, quatre sont relatives à des essais, une unité correspond à une biographie, une autre est relative à un livre pratique et trois autres sont de la catégorie "Autre" (Tableau 4.25). Les 135 unités favorables sont ainsi réparties: 61 unités de romans, 34 unités d'essais, 14 unités de biographies, cinq unités de livres pratiques, deux unités de dictionnaires, deux BD et 14 de la catégories "Autre".

Les 102 unités neutres comprennent 32 unités de romans, 37 unités relatives aux essais, neuf unités de biographies, six unités des livres pratiques, une unité relative à un dictionnaire et 17 unités de la catégorie "Autre".

La plus grande partie d'opinions favorables est recueillie par les romans, soit 61 unités ou 45,2% des opinions favorables. Ils sont suivis par les essais et les biographies qui ont respectivement 25,2% et 10,4% d'opinions favorables. Ainsi, 61,6% des romans, 45,3% des essais, 83,3% des dictionnaires (5 sur 6 unités) et 56,0% des biographies et 41,7% des livres pratiques ont une opinion favorable. Les essais, les livres pratiques, la catégorie "Autres" reçoivent plus souvent une opinion plutôt neutre que favorable. Les dictionnaires ont le taux d'opinion favorable la plus haute (83,3%) par rapport aux autres opinions exprimées selon les genres.

Tableau 4.25
Articles selon l'opinion et le genre

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | GENRE | | | | | | | Row Total |
|-----------------|--|-------|-------|--------|----------|----------|-------|-------|--------------|
| | | Roman | Essai | Biogr. | Pratique | Dictionn | BD | Autre | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| Défavorable | 1 | 6 | 4 | 1 | 1 | | | 3 | 15 5,9 |
| | | 40,0 | 26,7 | 6,7 | 6,7 | | | 20,0 | |
| | | 6,1 | 5,3 | 4,0 | 8,3 | | | 8,1 | |
| Favorable | 2 | 61 | 34 | 14 | 5 | 5 | 2 | 14 | 135 52,7 |
| | | 45,2 | 25,2 | 10,4 | 3,7 | 3,7 | 1,5 | 10,4 | |
| | | 61,6 | 45,3 | 56,0 | 41,7 | 83,3 | 100,0 | 37,8 | |
| Neutre | 3 | 32 | 37 | 9 | 6 | 1 | | 17 | 102 39,8 |
| | | 31,4 | 36,3 | 8,8 | 5,9 | 1,0 | | 16,7 | |
| | | 32,3 | 49,3 | 36,0 | 50,0 | 16,7 | | 45,9 | |
| Sans opinion | 4 | | | 1 | | | | 3 | 4 1,6 |
| | | | | 25,0 | | | | 75,0 | |
| | | | | 4,0 | | | | 8,1 | |
| | | | | ,4 | | | | 1,2 | |
| Column Total | | 99 | 75 | 25 | 12 | 6 | 2 | 37 | 256 100,0 |
| | | 38,7 | 29,3 | 9,8 | 4,7 | 2,3 | ,8 | 14,5 | |

Les romans, les dictionnaires et les biographies reçoivent une opinion favorable plus souvent qu'une opinion neutre. Quant aux livres pratiques, aux essais et aux livres de la catégorie Autre, ils reçoivent une opinion plus souvent neutre que favorable.

La Presse

Dans les six unités d'articles du journal *La Presse* (Tableau 4.26) ayant une opinion défavorable, deux sont des romans, deux sont des essais, une unité est un livre pratique, et une unité est de la catégorie "Autre". Les 23 unités favorables sont réparties en 12 romans, 7 essais, 3 biographies et 1 unité de la catégorie Autre. Les 36 unités neutres comprennent six romans, 17 essais, 3 biographies, 2 livres pratiques, 1 dictionnaire et 1 unités de la catégorie "Autre".

Il y a en tout 20 romans, 26 essais, 6 biographies, 3 livres pratiques, 1 dictionnaire et 9 unités de la catégories "Autre".

Tableau 4.26
Opinion selon le genre dans *La Presse*

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | GENRE | | | | | | Row Total |
|-----------------|--|-------|-------|--------|----------|----------|-------|--------------|
| | | Roman | Essai | Biogr. | Pratique | Dictionn | Autre | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 7 | |
| | | | | | | | | |
| Défavorable | 1 | 2 | 2 | | 1 | | 1 | 6 |
| | | 33,3 | 33,3 | | 16,7 | | 16,7 | 9,2 |
| | | 10,0 | 7,7 | | 33,3 | | 11,1 | |
| | | 3,1 | 3,1 | | 1,5 | | 1,5 | |
| Favorable | 2 | 12 | 7 | 3 | | | 1 | 23 |
| | | 52,2 | 30,4 | 13,0 | | | 4,3 | 35,4 |
| | | 60,0 | 26,9 | 50,0 | | | 11,1 | |
| | | 18,5 | 10,8 | 4,6 | | | 1,5 | |
| Neutre | 3 | 6 | 17 | 3 | 2 | 1 | 7 | 36 |
| | | 16,7 | 47,2 | 8,3 | 5,6 | 2,8 | 19,4 | 55,4 |
| | | 30,0 | 65,4 | 50,0 | 66,7 | 100,0 | 77,8 | |
| | | 9,2 | 26,2 | 4,6 | 3,1 | 1,5 | 10,8 | |
| Column Total | | 20 | 26 | 6 | 3 | 1 | 9 | 65 |
| | | 30,8 | 40,0 | 9,2 | 4,6 | 1,5 | 13,8 | 100,0 |

Dans *La Presse*, les 17 essais ayant une opinion neutre représentent les unités majoritaires. Ils sont suivis par 12 romans qui ont reçu une opinion favorable. Les 17 unités majoritaires correspondent à 47,2% des unités neutres, 65,4% des essais et 26,2% des toutes les unités d'article du journal *La Presse*. Les 12 romans avec une opinion favorable représentent 52,2% de toutes les opinions favorables, 60% des romans et 18,5% de l'ensembles des unités d'article de ce journal.

Le Devoir

Le Devoir contient en tout 169 unités. Selon les résultats, 4 des 9 unités du journal *Le Devoir* ayant une opinion défavorable concernent les romans, 2 sont des unités relatives aux essais, une autre est une unité sur une biographie, et 2 autres sont de la catégorie "Autre". Les 100 unités favorables sont réparties de la façon suivante: 45 pour les romans, quatre pour les livres pratiques, 23 pour les essais, 4 unités

relatives aux dictionnaires, 11 pour les biographies, 2 sur les BD et 11 unités de la catégorie "Autre". L'opinion neutre est constituée de 21 unités relatives aux romans, de 19 unités relatives aux essais, de 5 unités sur les biographies, de 4 unités concernant les livres pratiques et de 7 unités de la catégorie "Autre". Cela totalise 56 unités ayant une opinion neutre. Aucune opinion n'a été exprimée au sujet d'unité relative à une biographie et de 3 unités de la catégorie "Autre" (Tableau 4.27).

Les 169 unités du *Devoir* sont ainsi réparties par genre: 70 unités de romans, 44 sur les essais, 18 unités relatives aux biographies, huit sur les livres pratiques, quatre sur les dictionnaires, deux unités des BD et 23 unités de la catégories "Autres".

Les 45 unités majoritaires concernent les romans et ont une opinion favorable. Ils sont suivis par 23 unités sur les essais sur lesquels une opinion favorable a été exprimée. Viennent tout de suite après, 19 unités relatives aux essais et ayant une opinion neutre. Les 45 unités de romans représentent 45% des opinions favorables des unités d'articles du *Devoir*, 64,3% des tous les romans de ce journal et 26,6% de ses unités d'articles. Les 23 unités d'essais avec un opinion favorable représentent les proportions suivantes: 23% des unités d'articles favorables, 52,3% des essais, et 13,6% des unités d'articles du *Devoir*. Les 19 unités d'essais ayant une opinion neutre constituent 33,9% des opinions neutres, 43,2% des essais et 11,2% des unités d'articles de ce journal.

Tableau 4.27
Opinion selon le genre dans *Le Devoir*

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | GENRE | | | | | | | Row Total |
|-----------------|--|-------|-------|--------|----------|-------------|-------|------|--------------|
| | | Roman | Essai | Biogr. | Pratique | Dictionn BD | Autre | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| | | | | | | | | | |
| Défavorable | 1 | 4 | 2 | 1 | | | | 2 | 9 |
| | | 44,4 | 22,2 | 11,1 | | | | 22,2 | 5,3 |
| | | 5,7 | 4,5 | 5,6 | | | | 8,7 | |
| | | 2,4 | 1,2 | ,6 | | | | 1,2 | |
| Favorable | 2 | 45 | 23 | 11 | 4 | 4 | 2 | 11 | 100 |
| | | 45,0 | 23,0 | 11,0 | 4,0 | 4,0 | 2,0 | 11,0 | 59,2 |
| | | 64,3 | 52,3 | 61,1 | 50,0 | 100,0 | 100,0 | 47,8 | |
| | | 26,6 | 13,6 | 6,5 | 2,4 | 2,4 | 1,2 | 6,5 | |
| Neutre | 3 | 21 | 19 | 5 | 4 | | | 7 | 56 |
| | | 37,5 | 33,9 | 8,9 | 7,1 | | | 12,5 | 33,1 |
| | | 30,0 | 43,2 | 27,8 | 50,0 | | | 30,4 | |
| | | 12,4 | 11,2 | 3,0 | 2,4 | | | 4,1 | |
| Sans opinion | 4 | | | 1 | | | | 3 | 4 |
| | | | | 25,0 | | | | 75,0 | 2,4 |
| | | | | 5,6 | | | | 13,0 | |
| | | | | ,6 | | | | 1,8 | |
| Column Total | | 70 | 44 | 18 | 8 | 4 | 2 | 23 | 169 |
| | | 41,4 | 26,0 | 10,7 | 4,7 | 2,4 | 1,2 | 13,6 | 100,0 |

Le journal de Montréal

Sur les 22 unités d'articles du *Journal de Montréal*, deux opinions (favorables et neutres) sont exprimées. Nous avons quatre unités pour les romans, quatre unités correspondant aux essais, une unité relative à un livre pratique, une unité concernant un dictionnaire et deux unités de la catégorie "Autre" où une opinion favorable a été exprimée, soit 12 unités en tout. Quant à l'opinion neutre, elle correspond à cinq unités relatives aux romans, une relative à un essai, une autre concernant une biographie et trois unités de la catégorie "Autre", soit 10 unités en tout.

4.3.5.3. Opinion selon origine de l'auteur et le journal

Une opinion défavorable a été exprimée au sujet de 15 unités. Il s'agit de neuf unités d'auteurs d'origine canadienne-française, trois d'origine française, une unité sur un auteur d'origine américaine et deux unités dont l'origine de l'auteur est inconnue. L'opinion favorable (135 unités) est répartie de la façon suivante: 52 unités (38,5%) pour les auteurs canadiens-français, 38 unités (28,1%) pour les auteurs français, 10 (7,4%) pour les auteurs américains. et 35 (25,9%) pour la catégorie "Autre"; pour l'opinion neutre (102 unités), 61 unités (59,8%) reviennent aux auteurs canadiens-français, 29 (28,4%) aux auteurs français, 6 (5,9%) aux américains et 6(5,9%) à la catégorie Autres; 4 unités relatives aux auteurs d'origine canadiennes françaises correspondent à la catégorie "Sans opinion" (Tableau 4.28).

Ainsi la majorité des unités qui ont recueilli une opinion favorable ou neutre sont des auteurs d'origine canadienne-française. Beaucoup d'unités dans la catégorie "Autres" reçoivent plus souvent une opinion favorable plutôt qu'une opinion neutre (35 contre 6) Ce qui est le cas aussi des auteurs d'origine française (38 contre 29), et américaines (10 contre 6). Ces dernières unités recueillent des taux de plus de 50% si on considère l'opinion favorable par rapport aux autres opinions.

Ce rapport va dans un sens inverse si on considère les opinions neutres et favorables aux unités des auteurs d'origine canadienne-française, soit 52 opinions favorables contre 61 neutres. En ce qui concerne l'opinion favorable, le taux de l'opinion favorable des unités des auteurs canadiens-français est de 41,3% contre 54,3% pour les auteurs d'origine française, 58,8% pour ceux d'origine américaine et 81,4% pour ceux de la catégorie "Autre".

Tableau 4.28
Répartition de l'opinion selon l'origine de l'auteur

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | ORIGAUTR | | | | Row Total |
|--------------|--|----------------------------|----------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------|
| | | Canada-f | France | États-Un | Autre | |
| | | rançais | is | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| Défavorable | 1 | 9 60,0 7,1 3,5 | 3 20,0 4,3 1,2 | 1 6,7 5,9 ,4 | 2 13,3 4,7 ,8 | 15 5,9 |
| Favorable | 2 | 52 38,5 41,3 20,3 | 38 28,1 54,3 14,8 | 10 7,4 58,8 3,9 | 35 25,9 81,4 13,7 | 135 52,7 |
| Neutre | 3 | 61 59,8 48,4 23,8 | 29 28,4 41,4 11,3 | 6 5,9 35,3 2,3 | 6 5,9 14,0 2,3 | 102 39,8 |
| Sans opinion | 4 | 4 100,0 3,2 1,6 | | | | 4 1,6 |
| | Column Total | 126 49,2 | 70 27,3 | 17 6,6 | 43 16,8 | 256 100,0 |

Si on regarde les résultats ci-dessus, on constate que les opinions exprimées au sujet des auteurs canadiens-français sont neutres dans la majorité des cas. L'opinion favorable vient tout de suite après l'opinion neutre au sujet de ces mêmes auteurs. Par contre, si on considère les taux des opinions au sujet de chaque catégorie par origine de l'auteur, les taux d'opinion favorable sont plus élevés dans le cas des auteurs des catégories étrangères (Autre, États-Unis, France).

La Presse

Sur les 65 unités d'articles de *La Presse*, les 6 unités avec une opinion défavorable sont des auteurs d'origine canadienne-française. Les 23 unités ayant une opinion favorable sont ainsi réparties par origine des auteurs: six unités d'origine canadienne

française, cinq d'origine française, quatre des États-Unis et huit de la catégories "Autre". L'opinion neutre se retrouve dans 19 unités d'auteurs d'origine canadienne-française, dans neuf d'origine française, dans quatre d'origine américaine et quatre de la catégorie "Autre" (Tableau 4.29).

Tableau 4.29
Opinion selon l'origine de l'auteur dans *La Presse*

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | ORIGAUTR | | | | Row Total |
|-------------|--|----------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------|
| | | Canada-f | France | États-Un | Autre | |
| | | français | | is | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| Défavorable | 1 | 6 100,0 19,4 9,2 | | | | 6 9,2 |
| Favorable | 2 | 6 26,1 19,4 9,2 | 5 21,7 35,7 7,7 | 4 17,4 50,0 6,2 | 8 34,8 66,7 12,3 | 23 35,4 |
| Neutre | 3 | 19 52,8 61,3 29,2 | 9 25,0 64,3 13,8 | 4 11,1 50,0 6,2 | 4 11,1 33,3 6,2 | 36 55,4 |
| | Column Total | 31 47,7 | 14 21,5 | 8 12,3 | 12 18,5 | 65 100,0 |

La fréquence majoritaire selon l'opinion et l'origine de l'auteur est de 19 unités (c.-à-d. 52,8% des unités neutres, 61,3% des auteurs canadiens-français, et 29,2% des unités de ce journal). Elle est neutre et correspond aux auteurs d'origine canadienne-française. Elle est suivie par neuf unités neutres des auteurs d'origine française (c.-à-d. 25% des unités neutres, 64,3% des auteurs français et 13,8 % des unités du journal) et huit unités favorables de la catégorie "Autre" (c.-à-d. 34,8% des unités favorables, 66,7% des auteurs de la catégories "Autre", 12,3% des unités d'articles du journal).

Si on considère les opinions dans chaque catégorie d'origine de l'auteur, le taux des unités favorables par origine de l'auteur le plus élevé correspond à la catégorie "Autre" (66,7%) et celui des unités neutres le plus élevé par origine de l'autre va aux auteurs d'origine française (64,3%).

Le Devoir

Les 169 unités d'articles du journal *Le Devoir* sont réparties en 81 unités d'auteurs canadiens-français, 50 unités d'auteurs français, huit auteurs américains, 30 unités de la catégorie "Autre" (Tableau 4.28).

Tableau 4.30
Opinion selon l'origine de l'auteur dans *Le Devoir*

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | ORIGAUTR | | | | Row Total |
|-----------------|--|----------|--------|----------|-------|--------------|
| | | Canada-f | France | États-Un | Autre | |
| | | rançais | | is | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| Défavorable | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 9 |
| | | 33,3 | 33,3 | 11,1 | 22,2 | 5,3 |
| | | 3,7 | 6,0 | 12,5 | 6,7 | |
| Favorable | 2 | 38 | 31 | 5 | 26 | 100 |
| | | 38,0 | 31,0 | 5,0 | 26,0 | 59,2 |
| | | 46,9 | 62,0 | 62,5 | 86,7 | |
| Neutre | 3 | 36 | 16 | 2 | 2 | 56 |
| | | 64,3 | 28,6 | 3,6 | 3,6 | 33,1 |
| | | 44,4 | 32,0 | 25,0 | 6,7 | |
| Sans opinion | 4 | 4 | | | | 4 |
| | | 100,0 | | | | 2,4 |
| | | 4,9 | | | | |
| | 2,4 | | | | | |
| Column Total | | 81 | 50 | 8 | 30 | 169 |
| | | 47,9 | 29,6 | 4,7 | 17,8 | 100,0 |

Sur les 169 unités d'articles du *Devoir*, neuf unités sont défavorables et sont ainsi réparties: trois unités d'auteurs canadiens-français, trois unités d'auteurs français, une unité d'auteur américain et deux unités de la catégorie "Autre". Les 100 unités qui ont reçu une opinion favorable sont réparties entre 38 unités d'auteurs canadiens-français, 31 français, cinq américains et 26 de la catégorie "Autre". Quant à l'opinion neutre (56 unités), elle est ainsi répartie: 36 unités d'auteurs canadiens-français, 16 unités d'auteurs français, 2 unités d'auteurs américains et 2 de la catégorie "Autre". Enfin, quatre unités d'auteurs canadiens-français sont dans la catégorie "Sans opinion".

Les unités majoritaires par opinion et origine de l'auteur sont les 38 unités avec une opinion favorable d'origine d'auteurs canadien-français suivis par les 36 unités avec une opinion neutre des mêmes auteurs. À l'intérieur de la catégorie de l'origine de l'auteur, l'opinion favorable est la plus fréquente mais la catégorie "Autre" a le taux d'opinion favorable le plus élevé (86,7%). L'opinion favorable au sujet des auteurs canadiens, français et américains représente respectivement 46,9%, 62%, 62,5% de leurs des opinions exprimées dans ces catégories d'auteurs.

Le Journal de Montréal

Les 12 unités d'opinions favorables du *Journal de Montréal* correspondent à huit unités d'auteurs canadiens-français, deux unités d'auteurs français, une unité d'auteur américain et une de la catégorie Autre. Six unités d'auteurs canadiens-français et quatre d'auteur français ont reçu une opinion neutre. L'opinion majoritaire revient à huit unités d'auteurs canadiens-français pour lesquelles une opinion favorable a été exprimée.

4.3.5.4 Opinion selon l'origine de l'éditeur et le journal

Opinion selon l'origine de l'éditeur

Les 15 unités d'opinions défavorables sont réparties de la façon suivante par origine des éditeurs: les éditeurs canadiens-français, les éditeurs français et ceux de la catégorie "Autre" ont respectivement 10, 4 et 1 unité d'opinions défavorables. Dans le même ordre des catégories d'origine des éditeurs, il y a 62, 59, et 14 unités des opinions favorables (135 en tout); quant aux 102 unités neutres, elles sont 64, 30 et 8 selon les trois catégories des origines d'éditeurs. Les unités où aucune opinion n'a été exprimée (catégorie "Sans opinion") sont trois pour les éditeurs canadiens-français et une pour un éditeur de la catégorie "Autre" (Tableau 4.31).

Tableau 4.31
Opinion selon l'origine de l'éditeur

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | ORIGEDR | | | Row Total |
|--------------|--|-------------|------------|-----------|--------------|
| | | Canada-f | France | Autre | |
| | | français | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| Défavorable | 1 | 10 | 4 | 1 | 15 |
| | | 66,7 | 26,7 | 6,7 | 5,9 |
| | | 7,2 | 4,3 | 4,2 | |
| | | 3,9 | 1,6 | ,4 | |
| Favorable | 2 | 62 | 59 | 14 | 135 |
| | | 45,9 | 43,7 | 10,4 | 52,7 |
| | | 44,6 | 63,4 | 58,3 | |
| | | 24,2 | 23,0 | 5,5 | |
| Neutre | 3 | 64 | 30 | 8 | 102 |
| | | 62,7 | 29,4 | 7,8 | 39,8 |
| | | 46,0 | 32,3 | 33,3 | |
| | | 25,0 | 11,7 | 3,1 | |
| Sans opinion | 4 | 3 | | 1 | 4 |
| | | 75,0 | | 25,0 | 1,6 |
| | | 2,2 | | 4,2 | |
| | | 1,2 | | ,4 | |
| | Column Total | 139 54,3 | 93 36,3 | 24 9,4 | 256 100,0 |

L'opinion majoritaire exprimée est l'opinion neutre et revient aux éditeurs canadiens dans 64 unités d'articles (62,7% des opinions neutres). Les éditeurs d'origine française ont le taux d'opinion favorable la plus élevée (63,4%) suivis par la catégorie "Autre" (58,3%).

Opinion selon l'origine de l'éditeur et le journal.

La Presse

Sur les 65 unités d'articles du journal *La Presse*, on compte six unités d'articles qui ont été objet d'une opinion défavorable. Elles sont relatives aux éditeurs d'origine canadienne-française. Quant aux 23 unités avec une opinion favorable, elles comprennent 8 unités d'auteurs d'origine canadienne-française, 11 d'origine française et 4 de la catégorie "Autre". L'opinion neutre est majoritaire. Elle correspond à 36 unités, soit 55,4% des unités d'article du *Devoir*. Elle a été exprimée dans 19 unités des auteurs d'origine canadienne-française, 10 d'origine française et 7 de la catégorie "Autre" (Tableau 4.32).

Tableau 4.32
Opinion selon l'origine de l'éditeur dans *La Presse*

| OPINION | Count | ORIGEDR | | | Row Total | |
|-------------|--------------|---------|----------|--------|-----------|-------|
| | | Row Pct | Canada-f | France | | Autre |
| | | Col Pct | français | | | |
| | | Tot Pct | 1 | 2 | | 3 |
| Défavorable | 1 | 6 | | | 6 | |
| | | 100,0 | | | 9,2 | |
| | | 18,2 | | | | |
| | | 9,2 | | | | |
| Favorable | 2 | 8 | 11 | 4 | 23 | |
| | | 34,8 | 47,8 | 17,4 | 35,4 | |
| | | 24,2 | 52,4 | 36,4 | | |
| | | 12,3 | 16,9 | 6,2 | | |
| Neutre | 3 | 19 | 10 | 7 | 36 | |
| | | 52,8 | 27,8 | 19,4 | 55,4 | |
| | | 57,6 | 47,6 | 63,6 | | |
| | | 29,2 | 15,4 | 10,8 | | |
| | Column Total | 33 | 21 | 11 | 65 | |
| | | 50,8 | 32,3 | 16,9 | 100,0 | |

Les 19 unités de la catégorie d'éditeur d'origine canadienne-française qui ont eu une opinion neutre constituent la majorité des opinions par origine de l'éditeur. Avec 11 unités des 23 unités ayant une opinion favorable et un taux de 52,4%, les auteurs d'origine française arrivent en premier lieu si on regarde les opinions favorables exprimées par origine de l'éditeur dans les unités d'articles du journal *La Presse*.

Le Devoir

Des 169 unités d'articles du *Devoir*, neuf unités d'articles ont eu une opinion défavorable et sont ainsi réparties par origine d'éditeur: quatre d'entre elles sont des unités relatives aux éditeurs d'origine canadienne-française, quatre d'origine française et une de la catégorie "Autre". Les 100 unités ayant une opinion favorable comptent 44 unités d'éditeurs canadiens-français, 46 d'éditeurs français et 10 de la catégorie "Autre"; pour les 56 unités qui ont reçu une opinion neutre, les résultats

sont les suivants: 39 unités d'éditeurs canadiens-français, 16 unités relatives aux éditeurs français et une unité de la catégorie "Autre". Aucune opinion n'a été exprimée (catégorie "Sans opinion") dans le cas de trois unités d'éditeurs canadiens français et d'une unité de la catégorie "Autre" (Tableau 4.33).

Tableau 4.33
Opinion selon l'origine de l'éditeur dans *Le Devoir*

| OPINION | Count Row Pct Col Pct Tot Pct | ORIGEDR | | | Row Total |
|-----------------|--|----------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------|
| | | Canada-f rançais | France | Autre | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| Défavorable | 1 | 4 44,4 4,4 2,4 | 4 44,4 6,1 2,4 | 1 11,1 7,7 ,6 | 9 5,3 |
| Favorable | 2 | 44 44,0 48,9 26,0 | 46 46,0 69,7 27,2 | 10 10,0 76,9 5,9 | 100 59,2 |
| Neutre | 3 | 39 69,6 43,3 23,1 | 16 28,6 24,2 9,5 | 1 1,8 7,7 ,6 | 56 33,1 |
| Sans opinion | 4 | 3 75,0 3,3 1,8 | | 1 25,0 7,7 ,6 | 4 2,4 |
| Column Total | | 90 53,3 | 66 39,1 | 13 7,7 | 169 100,0 |

Le total des unités par origine est de 90 pour les éditeurs canadiens-français, de 66 pour les éditeurs français, et de 13 pour la catégorie "Autre".

La majorité des unités par opinion et par origine de l'éditeur correspond aux 46 unités d'éditeurs français ayant une opinion favorable. Les éditeurs d'origine canadienne-française ont 44 unités objet d'opinion favorable. La catégorie "Autre" a le taux d'opinion favorable le plus élevé, soit 76,9%. Celui des unités d'éditeurs français vient en second lieu avec 69,7%.

Le Journal de Montréal

Sur ses 22 unités d'articles, *Le journal de Montréal* a 12 unités contenant une opinion favorable dont 10 sont relatives aux éditeurs canadiens-français (62,5% des éditeurs canadiens et 83,3% des opinions favorables); 2 unités sont relatives aux éditeurs français, soit de 33,3% des éditeurs français. Les 10 unités dont l'opinion est neutre comprennent six unités d'éditeurs canadiens-français et quatre unités relatives aux éditeurs français.

4.3.6 Autres caractéristiques

Comme nous l'avons fait pour les unités publicitaires, nous donnons ici les résultats relatifs à la présence de l'image, de la photo de l'auteur, de la présence à la première page du cahier du livre et de la couleur (Tableau 4.34).

Par ordre d'importance de la fréquence de ces caractéristiques, nous avons l'image du livre, la photo de l'auteur, la couleur et la une. En tout, l'image du livre est présente dans 125 unités de notre corpus, soit dans 48,8% des cas; 34 unités, soit 13,3% des unités d'articles, sont illustrées par une photo de l'auteur; 11 unités c.-à-d. 4,3% paraissent à la une des cahiers du livre et 5 unités sont illustrées en couleur (2% des cas).

Tableau 4.34
Présence des éléments de valorisation

| | Count | | | | Row Total |
|---------|-------|----------|----------|----------------------|--------------|
| | % | LaPresse | LeDevoir | LeJourna ldeMontr | |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| IMAGE | | 31 | 72 | 22 | 125 |
| | | 47,7 | 42,6 | 100,0 | 48,8 |
| PHOTO | | 9 | 21 | 4 | 34 |
| | | 13,8 | 12,4 | 18,2 | 13,3 |
| COULEUR | | 3 | 2 | | 5 |
| | | 4,6 | 1,2 | | 2,0 |
| UNE | | 6 | 5 | | 11 |
| | | 9,2 | 3,0 | | 4,3 |

Sur les 256 unités relatives aux articles du corpus, 125 comportent l'image du livre soit (48,8%). La plupart d'entre elles, soit 72, proviennent du *Devoir. Le Journal de Montréal* et *La Presse* ont les taux les plus élevés de la présence de l'image du livre, soit respectivement 100% et 47,7%. Le taux de la présence de l'image du livre dans *Le Devoir* est de 42,6%.

Sur les 256 unités d'articles, 13,3% soit 34 unités, ont été illustrées par une photo de l'auteur. Vingt et une d'entre elles, soit la majorité (61,8%), proviennent du journal *Le Devoir*, et neuf de *La Presse*. Par ailleurs, quatre unités du *Journal de Montréal* ont une photo de l'auteur. Le taux de la présence de la photo de l'auteur dans *Le Journal de Montréal* et *La Presse*, est respectivement de 18,2% et 13,8%. Il est de 12,4% pour *Le Devoir*.

Sur les 11 unités d'articles qui sont à la une, soit 4,3% des 256 unités de notre corpus, six proviennent de *La Presse* et cinq du *Devoir*. Les cinq unités d'articles

illustrées en couleur constituent 2% des 256 unités du corpus; trois d'entre elles proviennent du journal *La Presse* et deux du *Devoir*.

4.3.7 Conclusion

Les caractéristiques étudiées ci-dessus sont liées au type d'articles (recensions, brèves, etc.) par journal, à l'opinion selon journal et le genre, l'origine de l'auteur et de l'éditeur. Nous avons aussi traité des caractéristiques liées à la mise en valeur des articles (images, photo de l'auteur, etc.).

Les résultats par type d'articles montrent que les surfaces totales et moyennes des recensions sont plus élevées que celles des autres catégories. Les surfaces moyennes de recensions de *La Presse* et du *Devoir* sont presque égales. *Le Devoir* a la proportion la plus élevée des recensions tandis que *La Presse* a la proportion la plus élevée pour les brèves.

En ce qui concerne l'opinion selon le genre, nous avons noté que les romans ont la plus grande part d'opinions favorables. Les essais, les livres pratiques, reçoivent plus souvent une opinion plutôt neutre. En ce qui concerne l'opinion selon origine de l'auteur, on constate que les auteurs d'origine française courent plus souvent la chance de recevoir une opinion favorable dans le cas de *La Presse* et du *Devoir*. Tandis que *Le Journal de Montréal* a le taux le plus élevé dans le cas des auteurs d'origine canadienne-française recevant une opinion favorable.

L'observation des résultats selon l'opinion et l'origine des éditeurs laisse voir que ce sont les éditeurs d'origine française qui ont plus de chance d'avoir une opinion favorable (taux selon l'origine de l'éditeur) dans le cas de *La Presse* et du *Devoir*, toutefois les différences ne sont pas énormes. Dans le cas du *Journal de Montréal*,

les éditeurs d'origine canadienne-française courent plus la chance d'avoir une opinion favorable.

Il se dégage des résultats que les recensions sont plus nombreuses que les autres types d'articles, sauf dans le cas du *Journal de Montréal* où les brèves sont plus fréquentes. Les romans sont majoritaires et bénéficient d'une opinion favorable plus souvent que les autres genres. Ceci est particulièrement vrai pour *Le Devoir* et *Le Journal de Montréal*.

L'image du livre est systématiquement présente dans toutes les unités du *Journal de Montréal*. Elle est présente dans environ 40% des unités du *Devoir* et de *La Presse*. L'utilisation de la photo de l'auteur et de la couleur est très peu fréquente dans les trois journaux. Aucuns des articles du *Journal de Montréal* n'est à la une de la section.

4.4 La valorisation totale

Dans cette section, nous examinons pour l'ensemble des publicités et des articles, la valorisation totale des unités selon le journal, le genre, les titres, les auteurs et les éditeurs. Nous utilisons un indice de valorisation tenant compte des différents aspects de la valorisation. Le calcul de l'indice de valorisation a été exposé au chapitre trois consacré à la méthode. Nous rappelons que l'utilisation de cet indice s'inspire des pratiques courantes en publicité. Son calcul consiste à donner une valeur à la surface, à la présence de l'image du livre, à celle de la photo, de l'auteur, etc. L'opinion relative aux unités d'articles est aussi prise en compte selon même principe.

La surface demeure le principal élément de la valorisation dans le calcul que nous avons effectué. La corrélation entre la surface et l'indice total de valorisation est très forte car 93,8% de la variance de la valorisation s'explique par la variance de la surface. Il serait facile de modifier ce rapport, mais il nous semble prudent de ne pas nous éloigner de la surface comme premier critère de valorisation. Par ailleurs, la prise en compte des autres formes de valorisation permet de nuancer l'apport de cette variable.

Avant de procéder à l'examen de l'indice des valeurs, revenons un peu à la variation de la surface selon le journal et le genre (Tableaux 4.35) afin de faciliter la mise en perspective. Les 852 unités du corpus ont une surface de 102 671 cm² avec une moyenne de 120,51 cm². Les romans ont le plus grand nombre d'unités (309) et la surface totale la plus élevée, soit 38 215 cm² avec une moyenne de 123,67 cm². Les 205 essais couvrent une surface de 25 287 cm² avec une moyenne de 123,35 cm². Les 61 unités relatives aux biographies ont une surface de 13 974 cm²; elles ont la moyenne la plus élevée, soit 228,64 cm².

Tableau 4.35
Surface selon le genre et le journal
(publicités et articles)

| GENRE | Mean Count Sum | JOURNAL | | | Row Total |
|--------------|----------------------|------------------------|------------------------|---------------------------|-------------------------|
| | | LaPresse 1 | LeDevoir 2 | LeJourna ldeMontr 3 | |
| Roman | 1 | 125,39 67 8401 | 123,40 233 28752 | 117,94 9 1062 | 123,67 309 38215 |
| Essai | 2 | 192,52 40 7701 | 107,61 160 17218 | 73,74 5 369 | 123,35 205 25287 |
| Biogr. | 3 | 148,42 14 2078 | 256,47 46 11798 | 71,30 1 71 | 228,64 61 13947 |
| Pratique | 4 | 56,81 17 966 | 121,21 50 6060 | 63,00 1 63 | 104,25 68 7089 |
| Dictionn. | 5 | 75,49 9 679 | 78,27 32 2505 | 52,50 1 53 | 77,06 42 3237 |
| BD | 6 | 21,00 1 21 | 117,67 3 353 | | 93,50 4 374 |
| Autre | 7 | 115,80 18 2084 | 86,82 139 12068 | 61,50 6 369 | 89,09 163 14522 |
| Column Total | | 132,11 166 21930 | 118,78 663 78754 | 86,35 23 1986 | 120,51 852 102671 |

Les 663 unités du journal *Le Devoir* totalisent une surface de 78 754 cm² et une moyenne de 118,78 cm². Les 166 unités de *La Presse* couvrent 21 930 cm² avec une moyenne de 132,11 cm². Les 23 unités du *Journal de Montréal* ont une surface de 1 986 cm² et une moyenne de 86,35 cm².

4.4.1 Indice de valeur selon le journal et le genre

Les articles ont un indice total et moyen supérieur à celui des publicités. *Le Devoir* a un indice de valorisation total très élevé à cause du nombre de ses unités (663). Ses articles ont l'indice de valorisation moyen le plus élevé parmi les articles.

Tableau 4.36
Indices de valorisation
selon le type et le journal

| TYPE | Mean Count Sum | JOURNAL | | | Row Total |
|--------------|----------------------|---------------|----------------|---------------------------|----------------|
| | | LaPresse 1 | LeDevoir 2 | LeJourna ldeMontr 3 | |
| Article | 1 | 19,4143 65 | 22,3971 169 | 7,0745 22 | 20,3230 256 |
| | | 1261,93 | 3785,11 | 155,64 | 5202,68 |
| Publicit | 2 | 2,7891 101 | 4,1799 494 | 9,1700 1 | 3,9526 596 |
| | | 281,70 | 2064,89 | 9,17 | 2355,76 |
| Column Total | | 9,2990 166 | 8,8235 663 | 7,1657 23 | 8,8714 852 |
| | | 1543,63 | 5850,00 | 164,81 | 7558,44 |

Toutefois, *Le Journal de Montréal* a l'indice moyen le plus élevé pour les romans. Tandis que *La Presse* a l'indice moyen le plus élevé pour les essais (Tableau 4.37).

Tableau 4.37
Indices de valorisation
selon le genre et le journal

| GENRE | Mean Count Sum | JOURNAL | | | Row Total |
|--------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| | | LaPresse 1 | LeDevoir 2 | LeJourna ldeMontr 3 | |
| Roman | 1 | 9,2900 67 622,43 | 9,2936 233 2165,40 | 9,6122 9 86,51 | 9,3021 309 2874,34 |
| Essai | 2 | 13,6345 40 545,38 | 7,6329 160 1221,26 | 6,9200 5 34,60 | 8,7865 205 1801,24 |
| Biogr. | 3 | 10,4829 14 146,76 | 20,7611 46 955,01 | 4,4000 1 4,40 | 18,1339 61 1106,17 |
| Pratique | 4 | 3,0553 17 51,94 | 7,7992 50 389,96 | 5,8300 1 5,83 | 6,5843 68 447,73 |
| Dictionn. | 5 | 5,0478 9 45,43 | 5,4978 32 175,93 | 4,8600 1 4,86 | 5,3862 42 226,22 |
| BD | 6 | 1,3000 1 1,30 | 10,1267 3 30,38 | | 7,9200 4 31,68 |
| Autre | 7 | 7,2439 18 130,39 | 6,5616 139 912,06 | 4,7683 6 28,61 | 6,5709 163 1071,06 |
| Column Total | | 9,2990 166 1543,63 | 8,8235 663 5850,00 | 7,1657 23 164,81 | 8,8714 852 7558,44 |

Les résultats par indice de valeur classe toujours les romans en premier lieu avec un indice total de 2 874,34 et une indice moyen de 9,30. Les essais sont en seconde place avec un indice de 1 801,24 et une moyenne de 8,79. Quant aux biographies, elles ont un indice de valeur total de 1 106,17 et l'indice de valeur moyen le plus élevé, soit 18,13.

4.4.2 Indice versus titre

L'examen des titres classés par ordre décroissant des indices de valeurs totaux montre qu'*Olivar Asselin et son temps. Le militant* est le titre qui a l'indice de valeur total le plus élevé, soit 517,63. Sept titres totalisent chacun un indice total dépassant 100. Il s'agit de:

- 1) *Olivar Asselin et son temps. Le militant.*
- 2) *Le soleil des gouffres.*
- 3) *L'écrivain public*
- 4) *Réveiller le rêve*
- 5) *Québec 1997. Toute l'année politique*
- 6) *Orlanda*
- 7) *Poèmes (1965-1990)*

Parmi les 20 premiers titres classés par ordre décroissant des indices des valeurs, nous retrouvons sept des best-sellers selon les listes de *La Presse* entre septembre 1996 et janvier 1997 ainsi que 13 autres titres dont l'indice de valorisation dépasse 65.

4.4.3 Indice de valeur versus auteur

Les 582 unités d'auteurs canadiens-français ont un indice de valeur total de 4 869,67 et un indice moyen de 8,35; les 142 unités d'auteurs français totalisent un indice de valeur de 1 281,22 avec une moyenne de 9,02; les 29 unités d'auteurs américains ont un indice de valeur total de 377,04 et une moyenne de 13.

Tableau 4.38
Indices de valorisation
selon le journal et l'origine de l'auteur

| JOURNAL | Mean Count Sum | ORIGAUTR | | | | Row Total |
|------------------|----------------------|--------------------------|-------------|---------------------|------------|--------------|
| | | Canada-f rançais 1 | France 2 | États-Un is 3 | Autre 4 | |
| 1 | | 8,2712 | 14,4867 | 11,1429 | 7,2319 | 9,2990 |
| LaPresse | | 89 | 27 | 14 | 36 | 166 |
| | | 736,14 | 391,14 | 156,00 | 260,35 | 1543,63 |
| 2 | | 8,3865 | 7,9026 | 14,6771 | 12,5572 | 8,8235 |
| LeDevoir | | 479 | 109 | 14 | 61 | 663 |
| | | 4017,15 | 861,38 | 205,48 | 765,99 | 5850,00 |
| 3 | | 7,7587 | 4,7833 | 15,5600 | 4,1700 | 7,1657 |
| LeJournaldeMontr | | 15 | 6 | 1 | 1 | 23 |
| | | 116,38 | 28,70 | 15,56 | 4,17 | 164,81 |
| Column Total | | 8,3528 | 9,0227 | 13,0014 | 10,5154 | 8,8714 |
| | | 583 | 142 | 29 | 98 | 852 |
| | | 4869,67 | 1281,22 | 377,04 | 1030,51 | 7558,44 |

Le Devoir a l'indice de valeur moyen le plus élevé pour des auteurs canadiens, américains (dans cette catégorie d'auteurs, *Le Journal de Montréal* n'a qu'une unité) et ceux de la catégorie "Autre". *La Presse* a l'indice de valeurs moyen le plus élevé pour les auteurs français.

Le classement des auteurs par ordre décroissant des indices de valeurs totaux (Annexe 4) laisse voir que c'est Hélène Pelletier-Baillargeon, une auteure québécoise, qui a l'indice de valeur total le plus élevé, soit 517,63. Par ordre décroissant, suivent Louis Hamelin, Pierre Yergeau, Daniel Pennac, Raoul Duguay, Jacques Brault, Roch Côté et Jacqueline Harpeman. Tous ces auteurs ont un indice de valeur qui totalise 100 et plus.

4.4.4 Indice de valeur versus éditeur

Les 649 unités d'éditeurs canadiens-français ont un indice de valeur total de 5337,29 et un indice moyen de 8,22; les 170 unités d'éditeurs français totalisent un indice de

1 731 avec une moyenne de 10,18; enfin, les 33 unités d'éditeurs de la catégorie "Autre" ont un indice de valeur total 490,15 et une moyenne de 14,85 (Tableau 4.39).

Tableau 4.39
Indices de valorisation
selon le journal et l'origine de l'éditeur

| JOURNAL | Mean Count Sum | ORIGEDR | | | Row Total |
|------------------|----------------------|--------------------------|-------------|------------|--------------|
| | | Canada-f rançais 1 | France 2 | Autre 3 | |
| LaPresse | 1 | 7,4832 | 12,6156 | 15,2723 | 9,2990 |
| | | 114 | 39 | 13 | 166 |
| | | 853,08 | 492,01 | 198,54 | 1543,63 |
| LeDevoir | 2 | 8,3940 | 9,6823 | 14,5805 | 8,8235 |
| | | 518 | 125 | 20 | 663 |
| | | 4348,10 | 1210,29 | 291,61 | 5850,00 |
| LeJournaldeMontr | 3 | 8,0065 | 4,7833 | | 7,1657 |
| | | 17 | 6 | | 23 |
| | | 136,11 | 28,70 | | 164,81 |
| Column Total | | 8,2239 | 10,1824 | 14,8530 | 8,8714 |
| | | 649 | 170 | 33 | 852 |
| | | 5337,29 | 1731,00 | 490,15 | 7558,44 |

Le Devoir a l'indice de valeur moyen le plus élevé pour les unités d'éditeurs canadiens-français. *La Presse* a les indices de valeurs les plus élevés pour les unités d'éditeurs français.

Fides arrive en tête du classement des éditeurs par ordre d'importance de l'indice de valeur. Il a aussi le plus grand nombre d'unités par éditeur. Ainsi, Fides a un indice de valeur total de 829,12 et une fréquence de 54. La maison d'édition Boréal vient en second lieu avec un indice total de 714,47 et paraît dans 40 unités.

En tout, 15 éditeurs ont chacun un indice de valeur dépassant 100⁵¹. Il s'agit de: Fides, Boréal, Seuil, L'instant même, Éditions Grasset, Québec/Amérique, Éditions Trois-pistoles, Éditions du Noroît, Gallimard, Albin Michel, XYZ éditeur, Lanctôt éditeur, Robert Laffont, Actes Sud et Bellarmin. Tous ces éditeurs paraissent dans sept unités ou plus.

4.4.5 Conclusion

Nous avons observé au début de ce chapitre, que le nombre d'unités de publicités sont un peu plus que le double des unités d'articles. Dans cette section, nous venons de constater que les indices de valorisation des articles équivalent environ au double de ceux des publicités. Tandis que leurs indices moyens sont environ sept fois plus importants par rapport à ceux des publicités. Cela s'explique par le fait que la surface, souvent beaucoup plus élevée dans le cas des articles, constitue la valeur de base dans le calcul de l'indice de valorisation. Par ailleurs, l'opinion favorable souvent présente dans les articles est absente dans les publicités.

Le Devoir a les indices moyens les plus élevés pour les auteurs d'origine canadienne-française et ceux d'origine américaine. Son indice de valeur moyen est également le plus élevé parmi les éditeurs d'origine canadienne française. *La Presse* a l'indice moyen le plus élevé dans le cas des auteurs et les éditeurs français. L'indice de valeurs moyen le plus élevé par unités relatives aux romans se trouve dans *Le Journal de Montréal*, tandis que les indices moyens les plus élevés par unités d'essais sont détenus par *La Presse*.

⁵¹. N.B. Il ne s'agit pas ici d'un indice où 100 a un sens.

Le titre *Olivar Asselin et son temps. Le militant*, son auteur Hélène Pelletier-Baillargeon et son éditeur Fides ont l'indice de valeur le plus élevé. Nous avons trouvé 8 auteurs, 7 titres et 15 éditeurs dont l'indice total dépassent 100.

4.5 Évaluation de la promotion médiatique

Dans cette section, nous traitons rapidement de la relation entre la promotion et le succès en terme de vente ou de popularité relatives aux titres. Nous évoquons l'importance et la taille des acteurs (auteurs et éditeurs) présents dans l'espace promotionnels.

L'évaluation des retombées des activités promotionnelles suppose qu'on puisse établir une relation de cause à effet entre ces activités et la vente ou la consommation des livres. Nous sommes porté à penser qu'un tel exercice exigerait des données sur la promotion médiatique (stratégie d'attraction) et demanderait que l'effet de cette dernière puisse être distingué de celui de la promotion faite directement auprès des détaillants et des consommateurs de livres (stratégie de pression); il faudrait aussi pouvoir établir une distinction entre la part de la promotion et celle des autres facteurs qui poussent le public à se procurer les livres, par exemple: la renommée et l'importance déjà acquises par livre, l'auteur et l'éditeur. Étant donné cette situation complexe, l'évaluation des activités médiatiques semble particulièrement difficile, voire illusoire dans le cadre d'un mémoire de maîtrise.

Selon l'avis d'une professionnelle du milieu de l'édition que nous avons interrogée, l'évaluation des retombées se fait surtout par la négative. C'est-à-dire que quand les annonceurs arrêtent de faire de la publicité sur les livres, les libraires et les acheteurs de livres en réclament. Notre étude ne porte que sur des caractéristiques des

activités de promotion dans trois quotidiens francophones montréalais pendant le mois de novembre 1996. Pour cette raison et celles mentionnées plus haut, nous ne prétendons pas procéder à une évaluation qui a une portée pratique, même limitée.

Notre exercice vise plutôt à vérifier dans une approche exploratoire les relations entre certains titres de notre corpus et ceux des listes des best-sellers publiées par le journal *La Presse* entre septembre 1996 et janvier 1997. Par ailleurs, nous examinons aussi certains titres, auteurs, et éditeurs les moins présentés dans *Le Devoir*, *La Presse* et *Le Journal de Montréal*.

Les données relatives à cette dernière section sont présentées dans les annexes 4 à 7. Elles ont été complétées grâce au catalogue IRIS de la Bibliothèque Nationale du Québec et à *l'Annuaire 1996-1997 de l'édition au Québec et au Canada français*.

4.5.1 Comparaison avec les listes de best-sellers

Nous avons trouvé que 32 titres correspondant à 130 unités d'articles et de publicités de notre corpus se retrouvent parmi les 62 titres des listes de best-sellers publiées par *La Presse* entre septembre 1996 et janvier 1997 (Annexe 5). En tout, 15 titres paraissent dans les unités relatives aux articles et 29 titres sont présents dans les unités de publicités. Sur ces 32 best-sellers, 12 titres paraissent à la fois dans les unités d'articles et de publicités.

Lors de l'examen des titres repris à la fois dans les unités d'articles et de publicités de notre corpus (Annexe 5), nous avons observé qu'il y avait une faible corrélation positive entre les fréquences des titres en article et en publicités. Rappelons que les 531 titres de notre échantillon ne contiennent que 32 best-sellers (6%) dont 12 seulement sont traités à la fois dans les unités d'articles et de publicités. Les 32 titres

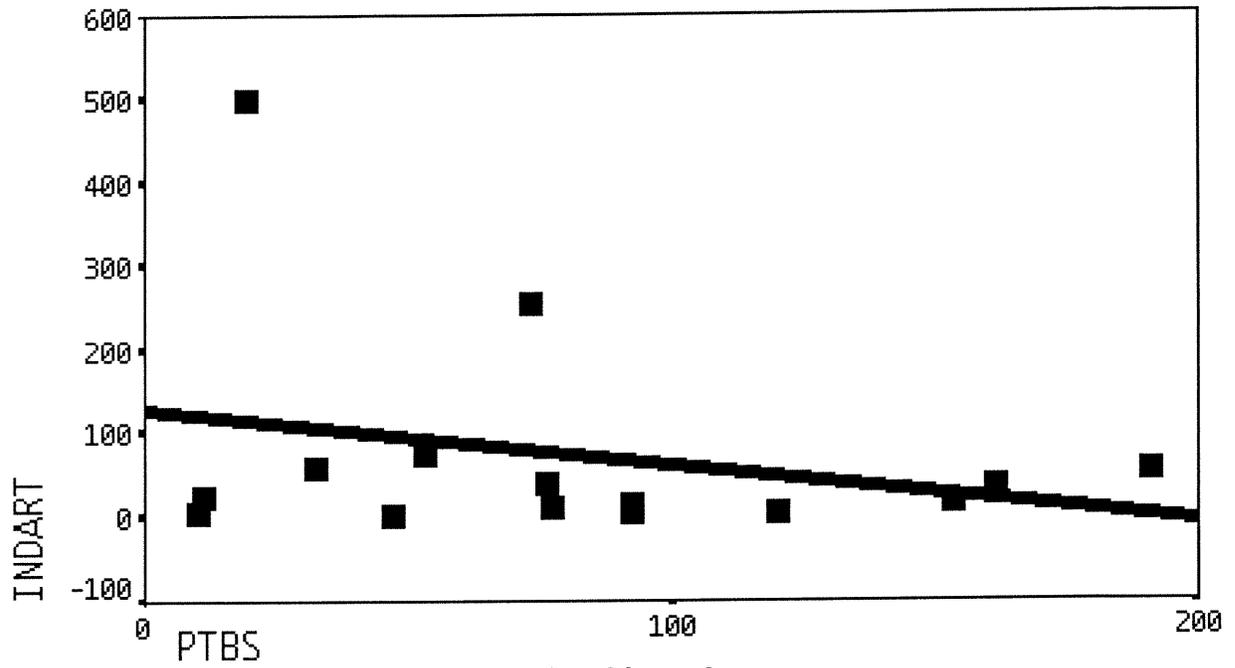
constituent la moitié des titres paraissant sur la liste de best-sellers du journal *La Presse* entre septembre 1996 et janvier 1997. Nous analysons ci-dessus les coefficients des corrélations entre les points comme best-sellers⁵², leurs fréquences et leurs indices de valorisation dans notre corpus.

Les éléments suivants sont pris en considération: les "points" comme best-sellers donnés dans les listes de *La Presse*, l'indice total de valorisation dans les articles seulement et dans les publicités seulement, et les indices de valorisation en articles et en publicités.

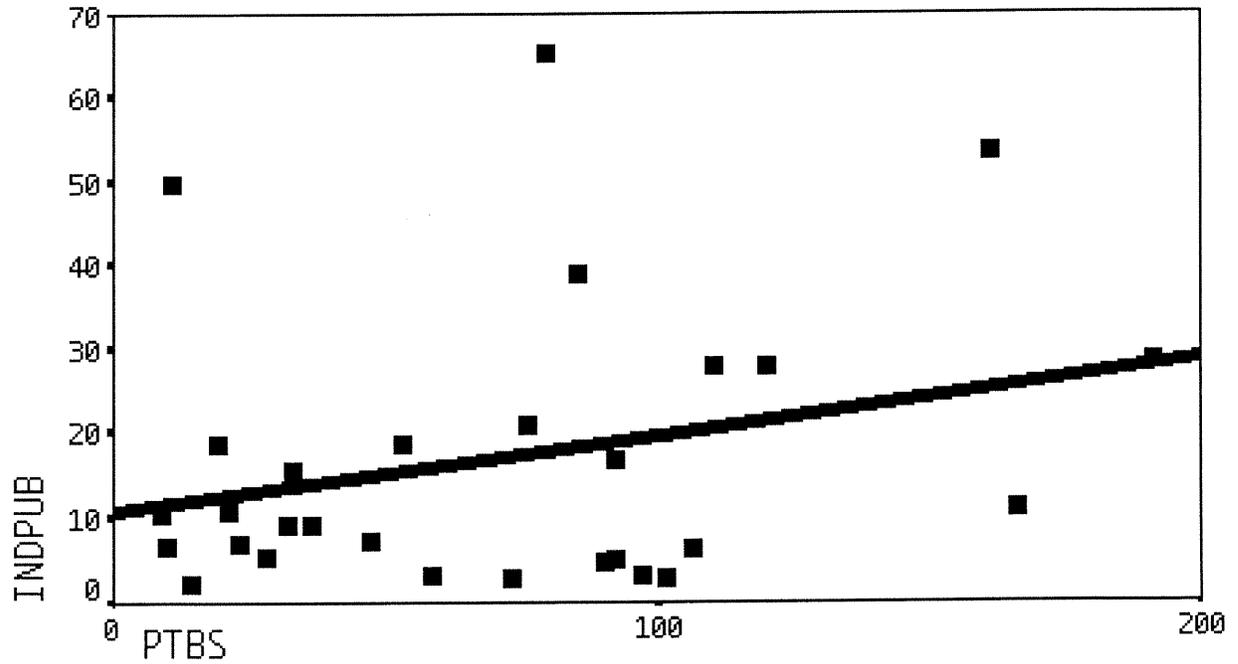
L'observation des indices de valorisation totale (indtot) et des points en best-sellers ne permet d'établir aucun lien dans la variation de ces deux valeurs. La corrélation est négative et presque nulle (-0,0848).

⁵². C'est un indice qui tient compte de la fréquence dans les listes de *La Presse*, du rang et de la date; voir D. Saint-Jacques et al., *Ces livres que vous avez aimés, Les best-sellers au Québec de 1970 à aujourd'hui*, 1994, p. 69 et 70.

Graphique 1
Corrélation entre la présence en liste de best-seller
et la valorisation en articles



Graphique 2
Corrélation entre la présence en liste de best-seller
et la valorisation en publicité



Les indices de valorisation relatifs aux articles (indart) et aux points en best-sellers (Ptbs) évoluent dans un sens légèrement opposé (graphique 1). La corrélation est légèrement négative (-0,2796). Cela s'ajoute au fait que beaucoup de best-sellers de notre échantillon (la moitié) n'ont pas été traités par des articles. Par ailleurs, la surface de certains titres (ex. *Olivar Asselin et son temps, le soleil des gouffres*) est très élevée par rapport à leurs points sur la liste des best-sellers. Au contraire, les indices de valeurs de publicités (indpub) varient sensiblement dans le même sens que les points comme best-sellers (graphique 2). La corrélation est légèrement positive (0,2710).

Ainsi, il semble y avoir plus d'affinité entre les best-sellers et la publicité qu'entre les best-sellers et le contenu rédactionnel des journaux. À cet effet, nous notons aussi que sur les 32 best-sellers de notre échantillon, 15 titres paraissent dans les unités relatives aux articles et 29 titres dans les unités de publicités. Par ailleurs, 17 best-sellers ne sont présents que dans les publicités, tandis que 3 best-sellers ne paraissent que dans les articles. À l'exception des titres *Des Chrétiens et des Maures*, *Initiales BB* et *Stornoway*, tous les best-sellers de notre corpus ont été objet de publicité.

4.5.2 Titres, Auteurs et Éditeurs moins fréquents

Nous avons ci-dessus essayé d'évaluer la promotion en établissant la relation entre les points comme best-sellers et les indices de valorisation des titres de notre corpus. Bien que les best-sellers soient parmi les titres, les auteurs et les éditeurs dont la fréquence est souvent très élevée dans notre corpus, ils ne constituent qu'une très petite portion de notre corpus (6% des titres du corpus) selon les listes utilisées. Toutefois le nombre de titres, auteurs et éditeurs qui n'apparaissent qu'une fois dans notre corpus étant très important, soit environ 70% et 90% des titres respectivement

dans les articles et dans les publicités (voir sections 4.2.4 et 4.3.2), il nous a semblé approprié de compléter notre évaluation en nous intéressant aussi aux titres, auteurs et éditeurs moins présents.

C'est donc dans le but de présenter une évaluation équilibrée de l'ensemble du corpus que nous avons étudié 20 titres, 20 auteurs et 20 éditeurs de leurs listes respectives dressées par ordre décroissant de fréquences. Sur chacune des trois listes, nous avons retenu les 20 derniers, ceux qui ont une seule occurrence. Notons que cet échantillonnage n'est pas tout à fait aléatoire, car les éléments sont classés alphabétiquement à l'intérieur de chaque groupe de fréquence.

Les listes à l'annexe 7 donnent les 20 derniers noms ou titres de chaque catégorie. Dans le cas des auteurs québécois, le nombre de volumes déjà publiés par l'auteur est indiqué. Il a été repéré grâce au catalogue Iris de la Bibliothèque Nationale du Québec.

Parmi les auteurs originaires du Canada-français figurant dans l'échantillon des 20 titres moins fréquents (Annexe 7.1), seul Roger Julien, publié par Écosociété, semble être à son premier livre. Nous n'avons pas accédé aux différents catalogues étrangers, et de ce fait nous n'avons pas pu préciser dans le cas des auteurs étrangers (français ou autres) si l'auteur en question en était à son premier livre ou non.

La liste de 20 auteurs mentionnés une fois seulement dans notre corpus (Annexe 7.2) indique que seuls deux auteurs du Canada-français en étaient à leur premier livre. Il s'agit de Miville Tremblay publié chez Québec/Amérique et Gilles Voyer chez

Fides. La liste comprend 13 auteurs d'origine canadienne-française. Les volumes des auteurs étrangers n'ont pas pu être pris en compte.

La liste de 20 éditeurs du corpus n'ayant été mentionnés qu'une fois (Annexe 7.3) compte 10 éditeurs étrangers.

Il découle de ces observations que la présence des auteurs d'origine canadienne-française est très élevée dans les listes que nous venons d'examiner. Les titres qui n'apparaissent qu'une fois représentent environ 70% des titres et des auteurs, et 50% des éditeurs.

Tableau 4. 40
Origine des auteurs et des éditeurs
dans les échantillons de faible fréquence.

| Listes | Au CF | Au Fr | Au Autre | Éd CF | Éd Fr | Éd Autre |
|--------------|----------------|----------|----------|----------------|----------|----------|
| Titres (20) | 15(75%) | 1 | 4 | 15(75%) | 4 | 1 |
| Auteurs(20) | 13(65%) | 2 | 5 | 14(70%) | 3 | 3 |
| Éditeur (20) | 10(50%) | 4 | 6 | 10(50%) | 4 | 6 |
| BS (32) | 20(63%) | 5 | 4 | 22(69%) | 8 | 1 |

Le tableau 4.40 a été établi à partir des best-sellers et des titres correspondant aux listes de 20 titres, 20 auteurs et 20 éditeurs sélectionnés parmi les moins fréquents de notre corpus et aux 32 best-sellers du corpus. Plusieurs auteurs et éditeurs canadiens-français présents sur la liste des best-sellers ont été très souvent objet d'articles ou de publicités. Leur fréquence est de loin plus importante que celle des auteurs étrangers (Français et autres) des trois autres listes.

Les éditeurs canadiens-français qui paraissent sur la liste de best-sellers de notre corpus sont au nombre de onze, soit: Boréal, Québec/Amérique, éditions de l'Homme, Léméac, la Courte Échelle, Septentrion, XYZ, Liber, Libre-Expression, 7 Jour et Fides. Ce sont des maisons d'éditions très bien connues. Presque toutes existent depuis vingt ans ou plus. Un grand nombre d'entre eux a, dans son catalogue, un minimum de 30 nouveaux titres par an et de 200 titres au total.

Il ressort des listes de 20 titres, 20 auteurs et 20 éditeurs les moins fréquents de notre échantillon que la présence des auteurs et des éditeurs d'origine canadienne-française reste majoritaire et y est un peu plus importante que dans la liste des best-sellers. Après l'examen des listes ci-dessus, rien ne nous laisse croire qu'il y a une corrélation importante entre la fréquence des titres, des auteurs et des titres et leur renommée (présence sur les listes de best-sellers ou titres déjà publiés). Toutefois, notre corpus ne couvre qu'un mois.

SYNTHESE ET CONCLUSION

Une des principales constatations relevée dans ce travail tient au fait que seulement 10% des livres (62 sur 531 titres) se retrouvent à la fois dans les articles et dans les publicités. Ils occupent environ 30% des unités, soit 224 sur 828 unités. Quant à l'examen des listes de best-sellers, il révèle que la corrélation avec entre la valorisation en liste de best-sellers et celle en publicité est positive mais faible, (+0,279) mais qu'elle s'inverse entre la valorisation en liste de best-sellers et en publicité (-0,280). Au total, nous en sommes arrivés à la conclusion que les trois formes de valorisation (articles, publicités et best-sellers) utilisent peu les mêmes sources (les mêmes titres). Ce constat contrarie ce que nous pensions au départ.

Dans notre corpus, les unités publicitaires sont de loin plus nombreuses que les unités d'articles. Toutefois cette différence est mince dans le cas des auteurs français. Quant aux unités d'auteurs d'origine américaine, le nombre d'articles dont ils sont l'objet est sensiblement supérieur à celui des publicités. Dans le cas des éditeurs d'origine française, le nombre des unités d'articles est légèrement supérieur à celui des publicités. C'est donc le nombre très élevé des unités publicitaires relatives aux auteurs canadiens-français qui fait pencher la balance. Ces auteurs sont objets de publicité beaucoup plus que les auteurs d'autres origines.

Si on considère les types d'articles, on voit que la majorité des unités d'articles sont des recensions. Les auteurs et les éditeurs d'origine canadienne-française sont les seuls à être représentés dans presque tous les genres. Leur proportion entre les articles et les publicités est largement favorable aux publicités contrairement aux autres auteurs et éditeurs.

L'examen de la répartition des éditeurs et des annonceurs a permis d'identifier 141 éditeurs et 63 annonceurs. Parmi ces éditeurs, 40% ne sont représentés qu'une fois, 20% entre 10 et 57 fois, et 2% a été identifié entre 40 et 57 fois. Quant aux annonceurs, 23% d'entre eux ont une seule occurrence, 53% d'entre eux ont une fréquence qui dépasse cinq occurrences et 5% ont une fréquence de plus de 50. La presque totalité des annonceurs sont des maisons d'édition plus quelques librairies. La liste de celles dont la fréquence dans les quotidiens dépasse dix confirme que ce sont des maisons d'éditions et des librairies très connues. En nous référant au nombre des maisons d'éditions agréées⁵³, environ 100, et du nombre d'annonceurs dans les quotidiens examinés, soit 63, nous pouvons nous permettre de penser que la proportion des maisons d'éditions qui font des annonces dans les quotidiens représente au maximum 50% à 60% des maisons d'éditions agréées. Si on la compare aux 200 maisons d'édition commerciale⁵⁴ qui ont déposé à la Bibliothèque Nationale un exemplaire d'au moins un titre publié en 1996, cette proportion ne dépasse pas 30% des annonceurs.

En tout 527 titres, 477 auteurs et 138 éditeurs de notre corpus ont été identifiés. En résumé, l'examen des résultats relatifs à la fréquence des titres et des auteurs révèle qu'un nombre très élevé de titres et d'auteurs n'a été identifié qu'une fois, soit 72% dans les deux cas. Nous avons trouvé que 3% des titres et 5% d'auteurs ont paru plus de cinq fois dans les quotidiens francophones montréalais en novembre 1996. Ce sont des auteurs et des titres très bien connus ou même des auteurs ou titres de best-sellers. Cette répartition des titres et des auteurs dans les cahiers publiés en novembre 1996 nous semble diversifié et largement équitable en regard de leur

⁵³. Gaétan, Hardy, *Les maisons d'éditions agréées de 1983 à 1995*, 1995, p. 37.

⁵⁴. Québec, Ministère de la culture et des communications, *op. cit.*, p.54.

origine. Les unités qui comportent des images ou de l'opinion sont majoritaires. Dans les articles, l'opinion défavorable est très peu présente.

L'interprétation des résultats ci-dessus requiert leurs examens en fonction de notre hypothèse, à savoir que la place des auteurs québécois dans l'espace promotionnel est proportionnelle à leur importance réelle dans l'univers de l'édition. Cette hypothèse suggère que sur le marché québécois, il y a des livres des auteurs étrangers et que ceux-ci y occupent une place importante. La présence du livre québécois est généralement évaluée à environs 20 et 40% du marché local⁵⁵. Le livre québécois représente 68% des titres de notre corpus et de ce fait, il est très présent dans les quotidiens. Ce pourcentage constitue environ le double de sa présence sur le marché local et de ce fait contredit notre hypothèse de recherche.

Si on regarde les auteurs chacun pris individuellement, il apparaît qu'on peut affirmer, à partir des différentes listes examinées dans la section sur l'étude des corrélations, qu'un nombre majoritaire d'auteurs présents dans les quotidiens montréalais a déjà publié plusieurs volumes. De ce fait, ces auteurs sont déjà présents sur le marché. Pour certains auteurs québécois, nous avons vérifié le nombre de publications via le dépôt légal (Bibliothèque Nationale du Québec). Par contre, nous n'avons pas pu procéder aux mêmes vérifications dans le cas des auteurs français. Cela nous aurait permis d'évaluer la renommée respective des auteurs québécois et français que nous avons sélectionnés.

Nous avons trouvé que *La Presse* et *Le Devoir* comptent beaucoup de publicités et d'articles sur les livres. Nous avons dénombré plus d'unités pour la publicité que

⁵⁵. *Ibid.*, p. 55; R. De la Garde et al., *Les pratiques culturelles de grande consommation, le marché francophone*, 1992, p. 40-47; André Vanasse, "Remettre les pendules à l'heure?" *Lettres Québécoises*, no. 79, 1995; p. 5.

pour les articles. Les auteurs et les titres couverts sont nombreux. *Le Journal de Montréal* ne contient que très rarement des publicités sur les livres. On y trouve très peu mention de titres comparativement aux deux autres quotidiens, soit 3% du corpus.

Si on regarde les origines des auteurs et des éditeurs, ceux qui apparaissent de façon massive sont le Canada-français et la France. Les États-Unis apparaissent seulement dans le cas des auteurs de romans. Si on compare les articles et les publicités sur les auteurs et éditeurs originaires du Canada français et de France, on constate que ces derniers ont tendance à être plus couverts par les articles que par les publicités. Le rapport est inverse pour le cas des auteurs et éditeurs du Canada français.

Dans l'ensemble, les résultats par origine des auteurs et des éditeurs permettent de constater que la présence des auteurs et éditeurs du Canada-français est très visible dans les quotidiens francophone montréalais.

La présence prédominante des livres québécois dans les quotidiens, particulièrement dans les publicités infirme l'hypothèse que leur présence dans les quotidiens est proportionnelle à celle qu'ils ont sur le marché local⁵⁶. Les auteurs qui ont déjà publié plusieurs exemplaires sont-ils ceux qu'on voit le plus souvent dans les quotidiens? Est-il raisonnable de penser que ce sont souvent ces mêmes auteurs qu'on voit sur le marché du livre? Ce sont là quelques questions soulevées au cours de notre recherche mais auxquelles les résultats ne nous permettent pas de répondre.

⁵⁶. Nous ne pouvons pas évidemment généraliser ces résultats observés sur un seul mois.

BIBLIOGRAPHIE

Baillargeon, Jean-Paul, de la Durantaye, Michel, "La situation de la lecture et du livre québécois au Québec: un bilan, *Actes du Colloque "Recherche: culture et communication*, 1996".

Baillargeon, J.P., (sous la dir.), *Les pratiques culturelles des québécois. Une autre image de nous-mêmes*, Québec, IQRC, 1986, 394.

Bardin, Laurence, *L'analyse de contenu*, Paris, P.U.F, 1977.

Barker, R.E., *Books for all: a study of international book trade*, Paris, Unesco, 1992.

Benhamou, Françoise, "Le marché du livre: un état des travaux", *Revue française de sociologie*, vol. 27, 1986.

Bonnassieux, Marie-Pierre, *Les best-sellers au Québec et l'internationalisation du marché du livre*, (mémoire de maîtrise), Montréal, Université de Montréal, 1990.

Bouvaist, Jean-Marie, *Les pratiques et métiers de l'édition*, Paris, Promodis, 1986.

Charron, Jean, *Les journalistes, les médias et leurs sources*, Boucherville (Québec), Gaétan Morin éditeur, 1991.

Colbert, François, *Le marketing des arts et de la culture*, Boucherville (Québec), G. Morin, c1993.

Coser, L. A., et al., *Books. The culture and commerce of publishing*, New York, Basic Books, 1982.

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

De la Garde, R., et al., *Les pratiques culturelles de grande consommation, le marché francophone*, Québec, Nuit blanche éditeurs, 1992.

Escarpit, Robert, *La révolution du livre*, Paris, Unesco, 1969.

Escarpit, Robert, *Sociologie de la littérature*, Paris, P.U.F, 1968

Estivals, Robert, *Schémas pour la bibliologie*, Viry Chatillon, Sediep, 1976.

Evrard, Y. et al., *Économie et culture*, Paris, La documentation française, 1987.

Evrard, Y. et al., *Le management des entreprises artistiques et culturelles*, Paris, Économica, 1993.

- Ewen, Stuart**, *Conscience sous influence: publicité et genèse de la société de consommation*, Paris, Aubier-Montaigne, 1983.
- Felder, Leonard**, "A business school Master Plan for Marketing Books, *Publishers Weekly*, 29 jan., 1979.
- Filion, Marc**, *Gestion du marketing*, Gaétan Morin, Boucherville (Québec), 1990.
- Gauthier, B.**, *Recherche sociale: de la problématique à la collecte des données*, Québec, PUQ, 1993.
- Giroux, Robert et al.**, *Le spectacle de littérature*, Montréal, Triptyque, 1984.
- Hardy, Gaétan et al.**, *Les librairies agréées de 1983 à 1995*, (Montréal), Ministère de la culture et des communications, 1997.
- Hardy, Gaétan et al.**, *Les maisons d'éditions agréées de 1983 à 1992*, (Montréal), Ministère de la culture et des communications, 1995.
- Hardy, Gaétan et al.**, *Les industries culturelles: région de Montréal*, (Montréal), Ministère de la culture et des communications, 1995.
- Hardy, Gaétan**, *Résultats de l'enquête auprès des librairies et autres points de vente de livres*, (Montréal), Ministère de la culture et des communications, 1992.
- Hoge, James O**, *Literary reviewing*, Charlottesville, University of Virginia, 1987.
- Katz, Elihu et Lazarsfeld, Paul**, "The two-step flow of communication: an up-to-date report on hypothesis", *Public opinion quarterly*, 21, 1957.
- Institut Québécois de Recherche sur la Culture**, *Livres, lecture et littérature, poids des politiques*, Québec, IQRC, 1987.
- Jouve, Michèle**, *Communication et publicité, théories et pratiques*, Paris, Boréal, 1994.
- Lachance, Gabrielle**, *Le Rapport industrie/culture IV Le livre*, IQRC, 1987
- Lasswell, H.D.**, "The structure and function of communication in society", dans L. Bryson, *The communication of ideas*, New York, Harper and Brothers, 1984, p. 37-51.
- Lemieux, J. et Martin, C.**, "La lecture de revues et de livres au Québec", *Chiffres à l'appui*, vii, 4, Québec, Ministère de la culture, 1983.
- Littlejohn, Stephen W.**, *Theories of human communication*, Belmont (Californie), 1989.

- Martin, Claude**, Auteurs et entreprises dans l'édition littéraire contemporaine au Québec, *Voix et images*, 41, 1989.
- Martin, Claude**, La littérature populaire et industrielle, *Loisir et société*, vol11, no. 2, automne 1988
- McCanse, Ralph Alan**, *The art of the book review, a comprehensive working outline*, 1963.
- Nyssen, Hubert**, *Du texte au livre, les avatars du sens*, Paris, Nathan, 1993.
- Paquin, Jean**, *Étude sur le commerce du livre au Québec*, (Québec), Ministère des affaires culturelles, 1976.
- Peroni, Michel**, *De l'écrit à l'écran*. Paris, Centre Georges Pompidou, 1991.
- Québec (Province). Ministère de la culture et des communications**, *État de situation de la lecture et du livre au Québec*, Québec, Ministère de la culture et des communications, 1998
- Québec (Province). Ministère de la culture et des communications**, *Projet de politique de la lecture et du livre*, Québec, Ministère de la culture et des communications, 1998.
- Saint-Jacques, D., et al**, *Ces livres que vous avez aimés, Les best-sellers au Québec de 1970 à aujourd'hui*, Québec, Nuit Blanche Editeur, 1994.
- Sartre, Jean-Paul**, *Qu'est-ce que la littérature?*, Paris, Gallimard, 1948.
- Sormany, Pierre**, *Le métier de journaliste, guide des outils et des pratiques du journalisme au Québec*, Montréal, Les Éditions du Boréal, 1990.
- Suissa, Lucie**, *Les caractéristiques de la chronique littéraire dans les principaux quotidiens du Québec*, (mémoire de maîtrise), Montréal, Université de Montréal, 1990.
- Thibault-Laulan, Anne-Marie**, *Cinéma, presse et public*, Paris, Retz, 1978.
- Turgeon, Robert**, *Analyse du marché de l'édition du livre au Québec*, (mémoire de maîtrise), Montréal, Université de Montréal, HEC, 1984.
- UNEQ**, *Développement et rayonnement de la littérature québécoise, un défi pour l'an 2000*, Québec, Nuit blanche éditeur, 1994.
- UNEQ**, *Métier d'écrivain*, Montréal, Boréal, 1988.

Villasco, Gilles et al., *Gestion de l'édition du livre dans l'espace francophone: synthèses de 1985 et 1987*, Talence, Agence de coopération culturelle et technique, École internationale de Bordeaux, 1989.

Walford, Albert, *John Reviews and reviewing: a guide*, Phoenix, Oryx Press, 1986.

Wernick, Andrew, "Promotional culture", *Canadian journal of political and social theory/Revue canadienne de théorie politique et sociale*, XII(1-2), 1988.

White, David Manning, "The Gate keeping: a case study in the selection of news", *Journalism Quarterly*, 1950, 27, pp. 383-390.

Willet, Gilles, *La communication modélisée: une introduction aux concepts, aux modèles et aux théories*, Montréal, Éditions du Renouveau pédagogique, c1992.

Annexe 1. Titre dans les publicités selon leur fréquence
Fréq

- 7 Quand je serai grande, je serai sage...
- 7 Le principe du Geysir
- 7 Le Petit Robert grand format
- 7 Larousse gastronomique
- 7 L'état du monde 1997. Annuaire économique et géopolitique mondiale
- 7 L'amour en guerre
- 7 Instruments des ténèbres
- 7 Gabrielle Roy, une vie
- 7 C'est pour mieux t'aimer mon enfant
- 5 Malveillance
- 5 Lumière noire
- 5 Le troisième orchestre
- 5 La vie entière
- 5 Détail de la mort
- 5 Annabelle
- 4 Olivar Asselin et son temps. Le militant
- 4 Les Grands du hockey du Québec
- 4 La liberté dans la relation affective
- 4 La galère d'Obélix
- 4 Femmes voilées. Intégrismes démasqués
- 4 Anna Braillé ène shot. Essai sur le langage parlé des québécois
- 3 Villages pittoresques du Québec
- 3 Québec 1997. Toute l'année politique, économique, sociale et culturelle
- 3 Les nouveaux démons. Chroniques et analyses politiques
- 3 Les honneurs perdus
- 3 Les contes de mon père
- 3 Le sourire de l'ange
- 3 Le Petit Larousse grand format 1997
- 3 Le milieu du jour
- 3 Le guide pratique des élégantes
- 3 La leçon de botanique
- 3 L'Univers Gulliver IV. L'Australie sans dessous dessus
- 3 L'encyclopédie visuelle des aliments
- 3 Je serai l'amour. Trajets avec Thérèse de Lisieux
- 3 Idoles et images
- 3 Formule 1 Passion 1996
- 3 Entretiens avec l'histoire
- 2 Week-end de chasse à la mère
- 2 Une foi partagée
- 2 Un 2e bol de bouillon de poulet pour l'âme. 80 histoires qui rechauffent le
- 2 Truismes
- 2 Travail et grossesse. Peut-on laisser la maternité à la porte de l'entrepris
- 2 Tintin au pays de la ferveur
- 2 Superstition

- 2 Soifs
- 2 Romance
- 2 Risque mortel
- 2 Relations dangereuses
- 2 Qui veut entrer dans la légende?
- 2 Profession : Indien
- 2 Poèmes choisis (1965-1990)
- 2 Passées sous silence
- 2 Ozias Leduc et son dernier grand oeuvre
- 2 Orlanda
- 2 Monsieur Malaussène au théâtre
- 2 Ma tête veut ma peau
- 2 Loulou, fais ta grande!
- 2 Les thérapies transpersonnelles
- 2 Les secrets sur les hommes que toute femme devrait savoir
- 2 Les départs souverains
- 2 Les sept lois spirituelles du succès
- 2 Le tour de ma vie en 80 ans
- 2 Le soleil des gouffres
- 2 Le quatuor de l'errance suivi de la traversée du désert.
- 2 Le plus proche voisin
- 2 Le pied de Sappho. Conte érotique
- 2 Le Petit Robert
- 2 Le Petit Larousse illustré
- 2 Le passé ne dure que cinq secondes
- 2 Le Passage de l'Indiana
- 2 Le Paris de Chrystine Brouillet
- 2 Le héros ordinaire
- 2 Le guide de l'auto 97
- 2 Le Frère André
- 2 Le chasseur zéro
- 2 Laurence
- 2 La vie d'artiste
- 2 La vie aventureuse d'un drôle de moineau
- 2 La vallée aux 100 prodiges
- 2 La tour aux 100 menaces
- 2 La soupe est servie
- 2 La saga des Béothuks
- 2 La révolte des pêcheurs. L'année 1909 en Gaspésie
- 2 La morte du pont de Varole
- 2 La Memoria
- 2 La généalogie. Retrouvez vos ancêtres
- 2 La colère, écrits polémiques, tome 3
- 2 La bête rouge
- 2 L'horreur économique
- 2 L'esquisse d'une mémoire

- 2 L'envol des signes
- 2 L'année Chapleau 1996
- 2 Joyeux Noël. Merry Christmas
- 2 Je mange les desserts de la nature
- 2 Je mange avec la nature
- 2 Horoscope 1997
- 2 Histoires de regards à lire les yeux fermés
- 2 Fleurs, décors et créations
- 2 Errance au sommet de la terre
- 2 Entretiens
- 2 Enfants nous les embrassons, adolescents nous les embarassons
- 2 Élixirs floraux, harmonisants de l'âme
- 2 Écrivez vos mémoires
- 2 Diderot épistolier
- 2 Dialogues en ruine
- 2 Cuisine traditionnelle des régions du Québec
- 2 Cuisine facile sans gluten
- 2 Comment l'enfant apprend
- 2 Comme si c'était hier
- 2 Chameaux!
- 2 CD-ROM Le Petit Robert
- 2 CD-ROM du Petit Robert
- 2 Ça fait pas partie de la job!
- 2 Au pays de la bioéthique
- 2 Alice comme une rumeur
- 2 Affolées
- 1 Zoé perd son temps
- 1 Vivement un autre siècle!
- 1 Vive le Québec Freed
- 1 Vins Bordeaux
- 1 Une vie comme Rivière
- 1 Une goutte d'encre dans l'océan
- 1 Une armée en déroute
- 1 Une année en déroute
- 1 Un traître au temple
- 1 Un singe à Moscou
- 1 Un Peuple-Un projet
- 1 Un homme défait
- 1 Un cadavre dans la piscine
- 1 Un bonheur terrifiant
- 1 Un ange cornu avec des ailes des tôles (Babel)
- 1 Trilogie - Gens du silence, Adolorata, déjà agonie
- 1 Traduction et terminologie au Brésil. Volume 41, no. 2.
- 1 Toutakis
- 1 Thérèse Gouin Décarie
- 1 Territoire de l'enfance

- 1 Taschereau
- 1 Spiritualité
- 1 Sous le soleil de Dieu
- 1 Six poètes de la solitude
- 1 Sevigne@internet
- 1 Serge Garant. Volume 7, no. 2.
- 1 Séductions du Kitsch. Roman, art et culture
- 1 Se prendre en main après une rupture
- 1 Schiele Peintre
- 1 Sauvé, Gilles
- 1 S'appauvrir dans un pays riche
- 1 Ronfleurs, réveillez-vous1
- 1 Réveiller le rêve
- 1 Regard sur les temps actuels
- 1 Regard sur André Malraux.
- 1 Référendum. Prise deux/Take2
- 1 Quel Pape pour quel église
- 1 Qu'est-ce que l'éthique clinique?
- 1 Propos sur le Québec et la Francophonie
- 1 Presque tout Roch Carrier
- 1 Pour une pragmatique de la signification
- 1 Pour une grammaire non sexiste
- 1 Pour un nouvel enseignement de la grammaire
- 1 Pour l'amour de la musique
- 1 Poèmes choisis
- 1 Poèmes choisi
- 1 Poèmes
- 1 Plantes et herbes aromatiques
- 1 Plaidoyer pour les citoyens
- 1 Petites primeurs
- 1 Pavarotti de vive voix
- 1 Parole pour la route
- 1 Pain et chocolat
- 1 On ne naît jamais chez soi
- 1 Omerta. La loi du silence
- 1 Oeuvres complètes
- 1 Occasions ratées. Histoire de la politique canadienne de radiodiffusion
- 1 Occasions ratées. Histoire de la politique canadienne de radio-diffusion
- 1 Nouvelle bible illustrée
- 1 Nouveaux pouvoirs, nouveaux maîtres du monde
- 1 Nous sommes tous des apprentis sages
- 1 Noms et lieux du Québec
- 1 Néanderthal
- 1 Mezza-Voce
- 1 Mes amis les animaux, un monde surprenant
- 1 Mémoires Lesbiennes

- 1 Mémoires d'un ange
- 1 Martial Chabannes Gardien des ruines.
- 1 Manuel de foresterie
- 1 Mais tous étaient frappés...
- 1 Magazine littéraire hors-série 1966-1996. Trente années de passion de litté
- 1 Long glissement
- 1 Lodela
- 1 Lingerie de Noel
- 1 Les vertiges de Molino
- 1 Les sexes ivres
- 1 Les sélections du sommelier
- 1 Les religions selon la foi chrétienne
- 1 Les publics du secteur culturel
- 1 Les petits péchés
- 1 Les origines littéraires de la côte-du-Sud
- 1 Les murs clairs
- 1 Les mauvaises pensées
- 1 Les jeunes. Volume 28, no.1.
- 1 Les Hurons de Lorette
- 1 Les échos du silence
- 1 Les contes pour buveurs attardés
- 1 Les champignons
- 1 Les catholiques et le sexe
- 1 Les cahiers d'Isabelle Forest
- 1 Les actes retrouvés. Regards d'un poète
- 1 Léo Ferré. Une vie d'artiste
- 1 Le vaisseau des tempêtes
- 1 Le travail: une mutation en forme de paradoxes
- 1 Le texte et le nom
- 1 Le sort de l'Amérique
- 1 Le siège de Bruxelles
- 1 Le second violon
- 1 Le Robert & Collins senior.
- 1 Le prince des glaces.
- 1 Le Petit Robert sur CD ROM
- 1 Le Petit Robert illustré des noms propres
- 1 Le Petit Robert. Dictionnaire illustré des noms propres
- 1 Le Petit Robert des noms propres
- 1 Le Petit Larousse
- 1 Le pays rêvé
- 1 Le Parti Québécois. Pour ou contre l'indépendance
- 1 Le partage de l'emploi
- 1 Le naufrage de l'université
- 1 Le messie de Belém
- 1 Le manchot tome1
- 1 Le lièvre et l'orignal

- 1 Le guide de la chanson québécoise
- 1 Le Français québécois
- 1 Le fleuve de la mort
- 1 Le droit à la différence à l'heure de la globalisation. Le cas du Québec et du (
- 1 Le documentaire
- 1 Le dit des signes
- 1 Le dictionnaire du mobilier
- 1 Le deuxième monopoly des précieux
- 1 Le défi du plein emploi. Un nouveau regard économique
- 1 Le débutant
- 1 Le Cycle de l'éclair. Oeuvres de Jeannine Bourret
- 1 Le citoyen responsable. L'éthique de l'enseignement
- 1 Le cirque
- 1 Le chemin de Saint-Jacques
- 1 Le chemin de l'égalité
- 1 Le cercle de la mort. La tragédie de l'Ordre du temple solaire
- 1 Larousse de la cuisine 1500 recettes
- 1 La vie comme une image
- 1 La ronde de jour
- 1 La propagande socialiste
- 1 La presse des autres
- 1 La politique
- 1 La nuit où les étoiles dansèrent de joie
- 1 La mer écrite
- 1 La médiation hésychaste
- 1 La maison ouverte
- 1 La grande encyclopédie de la bêtise, de l'ânerie,...
- 1 La ferme laitière
- 1 La danse de Julia
- 1 La dame de Chypre
- 1 La culture. Écrits polémiques
- 1 La chair de pierre
- 1 La caresse d'une ride
- 1 La belle époque des boîtes à chansons
- 1 L'utilisation durable des forêts québécoises
- 1 L'usine
- 1 L'univers de Jean Paul-Lemieux
- 1 L'univers à Gité
- 1 L'oiseau respirable
- 1 L'incessant bavardage public
- 1 L'imagerie de Noël
- 1 L'île du savant
- 1 L'Homicide conjugal au Canada. Volume 29, no.2.
- 1 L'Étonnant lézard
- 1 L'étoile noire
- 1 L'été des eiders

- 1 L'état des relations professionnelles.
- 1 L'éloignement
- 1 L'écrivain public
- 1 L'école de Brive: son histoire, ses acteurs
- 1 L'aventurier du hasard. Le baron du Lahontan
- 1 L'aventure du cinéma québécois en France.
- 1 L'astromancie
- 1 L'art haida
- 1 L'arpenteur et le navigateur
- 1 L'Année des coquelicots
- 1 L'algonquin Tessouat et la Fondation de Montréal.
- 1 L'agenda des femmes 97
- 1 L'âge dur
- 1 L'affectivité et la métacognition dans la classe
- 1 L'adoption: les acteurs et les enjeux autour de l'enfant
- 1 L'abécédaire des vins, bières, cidres et spiritueux
- 1 Jumel'ange
- 1 Jousse ou la traversée des Amériques
- 1 Journal d'un patriote exilé en Australie
- 1 Journal
- 1 Jongler avec des balles au sol
- 1 Jésus Christ pour sauver le monde
- 1 Jérémy la lune. Roman de cape de plume
- 1 Je t'écrirai encore demain
- 1 J'ai marché avec la Gaspésie
- 1 Inventaire
- 1 Insulaires
- 1 Innover pour gérer les conflits
- 1 Histoire populaire du Québec 1841-1896
- 1 Histoire des paysans de France
- 1 Guide gourmand 97. Les 100 meilleurs restaurants de Montréal
- 1 Guide de Roussan 97. Peintres du Québec
- 1 Godbout
- 1 Gérer le risque, vaincre la peur
- 1 Garçons et filles. Stéréotypes et réussite scolaire
- 1 Gaboury sous pression
- 1 Fruits
- 1 Fièvres sur Serendib
- 1 Fait no. 5 sur la SP
- 1 Faire catleya au xviiiè siècle: Lieux et objets du roman libertin. Volume 32
- 1 Errances
- 1 Entretiens avec Thérèse Gouin Décarie. La psychologie de l'enfant, côté scie
- 1 Entre campagne et ville 1940-1950
- 1 En forme de trajet
- 1 Écrits en Huronie
- 1 Économie de l'appropriation culturelle

- 1 Écho des pays froids
- 1 Du corps à l'âme. Psychologie analytique et eutonie
- 1 Dix ans de nouvelles. Une anthologie québécoise
- 1 Dis-moi que j'imagine
- 1 Dilemme de l'identité immigrante: assimilation, intégration
- 1 Dialogues de l'alphabet et de l'absence
- 1 Deux sollicitudes. Entretiens
- 1 Dernier verre au Danton
- 1 Décalage vers le bleu
- 1 Débarcadères
- 1 De Lahore à Montréal
- 1 De la terre et des humains
- 1 Dashan. Une histoire d'humour
- 1 Cyrus
- 1 Cul sec
- 1 Cuisine amérindienne. On goûte la Banique
- 1 Consolations
- 1 Connaître le vin, c'est facile
- 1 Cinéaste de la parole. Entretiens avec Paul Warren
- 1 Cher ancêtre.
- 1 Caresse de porc-épic
- 1 Calendrier internet 1997
- 1 Ça n'a jamais été toi
- 1 Brad Pitt. La légende d'un star
- 1 Balzac. Une poétique du roman
- 1 Aux heures de grande fragilité
- 1 Autour de H.W. "Jymmy" Jones
- 1 Au fond du jardin
- 1 Au delà du ressentiment. Répliques à Marc Angenot
- 1 Au delà des psychothérapies. L'abandon corporel
- 1 Attention, tu dors debout
- 1 Atlas historique du Québec
- 1 Anthologie du Noroît 1971-1996, poésie
- 1 Anna, les cahiers noirs
- 1 Anatomie du Québécois
- 1 Alphonse
- 1 Alfred sauve Antoine
- 1 Agenda 1997
- 1 Abraham et sa légende
- 1 Abandons
- 1 À quoi rêvent les morues
- 1 15 février 1839
- 1 100 dessins dessous

Annonce 2 Annonceurs selon la fréquence
Fréq

| | |
|-----|-------------------------------------|
| 127 | Champigny |
| 67 | Librairie Garneau |
| 52 | Fides |
| 28 | Québec/Amérique |
| 19 | Le Parchemin |
| 18 | Éditions du Noroît |
| 15 | Lanctôt Éditeur |
| 13 | Boréal |
| 12 | Liber |
| 12 | Leméac |
| 12 | Éditions Trois |
| 12 | Éditions de la pleine lune |
| 11 | Septentrion |
| 11 | Médiaspaul |
| 11 | Éditions logiques |
| 10 | XYZ éditeur |
| 10 | Presses de l'Université Laval |
| 10 | ONF |
| 9 | Herbes rouges |
| 8 | VLB éditeur |
| 7 | Ville de Montréal |
| 7 | L'Hexagone |
| 7 | Bibliothèque québécoise |
| 6 | Stanké |
| 6 | Le Petit Robert |
| 6 | L'Instant même |
| 6 | Humanitas |
| 5 | Robert Laffont |
| 5 | Presses de l'Université de Montréal |
| 5 | Hermès |
| 5 | Éditions Trois-pistoles |
| 5 | Éditions Balzac |
| 4 | Science et culture |
| 4 | Le Loup de Gouttière |
| 4 | Gallimard |
| 4 | Éditions du remue-meninge |
| 4 | Banque de Montréal |
| 3 | Éditions du Roseau |
| 3 | Desclée de Brouwer |
| 2 | Triptyque |
| 2 | Musée canadien des civilisations |
| 2 | Loze-Dion, éditeur |
| 2 | Libre Expression |
| 2 | Leméac/Actes Sud |

- 2 Editions Saint-Martin
- 2 Éditions l'Essentiel
- 2 Diffusion Prologue
- 2 Bellarmin
- 1 Université de Montréal
- 1 Société canadienne de la sclérose en....
- 1 Michel Tétrault Art International
- 1 Librairie Olivieri
- 1 Les Intouchables
- 1 Hurtubise HMH
- 1 Herbes rouges/Roman
- 1 Flammarion
- 1 Éditions Québecor
- 1 Éditions Opinion
- 1 Éditions Écosociété
- 1 Cerf
- 1 Brepols
- 1 Bell, Inst. de l'histoire de l'Amérique française
- 1 Albin Michel

Annexe 3
Fréquence

Titres des livres dans les articles

- 6 Olivar Asselin et son temps. Le militant
- 3 Les nouveaux démons. Chroniques et analyses politiques
- 3 À contre-courant
- 2 Yankee go home. Canadian and anti-americanism
- 2 Quand histoire et espoir se rencontrent. Se préparer au XXe siècle
- 2 Poèmes choisis (1965-1990)
- 2 Orlanda
- 2 Monsieur Malaussène au théâtre
- 2 Mon oeil gauche est plus fort que le droit
- 2 Les loups du paradis
- 2 Les épervières
- 2 Le troisième orchestre
- 2 Le soleil des gouffres
- 2 Le Parti Québécois. Pour ou contre l'indépendance
- 2 Le chasseur zéro
- 2 Le cercle de la mort. La tragédie de l'Ordre du temple solaire
- 2 La balade espagnole
- 2 L'écrivain public
- 2 L'année Chapleau 1996
- 2 JFK. Une jeunesse insouciante
- 2 Gabrielle Roy, une vie
- 2 Dictionnaire des intellectuels français. Les personnes, les lieux, les moments
- 2 Détail de la mort
- 2 Des chrétiens et des maures
- 2 Anna, les cahiers noirs
- 1 Voyage à Tombouctou
- 1 Villages pittoresques du Québec
- 1 Une foi partagée
- 1 Un crime est-il facile?
- 1 Truismes
- 1 Trainspotting
- 1 Tout Félix en chanson
- 1 Tout doit disparaître
- 1 Tournevis mystérieux. La voiture de pompiers bleue.
- 1 The end of racism
- 1 Tarnished brass crime and corruption in the canadian military
- 1 Stornoway. L'âge du bois
- 1 Sixties design
- 1 Signé Malraux
- 1 Si c'est un homme
- 1 Senelita
- 1 Saison de la migration vers le Nord
- 1 Rêverie
- 1 Réveiller le rêve suivi de: Ruts et or le cycle du sang dure donc

- 1 Retour de l'enfer
- 1 Restez jeune en mangeant mieux
- 1 Régis Mille l'éventreur
- 1 Qui va là
- 1 Québec 97
- 1 Quand je serai grande, je serai sage...
- 1 Proust la vie et l'oeuvre
- 1 Profession: reporter
- 1 Profession : Indien
- 1 Pour une grammaire non sexiste
- 1 Pour l'amour de la musique
- 1 Porter la main sur soi. Traité de suicide
- 1 Port-Soudan
- 1 Politique et histoire à Florence au XVIe siècle.
- 1 Peut-il rêver celui qui s'en dort dans la gueule des chiens.
- 1 Petit livre de la vie Le (vol.3)
- 1 Passées sous silence
- 1 Parmi tant d'autres
- 1 Parcours de femme
- 1 Oui mon commandant !
- 1 Op-Center
- 1 Oiseau
- 1 Nuremberg 46
- 1 Nouveau guide pratique des médicaments
- 1 Notre jour viendra. Autobiographie
- 1 Nicolas II. La transition ininterrompue
- 1 Miss Harriet
- 1 Mille ans de contes-Québec
- 1 Microsoft office pro pour windows 3.1
- 1 Mezza-Voce
- 1 Meurtres au pays des Peluches
- 1 Matin, midi et soir
- 1 Mammifères du Québec et de l'Est du Canada.
- 1 Mademoiselle Chambon
- 1 Machiavel
- 1 Ma vie de striptease
- 1 Lumière noire
- 1 Louis le Portugais
- 1 Lorsque l'enfant disparaît
- 1 Lituanie juive 1918-1940
- 1 Les volets clos
- 1 Les visages d'André Malraux
- 1 Les vers: des croyances populaires au lombricomposage.
- 1 Les trésors retrouvés de la revue des deux mondes
- 1 Les sexes ivres
- 1 Les sélections du sommelier

- 1 Les routes de l'imaginaire
- 1 Les récits hassidiques
- 1 Les intellos ou la dérive d'une caste
- 1 Les Indiens de l'Ouest canadien vus par les oblats.
- 1 Les honneurs perdus
- 1 Les Frères éducateurs 1920-1965
- 1 Les enfants de Saturne
- 1 Les échecs du droit international
- 1 Les dessous de la politique de l'oncle Sam
- 1 Les départs souverains
- 1 Les canadiens et la campagne d'Italie, 1943-1945
- 1 Le visage de l'ennemi
- 1 Le théâtre yiddish à Montréal
- 1 Le théâtre à Québec au début du XXe siècle
- 1 Le sourire de l'ange
- 1 Le racisme
- 1 Le porte-plume
- 1 Le pied de Sappho. Conte érotique
- 1 Le Petit Larousse illustré
- 1 Le passé ne dure que cinq secondes
- 1 Le motif de l'identité dans la poésie québécoise
- 1 Le Monde de Jean-Paul II
- 1 Le milieu du jour
- 1 Le médaillon dérobé
- 1 Le lièvre et l'original
- 1 Le Japon. Dictionnaire et civilisation
- 1 Le grimoire
- 1 Le grain de Sénévé
- 1 Le génie québécois. Essai ontologique sur les idéaux identitaires d'un peuple
- 1 Le Feld-Maréchal Von Bonaparte, considérations sur les causes de la grandet
- 1 Le droit de mourir
- 1 Le défi de l'argent.
- 1 Le décrochage au collégial
- 1 Le citoyen responsable. L'éthique de l'enseignement
- 1 Le cirque
- 1 Le bon vieux et la belle enfant
- 1 Laurence
- 1 La ville atlantique
- 1 La vie politique au Québec et au Canada
- 1 La vie d'artiste
- 1 La tragédie hongroise de 1956
- 1 La tigre absence
- 1 La route obscure
- 1 La recherche sociale en environnement
- 1 La pureté dangereuse
- 1 La puce, détective privé

- 1 La Prisonnière
- 1 La porte des larmes
- 1 La politique étrangère américaine depuis 1945. L'Amérique à la croisée de l'
- 1 La peinture impressionniste 1860-1920
- 1 La morte du pont de Varole
- 1 La Mémoria
- 1 La maison de l'ancêtre
- 1 La leçon de botanique
- 1 La jeune fille au balcon
- 1 La généalogie. Retrouvez vos ancêtres
- 1 La déraison antisémite et son langage
- 1 La danse de Julia
- 1 La Cuisine pratique des soeurs des saints noms de Jésus et de Marie.
- 1 La conférence de presse
- 1 La colère, écrits polémiques, tome 3
- 1 La cocadrille
- 1 La chute de Jonathan Adax / La fièvre du bibliophile
- 1 La Chine aujourd'hui.
- 1 La Caverne de l'histoire
- 1 L'imprescriptible
- 1 L'Humanité perdue. Essai sur le 20e siècle
- 1 L'homme dépaycé
- 1 L'esquisse d'une mémoire
- 1 L'écriture mythologique. Essai sur l'oeuvre de Victor Lévy Beaulieu.
- 1 L'école frissonnière
- 1 L'aube
- 1 L'assassin des chats
- 1 L'amoureux malgré lui
- 1 (L'Amérique m'importe)?
- 1 L'Amérique hors-la-loi. La folle épopée de la prohibition
- 1 L'affaire Francis Blake
- 1 L'abécédaire des vins, bières, cidres et spiritueux
- 1 Kirchner
- 1 Kafka
- 1 Julie
- 1 Jésus, le fils du charpentier
- 1 Je serai l'amour. Trajets avec Thérèse de Lisieux
- 1 Jazz et vin de palme
- 1 James Dean
- 1 Initiales B.B.
- 1 Histoires de regards à lire les yeux fermés
- 1 Histoire à rire debout!
- 1 Heidegger et son temps
- 1 Guide gourmand 97. Les 100 meilleurs restaurants de Montréal
- 1 Gérer le risque, vaincre la peur
- 1 Gérard Philippe

- 1 Gaieté parisienne
- 1 Frankenstein pédagogue
- 1 Fatale
- 1 Étrange étranger. Une biographie de Fernando Pessoa
- 1 Et que ça saute!
- 1 Et la mer n'est pas remplie
- 1 Enfants nous les embrassons, adolescents nous les embarassons
- 1 En attendant Eliane
- 1 Emmanuel Lévinas
- 1 Émile Nelligan
- 1 Elias et lettres anonymes
- 1 Elias et les voleurs
- 1 Egon Schiele
- 1 Éégamment vôtre
- 1 Edymon
- 1 Écho des pays froids
- 1 Divorce, Jack
- 1 Dictionnaire du surréalisme
- 1 Diane, ou la chasseresse solitaire.
- 1 Devenez populaire en cinq leçons.
- 1 Deux sollicitudes. Entretiens
- 1 Des intellectuels et du pouvoir
- 1 Débarcadères
- 1 Comment publier votre livre
- 1 Climats
- 1 Chine: on ne baillonne pas la lumière
- 1 C'est pour mieux t'aimer mon enfant
- 1 C'est comme ça, ne discute pas
- 1 Bureau des longitudes
- 1 Blake et Mortimer. Histoire d'un retour
- 1 Au pays de la bioéthique
- 1 Au fond du jardin
- 1 Attente sur la mer
- 1 Artisans de la modernité
- 1 Art, culture et société
- 1 Après les grands soirs, intellectuels et artistes face au politique.
- 1 Anticosti
- 1 Annabelle
- 1 Affolées
- 1 À quand l'enseignement ?

Annexe 4 Auteurs selon l'indice de valorisation
Indice

- 517,63 Pelletier-Baillet, Olivier Asselin et son temps. Le militant
 257,42 Hamelin, Louis Le soleil des gouffres
 219,55 Yergeau, Pierre L'écrivain public
 168,91 Pennac, Daniel Des chrétiens et des maures
 158,92 Duguay, Raoul Réveiller le rêve
 158,18 Brault, Jacques Poèmes choisis (1965-1990)
 152,31 Côté, Roch Québec 1997. Toute l'année politique, économique, social
 106,38 Harpman, Jacq Orlanda
 92,94 Darrieussecq, M Truismes
 89,51 Ricard, François Gabrielle Roy, une vie
 85,84 Dumont, Fern Une foi partagée
 83,52 Laberge, Marie Annabelle
 79,2 Granatstein, Ja Yankee go home. Canadian and anti-americanism
 77,82 Patry, André Six poètes de la solitude
 75,51 D'Souza, Dines The end of racism
 74,92 Biamonti, Fran Attente sur la mer
 69,72 Roze, Pascale Le chasseur zéro
 68,99 Lelièvre, Sylvai Le troisième orchestre
 65,95 Chérier, Sophie Les loups du paradis
 62,04 Toussaint, Élis Mon oeil gauche est plus fort que le droit
 60,86 Brochu, André Les éperviers
 60,77 Découverte/Bo L'état du monde 1997. Annuaire économique et géopolitiqu
 60,75 Bourin, Jeanne Le sourire de l'ange
 58,59 Lyotard, Jean-F Signé Malraux
 55,7 Duchesne, Chri Anna, les cahiers noirs
 55,61 Pelland, Ginett Affolées
 52,85 Julliard, Jacque Dictionnaire des intellectuels français. Les personnes, les lieu
 52,67 Soros, Georges Le défi de l'argent.
 52,59 Ouellette, Fern Je serai l'amour. Trajets avec Thérèse de Lisieux
 52,36 Finkelkraut L'Humanité perdue. Essai sur le 20e siècle
 51,97 Larousse Le Petit Larousse illustré
 51,33 Tadorov, Tzve L'homme dépaysé
 51,32 Kron, Annie Les routes de l'imaginaire
 49,73 Morency, Pierre La vie entière
 49,7 Bernard, André La vie politique au Québec et au Canada
 49,56 Brouillet, Chrys C'est pour mieux t'aimer mon enfant
 49,38 Beyala, Calixth Les honneurs perdus
 46,9 Hamilton, Nigel JFK. Une jeunesse insouciante
 46,75 Théorêt, Franc Laurence
 44,12 Demers, Lise La leçon de botanique
 42,97 Mc Andrew, Bil Les canadiens et la campagne d'Italie, 1943-1945
 41,76 Rhys, Jean La Prisonnière
 40,83 Svevo, Italo Senelita
 39,21 Murail, Marie-A Devenez populaire en cinq leçons.

- 38,24 Chapeleau, Ser L'année Chapeleau 1996
- 37,75 Doucet, Huber Au pays de la bioéthique
- 36,82 Bréchon, Robe Étrange étranger. Une biographie de Fernando Pessoa
- 35,67 Atwood, Margæ Deux sollicitudes. Entretiens
- 34,77 Le Petit Rober Le Petit Robert
- 32,68 Boucher, André Quand je serai grande, je serai sage...
- 32,36 Pelletier, Jacqu Au delà du ressentiment. Répliques à Marc Angenot
- 32,16 Said, Edward V Des intellectuels et du pouvoir
- 31,48 Kerbiriou, Anne Les Indiens de l'Ouest canadien vus par les oblats.
- 31,33 Boulerice, Jacq Débarcadères
- 31,25 Welsh, Irvine Trainspotting
- 31,11 Legault, Josée Les nouveaux démons. Chroniques et analyses politiques
- 31,06 Beausoleil, Clai Le motif de l'identité dans la poésie québécoise
- 30,56 Griseback, Luci Kirchner
- 30,56 Fischer, Wolfgæ Egon Schiele
- 30,05 Chapeleau, Serg L'année Chapeleau 1996
- 29,41 Kattan, Naim Idoles et images
- 29,24 Spire, Antoine Après les grands soirs, intellectuels et artistes face au politiq
- 29,24 Schiffer, Daniel Les intellos ou la dérive d'une caste
- 29,13 Blais, Marie-Cla Soifs
- 28,52 Trudeau, Pierre À contre-courant
- 27,89 Huston, Nancy Instruments des ténèbres
- 27,75 Bourguignon, ξ Le principe du Geyser
- 27,69 Clavel, Bernard Jésus, le fils du charpentier
- 27,5 Carrère d'Enca Nicolas II. La transition ininterrompue
- 26,48 Spoto, Donald James Dean
- 26,44 Ferretti, André Le Parti Québécois. Pour ou contre l'indépendance
- 26,43 Berger, John Qui va là
- 26,17 Legault, Anne Détail de la mort
- 26,14 Hitchcock, Jan Le grimoire
- 25,13 Aubry, Jean L'abécédaire des vins, bières, cidres et spiritueux
- 24,25 Élie, Jérôme La morte du pont de Varole
- 23,77 Beaucage, Chri Le théâtre à Québec au début du XXe siècle
- 23,51 Clinton, Bill Quand histoire et espoir se rencontrent. Se préparer au XXe s
- 23,25 Freed, Josh Vive le Québec Freed
- 23,01 Bourgault, Pierr La colère, écrits polémiques, tome 3
- 22,9 Les Mélodistes Pour l'amour de la musique
- 22,53 Sand, George Miss Harriet
- 22,53 O'Neil, Jean Stornoway. L'âge du bois
- 22,26 Mairowitz, Davi Kafka
- 22,19 Chaurette, Nor Le Passage de l'Indiana
- 21,63 Rivard, Yvon Le milieu du jour
- 20,88 Enthoven, Jear Les enfants de Saturne
- 20,03 Walters, Minet Lumière noire
- 19,44 Simard, Louise Le médaillon dérobé
- 18,89 Malavoy, Chris Parmi tant d'autres

- 18,89 Holder, Éric Mademoiselle Chambon
- 18,86 Le Robert Le Petit Robert. Dictionnaire illustré des noms propres
- 18,84 Brulé, Michel L'esquisse d'une mémoire
- 18,39 Dufour, Jean-F La Chine aujourd'hui.
- 18,36 Guillebaud, Jea La porte des larmes
- 18,36 Garner, Philipp Sixties design
- 18,36 Feist, H. Peter La peinture impressionniste 1860-1920
- 18,36 Clébert, Jean-F Dictionnaire du surréalisme
- 17,8 Prescott, Jacq Mammifères du Québec et de l'Est du Canada.
- 17,44 Thibodeau, Ser Le quatuor de l'errance suivi de la traversée du désert.
- 17,3 Gosselin, Jocel La vie d'artiste
- 17,23 Falardeau, Pier 15 février 1839
- 17,17 Dutourd, Jean Le Feld-Maréchal Von Bonaparte, considérations sur les cause
- 17,17 Audouard, Yva Le porte-plume
- 16,71 Guilbert, Félix. Politique et histoire à Florence au XVIe siècle.
- 16,71 Bec, Christian Machiavel
- 16,36 Morin, Claude Profession: reporter
- 16,36 Dagenais, Bern La conférence de presse
- 16,13 Riopelle, Jean-F Le cirque
- 16,1 Lamoureux, He Le citoyen responsable. L'éthique de l'enseignement
- 15,75 Bardot, Brigitt Initiales B.B.
- 15,56 De Mille, Nel Retour de l'enfer
- 15,16 Yayo Rêverie
- 14,65 Gagnon, Cécile Mille ans de contes-Québec
- 14,6 Simmons, Dan Edymon
- 14,6 Belleto, René Régis Mille l'éventreur
- 14,4 Dubois, Daniel ·Julie
- 13,93 Geadah, Yolanc Femmes voilées. Intégrismes démasqués
- 13,89 Sheldon, Sidne Matin, midi et soir
- 13,89 Goldsmith, Oliv Égamment vôtre
- 13,78 Stassen Louis le Portugais
- 13,75 Jonas, Hans Le droit de mourir
- 13,64 De Kominck, G À quand l'enseignement ?
- 13,57 Beauchamp, Ai Gérer le risque, vaincre la peur
- 13,38 George, Élisab Le visage de l'ennemi
- 13,07 Dorion, Hélène La Caverne de l'histoire
- 13,07 Dr. Ron B. Ma tête veut ma peau
- 12,99 Fournier, Guy Le cercle de la mort. La tragédie de l'Ordre du temple solaire
- 12,8 Portelance, Co La liberté dans la relation affective
- 12,78 Bissoondath, N Dilemme de l'identité immigrante: assimilation, intégration
- 12,65 Connolly, Cyril La chute de Jonathan Adax / La fièvre du bibliophile
- 12,53 Verhoest, Eric Blake et Mortimer. Histoire d'un retour
- 12,4 Rivière, Bernar Le décrochage au collégial
- 12,4 Meirieu, Philipp Frankenstein pédagogue
- 12,04 Paquin, Jean Art, culture et société
- 12,04 Farmer, Diane Artisans de la modernité

- 12,02 Wiesel, Élie Et la mer n'est pas remplie
- 11,89 Maître Eckhart Le grain de Sénévé
- 11,89 Campo, Cristin La tigre absence
- 11,83 Paquet, Hélène Le guide pratique des élégantes
- 11,78 Hurtubise HMH Formule 1 Passion 1996
- 11,53 Keable, Jacque La révolte des pêcheurs. L'année 1909 en Gaspésie
- 11,39 Hamm, Jean V L'affaire Francis Blake
- 11,2 Corneau, Guy L'amour en guerre
- 10,9 Aubry, Jacquél Horoscope 1997
- 10,8 Labrosse, Célin Pour une grammaire non sexiste
- 9,96 Desjardins, Pie Regard sur les temps actuels
- 9,85 Aznavour, Chai La balade espagnole
- 9,85 Bourguigon, St Le principe du Geysir
- 9,83 Assiniwi, Berna La saga des Béothuks
- 9,82 Dor, Georges Anna Brailé ène shot. Essai sur le langage parlé des québécois
- 9,63 Champagne, A Entretiens avec l'histoire
- 9,54 Marchand, Alai Tintin au pays de la ferveur
- 9,52 Zaribeau-Beau La généalogie. Retrouvez vos ancêtres
- 9,26 Steel, Danielle Malveillance
- 9,23 Varin, Claire Profession : Indien
- 8,96 Peurchmaurd, L'école de Brive: son histoire, ses acteurs
- 8,71 Brunet, George Histoire à rire debout!
- 8,64 Taylor Scott, Tarnished brass crime and corruption in the canadian milit
- 8,56 Clancy, Tom Op-Center
- 8,52 Freitag, Michel Le naufrage de l'université
- 8,49 Williams, Tad La maison de l'ancêtre
- 8,47 Courville, Serg Atlas historique du Québec
- 8,46 Dubuc, Jean-Gi Le Frère André
- 8,33 MacDonald, Ge L'art haida
- 8,33 Faik-Nzuji, Clér Le dit des signes
- 8,19 Dupré, Louise La Memoria
- 8,16 Patino, Flores Les contes de mon père
- 8,15 Levi, Primo Si c'est un homme
- 8,14 Claire, Anne Le pied de Sappho. Conte érotique
- 8,06 Salomé, Jacque C'est comme ça, ne discute pas
- 8,04 Tremblay, Mich Un ange cornu avec des ailes des tôles (Babel)
- 7,85 Tillinac, Denis Dernier verre au Danton
- 7,85 Peyramaure, M Martial Chabannes Gardien des ruines.
- 7,85 Michelet, Claud Histoire des paysans de France
- 7,85 Bordes, Gilbert L'Année des coquelicots
- 7,84 Lalonde Gabrie Les sexes ivres
- 7,58 Soeurs des saii La Cuisine pratique des soeurs des saints noms de Jésus et d
- 7,55 Melançon, Ben Sevigne@internet
- 7,47 Kay, Guy Gavri La route obscure
- 7,42 Larue, Jean-Me Le théâtre yiddish à Montréal
- 7,41 Collectif Lituanie juive 1918-1940

- 7,34 Fournier, Ferna Enfants nous les embrassons, adolescents nous les embarrass
- 7,2 Chartier, Franç Les sélections du sommelier
- 7,06 Forrester, Vivie L'horreur économique
- 7,05 Normandeau, C L'envol des signes
- 7,01 Vacher, Laurer Dialogues en ruine
- 6,87 Boisvert, Mart Jérémy la lune. Roman de cape de plume
- 6,85 Safranski, Rudi Heidegger et son temps
- 6,72 Brillant, Jacque Mémoires d'un ange
- 6,62 Confield, Jack Un 2e bol de bouillon de poulet pour l'âme. 80 histoires qui
- 6,62 Mc Cormick, Cf Anticosti
- 6,57 Cohen-Scali, S Meurtres au pays des Peluches
- 6,54 Darniton, John Néanderthal
- 6,54 Lescop, Margu Le tour de ma vie en 80 ans
- 6,54 Desrosiers, Syl Qui veut entrer dans la légende?
- 6,54 Chambert-Prot. Formule 1 Passion 1996
- 6,54 Brisac, Geneviè Week-end de chasse à la mère
- 6,44 Canfield, Jack Un 2e bol de bouillon de poulet pour l'âme. 80 histoires qui
- 6,41 Saurel, Pierre Le manchot tome1
- 6,32 Bilodeau, Denis Le lièvre et l'original
- 6,3 Rolin, Olivier Port-Soudan
- 6,3 Hampâté Bâ, A Oui mon commandant !
- 6,3 Dongola, Emm Jazz et vin de palme
- 6,3 Caillé, René Voyage à Tombouctou
- 6,07 Raboy, Marc Occasions ratées. Histoire de la politique canadienne de radic
- 6,07 Purnelle, Miche Une armée en déroute
- 6,07 Côté, Margueri Thérèse Gouin Décarie
- 6,04 Meynard, Yves Le vaisseau des tempêtes
- 6,02 Dumas, Maurici Les vers: des croyances populaires au lombricomposage.
- 5,98 Saouter, Cathe Le documentaire
- 5,98 Léonard, Martir Le texte et le nom
- 5,98 Larouche, Mich L'aventure du cinéma québécois en France.
- 5,96 Dubois, Jean-P. (L'Amérique m'importe)?
- 5,94 Chiasson, Hern Climats
- 5,86 Bellemare, Diar Le défi du plein emploi. Un nouveau regard économique
- 5,85 Langlois, Richa S'appauvrir dans un pays riche
- 5,8 Malenfant, Ron Travail et grossesse. Peut-on laisser la maternité à la port
- 5,8 Bertrand, Yves Le héros ordinaire
- 5,71 Beauchemin, Y Inconnu
- 5,69 Gulliver, Lili L'Univers Gulliver IV. L'Australie sans dessous dessus
- 5,53 Société canadiè Fait no. 5 sur la SP
- 5,53 Daveluy, Rache Pour l'amour de la musique
- 5,52 Soyer, Anne Elias et lettres anonymes
- 5,42 Delaporte, Muri La politique étrangère américaine depuis 1945. L'Amérique à
- 5,42 Chomsky, Noar Les dessous de la politique de l'oncle Sam
- 5,42 Behr, Edward L'Amérique hors-la-loi. La folle épopée de la prohibition
- 5,4 Fortin, Robert Peut-il rêver celui qui s'en dort dans la gueule des chiens.

- 5,4 Vachon, Stéphi: Balzac. Une poétique du roman
- 5,4 Kokis, Sergio Errances
- 5,4 Fisette, Jean Pour une pragmatique de la signification
- 5,3 Plante, Colomb Je mange les desserts de la nature
- 5,28 Le Brébeuf, Jér: Écrits en Huronie
- 5,28 Harvey, Pauline Le deuxième monopoly des précieux
- 5,28 Garneau, Hector Journal
- 5,28 Bessette, Arsè Le débutant
- 5,26 Martin, Pierre-M Les échecs du droit international
- 5,25 Soucier, Jocely La vie comme une image
- 5,12 Miron, Isabelle Passées sous silence
- 5,12 Fournier, Louis Les départs souverains
- 4,95 Preston, Doug Superstition
- 4,95 Mc Brain, Ed. Romance
- 4,95 Lovett, Sarah Relations dangereuses
- 4,95 Duval, Jacques Le guide de l'auto 97
- 4,95 Déroide, Philip: Élixirs floraux, harmonisants de l'âme
- 4,93 Bertrand, Guy Plaidoyer pour les citoyens
- 4,91 Le Grand, Eva Séductions du Kitsch. Roman, art et culture
- 4,89 Trudeau Pierre À contre-courant
- 4,85 Lespérance, M: Le dictionnaire du mobilier
- 4,85 Lefèbvre, Jean Les catholiques et le sexe
- 4,85 Lafortune, Lou L'affectivité et la métacognition dans la classe
- 4,85 Gité L'univers à Gité
- 4,85 Gaboury, Serge Gaboury sous pression
- 4,85 Duchesne, Sylv Jongler avec des balles au sol
- 4,85 Daigneault, Cl La grande encyclopédie de la bêtise, de l'ânerie,...
- 4,85 Chartrand, Suz: Pour un nouvel enseignement de la grammaire
- 4,85 Bellot, Jacqueli La ferme laitière
- 4,81 Gosciny/Uder La galère d'Obélix
- 4,8 Folch-Ribas, Ja La chair de pierre
- 4,77 Talon, Marcel Et que ça saute!
- 4,77 Limoges, Jacqu Le génie québécois. Essai ontologique sur les idéaux identitari
- 4,77 Bertrand, Dani: Comment publier votre livre
- 4,73 Choinière, Mary Histoires de regards à lire les yeux fermés
- 4,69 Robb, Brian J. Brad Pitt. La légende d'un star
- 4,69 Duras, Marguei La mer écrite
- 4,69 Dionne, Luc Omerta. La loi du silence
- 4,69 Agence Scienc: Calendrier internet 1997
- 4,64 Charron, Franç: Le passé ne dure que cinq secondes
- 4,63 Frédéric, Louis Le Japon. Dictionnaire et civilisation
- 4,63 Fejto, François La tragédie hongroise de 1956
- 4,62 Pelletier, Pierre Les thérapies transpersonnelles
- 4,62 Bouchard, Pier Garçons et filles. Stéréotypes et réussite scolaire
- 4,57 Vonarburg, Élis Inconnu
- 4,57 Vanasse, André Émile Nelligan

- 4,44 Navarre, Yves La ville atlantique
- 4,44 Croteau George Les Frères éducateurs 1920-1965
- 4,41 Tessier, Robert La recherche sociale en environnement
- 4,41 Hamelin, Louis- Écho des pays froids
- 4,41 Shaha, David Les petits péchés
- 4,41 Éd. Robert Le Petit Robert grand format
- 4,4 Bonal, Gérard Gérard Philipe
- 4,2 Salih, Tayeb Saison de la migration vers le Nord
- 4,2 Chamberland, I Mémoires Lesbiennes
- 4,17 Jackson, Brown Petit livre de la vie Le (vol.3)
- 4,13 Grenier, Jean-M Errance au sommet de la terre
- 4,1 Piché, Jacques Ronfleurs, réveillez-vous1
- 4,1 Guay, Jacques La presse des autres
- 4,07 Blondeau, Dom Alice comme une rumeur
- 4,02 Voyer, Gilles Qu'est-ce que l'éthique clinique?
- 4,02 Ramonet, Ignac Nouveaux pouvoirs, nouveaux maîtres du monde
- 4,02 Payette, Lise Le chemin de l'égalité
- 4,02 Larue, Monique L'arpenteur et le navigateur
- 4,02 Kattam, Naim Idoles et images
- 4,02 Canadafrançais Le droit à la différence à l'heure de la globalisation. Le cas du
- 4,01 Ed. Québec/Ar L'encyclopédie visuelle des aliments
- 4 Boivin, Jean Serge Garant. Volume 7, no. 2.
- 3,92 Amelin, Michel L'assassin des chats
- 3,92 Allen, Michelle Zoé perd son temps
- 3,87 Lévy, Bernard- I La pureté dangereuse
- 3,87 Jankelevitch, V L'imprescriptible
- 3,87 Faye, Jean-Pie La déraison antisémite et son langage
- 3,87 Buber, Martin Les récits hassidiques
- 3,86 Giroux, R. Le guide de la chanson québécoise
- 3,73 Beaulieu, Victc Oeuvres complètes
- 3,7 Association mé Nouveau guide pratique des médicaments
- 3,6 Ferguson, Trev La vie aventureuse d'un drôle de moineau
- 3,58 Lacroix, R. Manuel de foresterie
- 3,55 Julien, Roger Un Peuple-Un projet
- 3,53 Martin, Lévis Ozias Leduc et son dernier grand oeuvre
- 3,51 Forest, Jean Anatomie du Québécois
- 3,4 Tanguay, Bern: Autour de H.W. "Jymmy" Jones
- 3,4 Goudreau, Gab L'âge dur
- 3,4 Gaumont, Marc Du corps à l'âme. Psychologie analytique et eutione
- 3,4 Fournier, Rogei Les mauvaises pensées
- 3,4 Audet, Elaine Le Cycle de l'éclair. Oeuvres de Jeannine Bourret
- 3,33 Félix, Leclerc Tout Félix en chanson
- 3,26 Blanchette, Jos Guide gourmand 97. Les 100 meilleurs restaurants de Montré
- 3,26 Sebbar, Leila La jeune fille au balcon
- 3,21 Vigod, Bernard Taschereau
- 3,21 Vaugeois, Deni Les Hurons de Lorette

- 3,21 Ouellet, Réal L'aventurier du hasard. Le baron du Lahontan
- 3,21 Lepailleur, Fran Journal d'un patriote exilé en Australie
- 3,21 Lacoursière, Ja Histoire populaire du Québec 1841-1896
- 3,21 Genest, Jean-G Godbout
- 3,21 Deschênes, Ga Les origines littéraires de la côte-du-Sud
- 3,21 Chalout, Michel J'ai marché avec la Gaspésie
- 3,2 Carrier, Roch Presque tout Roch Carrier
- 3,16 Vogels, Walter: Abraham et sa légende
- 3,16 Renou, Louise-| Aux heures de grande fragilité
- 3,16 Garneau, Jean- Parole pour la route
- 3,16 Fédou, Michel Les religions selon la foi chrétienne
- 3,04 Vaillancourt, Li L'été des eiders
- 3,04 Mouawad, Wad Alphonse
- 3,04 Maillet, Antonir Le chemin de Saint-Jacques
- 3,04 Letartre, Gene Les vertiges de Molino
- 3,04 Homel, David Un singe à Moscou
- 3,04 Delisle, Michael Long glissement
- 3,04 Belleret, Rober Léo Ferré. Une vie d'artiste
- 3,04 Archambault, F Cul sec
- 3,02 Trudel, Jean-Lc Fièvres sur Serendib
- 3,02 Pelletier, Franc Cher ancêtre.
- 3,02 Machel, Julie Un traître au temple
- 2,99 Gouin Décarie, Entretiens
- 2,99 Ferron, Marcell L'esquisse d'une mémoire
- 2,96 Vermont, Marie Les volets clos
- 2,96 Korkos, Alain En attendant Eliane
- 2,92 Vadeboncoeur, Vivement un autre siècle!
- 2,92 Sanquet, Miche Une goutte d'encre dans l'océan
- 2,92 Neiryck Le siège de Bruxelles
- 2,92 Menard, Camil Spiritualité
- 2,92 Hartman, bob La nuit où les étoiles dansèrent de joie
- 2,92 Germain, Sylvie Les échos du silence
- 2,92 Dentin, Pierre Quel Pape pour quel église
- 2,91 Guérard, Daniel La belle époque des boîtes à chansons
- 2,89 Lili, St Cyr Ma vie de striptease
- 2,88 Clark, Mary Hig Joyeux Noël. Merry Christmas
- 2,83 Pomerleau, Gei Le fleuve de la mort
- 2,83 Maugey, Axel Propos sur le Québec et la Francophonie
- 2,83 Le Scouarnec, La ronde de jour
- 2,83 Kauss, Saint-Jc Territoire de l'enfance
- 2,83 Bujold, Réal-Ga À quoi rêvent les morues
- 2,81 Schender (Van Jousse ou la traversée des Amériques
- 2,81 Savar, Rémi L'algonquin Tessouat et la Fondation de Montréal.
- 2,81 Royer, Jean La maison ouverte
- 2,81 Perrault, Pierre Cinéaste de la parole. Entretiens avec Paul Warren
- 2,81 Micone, Marco Trilogie - Gens du silence, Adolorata, déjà agonie

- 2,81 Dupuis, Gilbert L'étoile noire
 2,81 Desautels, Jac La dame de Chypre
 2,78 Sélection du R Fleurs, décors et créations
 2,78 Sarault, Jean-P Les Grands du hockey du Québec
 2,78 Mercier, Paule Cuisine facile sans gluten
 2,78 Chopra, Deepak Les sept lois spirituelles du succès
 2,78 Caron, René Comme si c'était hier
 2,74 Brousseau, Lo Microsoft office pro pour windows 3.1
 2,63 Adams, Gerry Notre jour viendra. Autobiographie
 2,63 Mongeau, Fran La danse de Julia
 2,59 Côté, Denis L'île du savant
 2,58 Tarnero, Jacqu Le racisme
 2,58 Foirié, François Emmanuel Lévinas
 2,51 Sicotte, Anne-M Inconnu
 2,26 Mamère, Noel Chine: on ne baillonne pas la lumière
 2,24 Montignac, Mic Restez jeune en mangeant mieux
 2,24 Labarre Parcours de femme
 2,23 Bonin Linda Mezza-Voce
 2,22 Nantel, Guy Dashan. Une histoire d'humour
 2,22 Murray, Michel L'usine
 2,22 Moreau, Michel Le pays rêvé
 2,22 Létourneau, Di La caresse d'une ride
 2,22 Fol, Catherine Toutakis
 2,22 Falardeau, Phili Le sort de l'Amérique
 2,22 Drolet, Stépha Référéendum. Prise deux/Take2
 2,22 Cailhier, Diane Une vie comme Rivière
 2,22 Bombardier, De 100 dessins dessous
 2,22 Baylaucq, Phili Lodela
 2,17 Sélections du F Fleurs, décors et créations
 2,17 Cotnoir, Louise Dis-moi que j'imagine
 2,17 Cantin, David L'éloignement
 2,17 Beaulieu, Mich Poèmes choisis
 2,17 Amyot, Genevi Je t'écrirai encore demain
 2,14 Grobéty, André Jumel'ange
 2,14 Chicoine, Franc Caresse de porc-épic
 2,14 Bertrand, Luce Nous sommes tous des apprentis sages
 2,1 Raimbault, Gin Lorsque l'enfant disparaît
 2,07 Gauthier, Gilbe L'Étonnant lézard
 1,98 Garneau, Saint Poèmes choisis
 1,91 Uguay, Marie Poèmes
 1,91 Cousture, Arle Inconnu
 1,83 Seguin, Yvonn Ça fait pas partie de la job!
 1,83 Delisle, Jean M La bête rouge
 1,8 Pourbaiz, Joël On ne naît jamais chez soi
 1,8 Ouellette, Gabr Dialogues de l'alphabet et de l'absence
 1,8 Ouellet, Pierre Consolations

- 1,8 Michele, Mary c Pain et chocolat
 1,8 Lecompte, Luc Inventaire
 1,8 Laverdure, Ber Fruits
 1,8 Éditions du No Anthologie du Noroît 1971-1996, poésie
 1,8 Clément, Anne Petites primeurs
 1,8 Audet, Martine Les murs clairs
 1,78 Taschen Schiele Peintre
 1,78 Laframboise, Y Villages pittoresques du Québec
 1,77 Seguin, Yvone Ça fait pas partie de la job!
 1,77 Peland, Ginette Affolées
 1,77 Delisle, Jeanne La bête rouge
 1,77 Samuel, Julian De Lahore à Montréal
 1,77 Milot, Pierre L'incessant bavardage public
 1,77 Dionne, Claude Économie de l'appropriation culturelle
 1,77 Angenot, Marc La propagande socialiste
 1,7 Magini, Roger Un homme défait
 1,7 David, Carole Abandons
 1,7 Bouchard, Loui Décalage vers le bleu
 1,7 Acquelin, José L'oiseau respirable
 1,58 Surault, Jean-P Les Grands du hockey du Québec
 1,58 Marty, Henri L'astromancie
 1,58 Bourguignon, Le principe du Geyser
 1,54 Samson, Pierre Le messie de Belém
 1,54 Libre Expressio Les sélections du sommelier
 1,54 Kayler, François Cuisine amérindienne. On goûte la Banique
 1,5 Pellerin, Gilles Dix ans de nouvelles. Une anthologie québécoise
 1,5 Lahaie, Christie Insulaires
 1,5 Dussault, Danië Ça n'a jamais été toi
 1,5 Corriveau, Hug Attention, tu dors debout
 1,5 Chaput, Sylvie Les cahiers d'Isabelle Forest
 1,44 Gascinny/Uder: La galère d'Obélix
 1,38 Demers, Domir Inconnu
 1,3 Saraut, Jean-P: Les Grands du hockey du Québec
 1,26 Tremblay, Mivil Inconnu
 1,26 Tranquille, Hen Inconnu
 1,26 Tobo, Gilles Inconnu
 1,26 Poitras, Anique Inconnu
 1,26 Marois, Carmer Inconnu
 1,26 Malo, Marie Inconnu
 1,26 Lazure, Jacque Inconnu
 1,26 Lachance, Mich Inconnu
 1,26 Gravel, François Inconnu
 1,26 Gingras, Charik Inconnu
 1,26 Fisher, Marc Inconnu
 1,26 Deshaies, Guy Inconnu
 1,26 Daveluy, Paule Inconnu

- 1,26 Corbeil, Jean-C Inconnu
1,26 Brouillard, Man Inconnu
1,26 Boulet, Tania Inconnu
1,26 Arsenault, Mad Inconnu
1,26 Archambault, / Inconnu
1,19 Bourguignon Le principe du Geysier
0,81 Ouellette, F.R. L'adoption: les acteurs et les enjeux autour de l'enfant
0,81 Martel, P. Le Français québécois
0,81 Hamelin, Louis- Écho des pays froids
0,81 Gagnon, Mona- Le travail: une mutation en forme de paradoxes
0,81 Baillargeon, Je Les publics du secteur culturel
0,61 Seguin, Denise Se prendre en main après une rupture
0,61 Muller, Denis Mais tous étaient frappés...
0,61 Longpré, Paul Sous le soleil de Dieu
0,61 Lapointe, Gilles L'envol des signes
0,61 Lamarche, Den Jésus Christ pour sauver le monde
0,61 Coutu, Lucien La médiation hésychaste
0,61 Communiquer Sauvé, Gilles
0,61 Brulotte, Gaet L'univers de Jean Paul-Lemieux

| Annexe 5 | Titre | Auteur | Éditeur |
|----------|--|------------------|----------------------------------|
| | 62 titres présents dans les publicités et les articles | | |
| 1 | Affolées | Pelland, Ginette | Éditions de la pleine lune |
| 2 | Anna, les cahiers noirs | Duchesne, Chri | Québec/Amérique |
| 3 | Annabelle | Laberge, Marie | Boréal |
| 4 | Au fond du jardin | Brault, Jacques | Éditions du Noroit |
| 5 | Au pays de la bioéthique | Doucet, Huber | Labor et Fides |
| 6 | C'est pour mieux t'aimer mon | Brouillet, Chry | La courte échelle |
| 7 | Débarcadères | Boulerice, Jacq | L'Hexagone |
| 8 | Détail de la mort | Legault, Anne | La courte échelle |
| 9 | Deux sollicitudes. Entretiens | Atwood, Marg | Éditions Trois-pistoles |
| 10 | Écho des pays froids | Hamelin, Louis | PUL |
| 11 | Enfants nous les embrassons, | Fournier, Fern | Fides |
| 12 | Gabrielle Roy, une vie | Ricard, François | |
| 13 | Gérer le risque, vaincre la peur | Beauchamp, André | |
| 14 | Guide gourmand 97. Les 100 meilleurs restaurants | | |
| 15 | Histoires de regards à lire les | Choinière, Mary | Éditions Trois |
| 16 | Je serai l'amour. Trajets avec | Ouellette, Fern | Fides |
| 14 | L'année Chapleau 1996 | Chapleau, Serg | Boréal |
| 18 | L'esquisse d'une mémoire | Ferron, Marcell | Les intouchables |
| 19 | La colère, écrits polémiques, | Bourgault, Pierr | Lanctôt éditeur |
| 20 | La danse de Julia | Mongeau, Fran | Éditions Trois |
| 21 | La galère d'Obélix | Gascigny/Uder | Albert René |
| 22 | La généalogie. Retrouvez vos | Zaribeau-Beau | Éditions de l'Homme |
| 23 | La leçon de botanique | Demers, Lise | Lanctôt éditeur |
| 24 | La Memoria | Dupré, Louise | XYZ éditeur |
| 25 | La morte du pont de Varole | Élie, Jérôme | Éditions de la pleine lune |
| 26 | La vie d'artiste | Gosselin, Jocel | Lanctôt éditeur |
| 27 | Laurence | Théorêt, Franc | Les herbes rouges |
| 28 | Le cercle de la mort. La tragé | Fournier, Guy | Éditions de l'Homme |
| 29 | Le chasseur zéro | Roze, Pascale | Albin Michel |
| 30 | Le cirque | Riopelle, Jean-F | Michel Tétreault Art Internatio |
| 31 | Le citoyen responsable. L'éthi | Lamoureux, He | VLB éditeur |
| 32 | Le lièvre et l'original | Bilodeau, Denis | Médiaspaul |
| 33 | Le milieu du jour | Rivard, Yvon | Boréal |
| 34 | Le Parti Québécois. Pour ou c | Ferretti, André | Lanctôt éditeur |
| 35 | Le passé ne dure que cinq sec | Charron, Franç | Les herbes rouges |
| 36 | Le Petit Larousse illustré | Larousse | Larousse |
| 37 | Le pied de Sappho. Conte éro | Claire, Anne | Éditions Trois |
| 38 | Le soleil des gouffres | Hamelin, Louis | Boréal |
| 39 | Le sourire de l'ange | Bourin, Jeanne | Desclée de Brouwer |
| 40 | Le troisième orchestre | Lelièvre, Sylva | Québec/Amérique |
| 41 | Les départs souverains | Fournier, Louis | Éditions Trois |
| 42 | Les honneurs perdus | Beyala, Calixth | Albin Michel |
| 43 | Les nouveaux démons. Chroni | Legault, Josée | VLB éditeur |
| 44 | Les sélections du sommelier | | Libre Expressio Libre expression |

- | | |
|------------------------------------|---|
| 45 Les sexes ivres | Lalonde, Gabriele Loup de Gauttière |
| 46 Lumière noire | Walters, Minet Québécois |
| 47 Mezza-Voce | Bonin, Linda Éditions Trois |
| 48 Monsieur Malaussène au théâtre | Pennac, Daniel Gallimard |
| 49 Olivar Asselin et son temps | L. Pelletier-Baillan Fides |
| 50 Orlanda | Harpman, Jacq Éditions Grasset |
| 51 Passées sous silence | Miron, Isabelle Éditions Trois |
| 52 Poèmes choisis (1965-1990) | Brault, Jacques Éditions du Noroit |
| 53 Pour l'amour de la musique | Les Mélodistes Éditions l'Essentiel |
| 54 Pour une grammaire non sexuelle | Labrosse, Célin Éditions du remue-méninge |
| 55 Profession : Indien | Varin, Claire Éditions Trois |
| 56 Quand je serai grande, je serai | Boucher, André Libre expression |
| 57 Québec 1997. Toute l'année | Côté, Roch Fides |
| 58 Réveiller le rêve suivi de: | Ru Duguay, Raoul Éditions Trois-pistoles |
| 59 Rêverie | Yayo Zone convective |
| 60 Truismes | Darrieussecq, M Éditions POL |
| 61 Une foi partagée | Dumont, Ferna Bellarmin |
| 62 Villages pittoresques du Québec | Laframboise, Y Éditions de l'Homme |

| Titres | Auteur | Livres publiés | Editeur |
|----------------------------|-------------------------|----------------|-------------------|
| Amour s'en va en guerre | Corneau Guy | 9 | L'Homme |
| Annabelle | Laberge Marie | 9 | Boréal |
| C'est pour mieux t'aimer | Brouillet Chrystine | 60 | Courte Echelle |
| Chrétiens et des Maures | Pennac Daniel | ? | Gallimard |
| Dialogues en ruine | Vacher Laurent-Miche | 11 | Liber |
| Encyclopédie des aliment | En collaboration | | Québec-Amérique |
| Errances | Kokis Sergio | 9 | XYZ |
| Etat du monde 97 | En collaboration | | La déc/Boréal |
| Gabrielle Roy. Une vie | Ricard François | 2 | Boréal |
| Galère d'Obélix | Uderzo/Goscinnny | ? | Albert René |
| Histoire populaire du Qué | Lacoursière Jacques | 23 | Septentrion |
| Horoscope 1997 | Chalifoux Anne-Marie | 10 | 7 Jours |
| Initiales BB | Bardot Brigitte | | Grasset |
| Instruments des ténébre | Huston Nancy | 14 | Léméac |
| Joyeux Noel. Merry Chris | Clark Mary | 3 | Albin Michel |
| La vie entière | Morency Pierre | 22 | Boréal |
| Le second violon | Beauchemin, Yves | 43 | Québec-Amérique |
| Léo Ferré. Une vie d'artis | Belleret Robert | 2 | Actes Sud |
| Malveillance | Steel Danielle | 26 | Presse de la Cité |
| Olivar Asselin et son tem | Pelletier-Baillargeon H | 15 | Fides |
| Paris de Chrystine Brouill | Brouillet Chrystine | 60 | Boréal |
| Pavarotti de vive voix | Wright William | 1 | Plon |
| Petit Larousse illustré 9 | En collaboration | | Larousse |
| Principe du Geyser Le | Bourguignon Stéphane | 7 | Québec-Amér. |
| Quand je serai grande je | Boucher Andrée | 4 | Boréal |
| Sélection du sommeilier | Chartier François | 1 | Libre-Expression |
| Soleil des gouffres Le | Hamelin Louis | 12 | Boréal |
| Sourire de l'ange | Bourin Jeanne | 4 | Desclée de Brouwe |
| Stornoway | O'Neil Jean | 23 | Libre-Expression |
| Troisième orchestre Le | Lelièvre Sylvain | 29 | Québec-Amérique |
| Truismes | Darriussecq Marie | | POL |
| Villages pittoresques du | Laframboise Yves | 8 | L'Homme |

Annexe 7.1 20 titres peu fréquents

| Titre | Auteur | Livres | Origine | Éditeur |
|------------------|------------------|--------|--------------------|-------------------|
| Tout Félix en c | Félix, Leclerc | | 194 Canadafrançais | Nuit Blanche éd |
| Toutakis | Fol, Catherine | ? | Canadafrançais | ONF |
| Traduction et t? | | ? | ? | PUM |
| Trainspotting | Welsh, Irvine | ? | Autreanglo | Éditions de l'oli |
| Trilogie - Gens | Micone, Marco | | 13 Canadafrançais | VLB éditeur |
| Un ange cornu | Tremblay, Mich | | 146 Canadafrançais | Léméac |
| Un bonheur te | Brouillet, Chrys | | 57 Canadafrançais | La courte éche |
| Un cadavre dar | Saurel, Pierre | | 176 Canadafrançais | Loze-Dion édite |
| Un crime est-il | Amelin, Michel | ? | ? | Épigone |
| Un homme déf | Magini, Roger | | 11 Canadafrançais | Les herbes rou |
| Un Peuple-Un | Julien, Roger | | 1 Canadafrançais | Éditions Écoso |
| Un singe à Mos | Homel, David | | 9 Canadafrançais | Éditions du No |
| Un traître au t | Machel, Julie | | 4 Canadafrançais | Médiaspaul |
| Une goutte d'e | Sanquet, Mich | ? | Canadafrançais | Desclée de Bro |
| Une vie comme | Cailhier, Diane | | 3 Canadafrançais | ONF |
| Vins Bordeaux | Larousse | ? | France | Larousse |
| Vive le Québec | Freed, Josh | | 5 Canadafrançais | Boréal |
| Vivement un a | Vadeboncoeur, | | 3 Canadafrançais | Bellarmin |
| Voyage à Tom | Caillé, René | ? | Autrefranco | Découverte |
| Zoé perd son t | Allen, Michelle | | 6 Canadafrançais | Lanctôt éditeu |

Annexe 7.2 20 auteurs peu fréquents (2)

| Auteur | Titre | Livres | Origine | Éditeur |
|------------------|-------------------|--------|-------------------|-------------------|
| Tillinac, Denis | Dernier verre a ? | | France | Robert Laffont |
| Tobo, Gilles | ? | ? | Canadafrançais | Québec/Améric |
| Tranquille, Hen | ? | | 18 Canadafrançais | Québec/Améric |
| Tremblay, Mivil | ? | | 1 Canadafrançais | Québec/Améric |
| Trudeau Pierre | À contre-cour | | 37 Canadafrançais | Stanké |
| Trudel, Jean-Lc | Fièvres sur Ser | | 10 Canadafrançais | Médiaspaul |
| Uguay, Marie | Poèmes | | 10 Canadafrançais | Éditions du Noi |
| Vachon, Stéph | Balzac. Une po | | 3 Canadafrançais | XYZ éditeur |
| Vadeboncoeur, | Vivement un a | | 36 Canadafrançais | Bellarmin |
| Vaillancourt, Li | L'été des eider | | 5 Canadafrançais | Léméac |
| Vanasse, Andr | Émile Nelligan | | 13 Canadafrançais | XYZ éditeur |
| Vaugeois, Deni | Les Hurons de | | 23 Canadafrançais | Septentrion |
| Verhoest, Eric | Blake et Mortir ? | | Autrefranco | Éditions Blake |
| Vermont, Marie | Les volets clos ? | | France | Seuil |
| Vigod, Bernard | Taschereau | | 3 Canadafrançais | Septentrion |
| Vogels, Walter | Abraham et sa | | 7 Canadafrançais | Médiaspaul |
| Vonarburg, Éli | ? | | 18 ? | ? |
| Voyer, Gilles | Qu'est-ce que | | 1 ? | Fides |
| Welsh, Irvine | Trainspotting ? | | Autreanglo | Éditions de l'oli |
| Williams, Tad | La maison de l ? | | États-Unis | Payot & Rivage |
| Yayo | Réverie | | 4 ? | Zone convectiv |

Annexe 7.3 20 éditeurs peu fréquents (3)

| Éditeur | Titre | Auteur | Livres | Origine |
|------------------------------|-------------------|--------------------|--------|--------------------|
| Les Éditions JC Anticosti | | Mc Cormick, Cl | | 1 Canadafrançais |
| Les éditions re | L'agenda des f ? | | | Canadafrançais |
| Les Presses de Comment publi | | Bertrand, Danie | | 4 Canadafrançais |
| Lester publishi | Tarnished bra | Taylor Scott, | | Canadaanglais |
| Loup de Gautti | Les sexes ivres | Lalonde Gabrie | | 1 8 Canadafrançais |
| Milan | Mille ans de co | Gagnon, Cécile | | 1 Canadafrançais |
| Payot & Rivage | La maison de l | Williams, Tad ? | | États-Unis |
| Pierre Horay Éri | La tragédie ho | Fejto, François ? | | France |
| Prise de parole | Peut-il rêver ce | Fortin, Robert | | 4 Canadafrançais |
| PUF | Les échecs du | Martin, Pierre-M ? | | France |
| Rivage poche | Le droit de mo | Jonas, Hans ? | | Autre |
| Roussan Éditeu | Guide de Ri ? | | | Canadafrançais |
| Société canadi | Fait no. 5 sur le | Soc can de la S | | 2 Canadafrançais |
| Solar | Le Monde de J ? | | | France |
| Stock | La Prisonnière | Rhys, Jean ? | | France |
| Syros | En attendant | E Korkos, Alain ? | | ? |
| The Free Press | The end of raci | D'Souza, Dines ? | | États-Unis |
| Trécaré | Omerta. La loi | Dionne, Luc | | 3 Canadafrançais |
| Yves Bertrand | Le héros ordin | Bertrand, Yves | | 2 4 Canadafrançais |
| Zone convectiv | Rêverie | Yayo | | 3 ? |