

Université de Montréal

**Le rôle des nouvelles technologies dans le travail
et la construction identitaire
des journalistes politiques de la presse écrite**

par

Catherine Mathys

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,
Communication, option médiatique

Novembre 2012

© Catherine Mathys, 2012

Université de Montréal
Faculté des études supérieures et postdoctorales

Ce mémoire intitulé :

Le rôle des nouvelles technologies dans le travail et la construction identitaire
des journalistes politiques de la presse écrite

Présenté par :
Catherine Mathys

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

André H. Caron (Université de Montréal), directeur de recherche
Claude Martin (Université de Montréal), président du jury
Florian Sauvageau (Université Laval), membre du jury

Résumé

Les nouvelles technologies mobiles, Internet et les plateformes d'échanges réseautiques ont-ils un effet tangible sur les habitudes de travail des journalistes politiques de la presse écrite? Comment ces nouveaux outils participent-ils à la construction identitaire de ces journalistes? Dans le but de mieux comprendre leur contexte de travail et de (re)construction identitaire, nous avons choisi d'analyser le rôle qu'occupent les nouvelles technologies dans leur quotidien, tant du point de vue de leurs pratiques actuelles que du point de vue de leurs perceptions d'eux-mêmes et du métier. Dans cette étude qualitative, sept journalistes politiques francophones de médias traditionnels écrits ont été interviewés dans le but de nous aider à mieux cerner les libertés mais aussi les contraintes qui accompagnent l'adoption de nouveaux outils technologiques ainsi que les nouvelles pratiques qui y sont rattachées.

Les nouvelles technologies et les plateformes réseautiques ne sont pas que de simples outils de travail, ils redéfinissent le rôle même du journaliste dans la société. Hormis les adaptations quotidiennes qu'elles supposent dans les changements de méthodes de travail, elles contribuent souvent à déstabiliser le journaliste dans ses valeurs traditionnelles les plus solidement ancrées. Ces nouveaux outils deviennent le lieu d'échanges accrus où le journaliste se retrouve, bien malgré lui, à devoir défendre un rôle qui lui était autrefois acquis. Vecteurs d'autovalorisation pour le public, ils sont plus souvent le lieu de résistance pour les journalistes.

Mots-clés : technologies, journalisme, mobilité, réseaux sociaux, identité, affordances.

Abstract

Do mobile technologies, Internet and social networks have a tangible effect on the work habits of written press political journalists? How do these new tools participate in building these journalists' identities? In order to get a better sense of the conditions in which they work and perceive themselves, we have chosen to analyse the role being played out by technologies in their daily practice as well as in the way they perceive themselves and their work. In this qualitative study, seven francophone political journalists from traditional written press were interviewed to better understand both the freedom and constraints that come with the adoption of new tools and new techniques.

New technologies and social networks are not just work tools, they also redefine the role of journalists in society. Besides daily technical adaptations in changing work routines, they also destabilize deeply rooted traditional journalistic values. Increased interaction with an active public often puts the journalist in a defensive position in order to insure his never-before contested relevancy. While new technologies can be gratifying for the public, they can also be met with resistance from journalists.

Keywords: technologies, journalism, mobility, social networks, identity, affordances.

Table des matières

Résumé	i
Abstract	ii
Introduction	1
État des lieux : la situation du journalisme au Québec	4
La redéfinition des idéaux identitaires des journalistes	14
Cadre théorique	23
1. La voie déterministe	23
2. L'approche du compromis	25
3. La théorie des affordances	26
4. Les affordances des technologies	28
5. Théorie de l'appropriation	30
6. Le concept d'identité	33
7. La théorie de la structuration	36
Problématique	39
Méthodologie	40
Analyse des données	44
1. L'adoption et l'adaptation du journaliste aux nouveaux outils de diffusion	45
1.1. Comment se fait le choix du type d'ordinateur	49
1.2. Les technologies de prédilection des journalistes	52
1.3. Les affordances des téléphones intelligents	54
1.4. Les journalistes intègrent-ils les tablettes à leurs pratiques?	57
2. Les particularités du journalisme politique	60
3. Le journal comme vaisseau amiral des journalistes	65
4. Une mobilité plus facile à gérer au quotidien	66
4.1. Des façons de déjouer la mobilité	70
5. Les plateformes réseautiques dans le travail des journalistes	72
5.1. Twitter pour l'information, Facebook pour les contacts	75
5.2. Les défis du blogue pour les journalistes	77
6. Les nouvelles pressions des journalistes de la presse écrite	80

6.1.	L'accumulation de piges	80
6.2.	L'influence du modèle économique des entreprises de presse.....	82
6.3.	Le temps vu par les journalistes : vitesse vs rigueur	84
6.4.	Les journalistes et la fin du temps mort	85
6.5.	Avantages et revers de la connectivité	88
7.	Un journalisme collaboratif : quand le public participe	93
7.1.	L'avènement de nouvelles relations entre journalistes et lecteurs du journal	96
7.2.	Les réactions des journalistes aux messages reçus.....	99
7.3.	De nouvelles normes d'interaction.....	101
8.	Les identités multiples des journalistes.....	104
8.1.	Les plateformes réseautiques et l'autopromotion des journalistes	107
8.2.	La conscience d'une image publique	109
8.3.	Les frontières poreuses entre la vie publique et la vie privée	111
8.4.	L'image décalée du journaliste	113
8.5.	Résister à la perte de contrôle.....	115
8.6.	La technologie et l'acte d'écriture.....	118
8.7.	L'importance de la qualité de la langue	122
	Discussion	126
	Conclusion.....	134
	Bibliographie.....	137
	Annexe 1	144

Remerciements

Merci à la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités (FCFDU) pour la Bourse Alice-E-Wilson, au Fonds Jacqueline-Blouin pour la Bourse Jacqueline-Blouin, et à la Faculté des études supérieures pour la Bourse Henri-Audet.

Merci à André H. Caron, professeur titulaire au département de Communication de l'Université de Montréal et directeur de recherche de ce mémoire pour sa patience et sa confiance.

Merci à mes parents pour leurs judicieux conseils et le goût du travail bien fait.

Merci à Philippe-Antoine pour ses encouragements répétés et son indispensable soutien.

Merci à Toto et à La Malbaie pour l'inspiration.

Introduction

Chaque matin, au lieu d'être imprimé, comme dans les temps antiques, le *Earth-Herald* est « parlé » : c'est dans une rapide conversation avec un reporter, un homme politique ou un savant, que les abonnés apprennent ce qui peut les intéresser. Quant aux acheteurs au numéro, on le sait, pour quelques cents, ils prennent connaissance de l'exemplaire du jour dans d'innombrables cabinets phonographiques.

La journée d'un journaliste américain en 2889, Jules Verne, 1891.

Au 19^e siècle, déjà, Jules Vernes entrevoyait les effets des nouvelles technologies sur le journalisme. Vitesse de diffusion, dématérialisation du support médiatique, contacts directs avec les reporters, personnalisation de l'information : le journalisme du 29^e siècle, imaginé 1000 ans plus tôt, dans toute son invraisemblance, n'est finalement pas si loin de celui que nous connaissons au 21^e siècle. C'est grâce aux innovations techniques que mentionne ou invente l'auteur que l'information peut circuler plus vite et rejoindre plus directement son auditoire. Que ce soit le téléphone, le phonographe ou encore le « téléphote » (un type de téléphone qui transmet les images en faisant fi des distances, une sorte d'Internet en somme), l'adoption des plus récents outils technologiques vient combler le besoin d'immédiateté qui semble s'accroître avec l'apparition de chaque nouvelle plateforme de cueillette ou de diffusion de l'information.

C'est effectivement au cours du 19^e siècle que le raccourcissement et la miniaturisation des messages se sont doublés d'une accélération de la transmission. L'institut télégraphique de Reuter a ouvert ses portes à Londres en 1851 et le câble transatlantique a relié Londres à New York dès 1866 soit dix ans après celui connectant Paris et Londres (Palmer, 2005 : 136). Avec le télégraphe, le rythme de l'actualité a effectivement changé et ce faisant, a modifié les pratiques journalistiques courantes. Il semble que de tout temps, le choix et l'utilisation des technologies aient eu un impact sur le journalisme et les méthodes de cueillette, de rédaction et de diffusion de l'information employées jusque-là (Pavlik, 2000 : 229). Même les formes d'écriture journalistique que l'on prend aujourd'hui pour acquies, comme la pyramide inversée et la loi des 5 W (who, what, where, when, why), seraient un effet de l'utilisation d'une technologie, en

l'occurrence le télégraphe. « Pour se prémunir contre ses coupures, alors incessantes, les reporters avaient pour consigne de câbler en priorité les éléments essentiels de l'information » (Joulain et Labasse, 1998 : 14).

Cependant, toutes les innovations technologiques ne sont pas égales. Il convient en effet de distinguer le simple effet facilitateur des nouveaux outils de communication des mutations plus profondes qu'ils accompagnent. Le téléphone, bien avant les nouvelles technologies reliées à Internet, a permis aux journalistes de limiter leurs déplacements et donc le coût de leurs reportages. Il leur a aussi permis de faire leur travail plus rapidement. En revanche, le télécopieur, apparu telle une révolution technologique dans les années 1980, n'aurait pas eu d'impact réel sur les méthodes de travail des journalistes, si ce n'est, encore une fois, qu'en ce qui a trait à la vitesse de cueillette et de diffusion de l'information (Joulain et Labasse, 1998 : 14).

« L'information s'approprie l'innovation technique, la détourne de sa destination première, l'applique à ses besoins; car l'information, par ses caractères mêmes, doit impérativement se saisir des derniers progrès dans le domaine de la technologie de la communication » (Delporte, 2005 : 204). C'est parfois même le savoir-faire technique des journalistes qui les distingue entre eux, davantage que leurs aptitudes à rapporter la nouvelle. Le coup historique de Gettysburg en est un exemple. Un reporter astucieux avait monopolisé le télégraphe local pour s'assurer de l'exclusivité du compte-rendu de la dernière bataille de la Guerre de Sécession. « Son scoop ne devait rien à son talent d'enquêteur... mais tout à son habileté dans l'utilisation d'un nouvel outil de communication » (Joulain et Labasse, 1998 : 13).

Selon John Vernon Pavlik, directeur du *Center for New Media* à l'université Columbia, l'histoire même du journalisme a souvent été définie par et avec les avancées technologiques de l'époque (Pavlik, 2000 : 230). Depuis la colombophilie, « tous les moyens permettant de gagner de la vitesse ont toujours été exploités par les médias » (Deleu, 1998 : 209). Qu'en est-il des nouvelles technologies numériques, d'Internet, de la mobilité et de leur influence sur le quotidien des journalistes? N'est-ce pas là qu'une simple adaptation technique comme il y en a eu des

dizaines depuis les débuts du journalisme ou les bouleversements sont-ils, cette fois-ci, plus profonds et davantage ancrés dans de nouvelles relations qui redéfinissent l'identité des journalistes?

Nous avons choisi une approche qualitative pour explorer la question du rôle des nouvelles technologies dans la vie professionnelle et la construction identitaire des journalistes politiques dans la presse écrite. Nous expliquerons le choix de ce type de journalistes un peu plus loin. Dans un premier temps, nous allons nous attarder à l'état des lieux du journalisme au Québec ainsi qu'à son évolution jusqu'à la situation actuelle. Après la présentation de la problématique et du cadre théorique, nous présenterons les résultats issus de nos sept entrevues semi-dirigées avant de clore avec la discussion et la conclusion.

État des lieux : la situation du journalisme au Québec

En 2009, la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, Mme Christine St-Pierre, a mandaté un Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec (GTJAIQ) dirigé par Mme Dominique Payette, professeure au Département d'information et de communication de l'Université Laval. L'objectif de ce groupe de travail était de « cerner les difficultés de l'information au Québec dans le contexte des nouvelles technologies et devant la crise générale des médias qui secoue l'ensemble des pays industrialisés » (Rapport GTJAIQ, 2010 : 5).

Déposé en décembre 2010, ce rapport constitue d'abord un état des lieux général de la situation québécoise en plus d'énumérer des recommandations pour l'avenir du journalisme. Le rapport profite aussi de l'occasion pour documenter d'autres aspects de la profession négligés dans les récentes études ou en tous cas dans celles qui concernent le Canada et plus spécifiquement le Québec. « Évidemment, le Québec n'est pas le seul endroit dans le monde où le secteur de l'information connaît des difficultés, mais on trouve ici des caractéristiques et des traditions particulières qui font que les analyses à l'étranger ne sont pas forcément transposables » (Rapport GTJAIQ, 2010 : 6). D'autre part, le rapport prête une attention particulière aux changements technologiques qui affectent la profession journalistique. « Même si de nombreux travaux de qualité ont été produits sur cette industrie au cours des dernières années, les changements technologiques récents modifient considérablement l'état des lieux et obligent les analystes à se défaire de certains apriori et à revoir certains constats » (Rapport GTJAIQ, 2010 : 6).

Dans un premier temps, le rapport revient sur la concentration des entreprises de presse en notant que le déséquilibre semble être la principale caractéristique de la présente situation du journalisme au Québec : « Déséquilibre entre les régions et les citoyens en matière d'accès à une information diversifiée sur l'ensemble du territoire. Déséquilibre dans les rapports entre les journalistes et les patrons de presse, entre les journalistes professionnels et les autres communicateurs, amateurs ou professionnels » (Rapport GTJAIQ, 2010 : 12). Le rapport fait

aussi état d'un déséquilibre systémique au Québec, entre autres en ce qui a trait au niveau de la concentration de la propriété de la presse écrite quotidienne qui, pour le Canada, est l'un des plus élevés parmi les pays de l'OCDE (Rapport GTJAIQ, 2010 : 13). Dans le secteur des quotidiens payants, on retrouve cinq grands joueurs : Gesca (*La Presse, La Tribune, La Voix de l'Est, Le Nouvelliste, Le Soleil, Le Quotidien, Le Droit*), Quebecor (le *Journal de Montréal, le Journal de Québec*), *The Gazette, Le Devoir* et *The Record* (Rapport GTJAIQ, 2010 : 35).

Selon le groupe de travail, ce déséquilibre s'articule autour d'un paradoxe : « la production d'un bien collectif (l'information) essentiel au fonctionnement de la démocratie est dévolue à des entreprises privées astreintes à une logique commerciale légitime dans le système économique qui prévaut au Québec » (Rapport GTJAIQ, 2010 : 13). Chez nous, les difficultés financières et les conflits de travail entre syndicats et patrons ont d'ailleurs fait grand bruit ces dernières années et témoignent du climat d'incertitude qui règne.

Ici comme ailleurs, le modèle économique de la presse se transforme. L'ancien modèle basé sur les revenus publicitaires pour financer les coûts de rédaction et d'opération du journal ne fonctionne plus. « En somme, la publicité n'a plus actuellement besoin des grands médias généralistes comme elle l'avait auparavant pour atteindre ses clients potentiels » (Rapport GTJAIQ, 2010 : 16). Les entreprises cherchent encore, à l'heure actuelle, un nouveau modèle d'affaire viable. En attendant, elles passent par les nouvelles technologies pour diversifier leur offre, soit le développement de nouvelles plateformes (web et tablettes) et une présence accrue sur les médias sociaux (surtout Facebook et Twitter).

Cela dit, ce développement des nouveaux médias n'est pas sans conséquence. Le rapport fait référence à une étude de Persephone Miel et Robert Faris du *Berkman Center for Internet and Society* de l'Université Harvard, réalisée en 2008. Cette étude fait état de deux conséquences principales à l'avènement des plateformes journalistiques sur le web, soit l'abandon ou la diminution marquée de certaines formes de journalisme, comme le journalisme d'enquête ou le journalisme international, nécessitant plus de moyens et d'effectifs; une couverture

essentiellement concentrée dans les grands centres; et un déséquilibre entre les populations familières avec les nouveaux médias et celles qui le sont moins. Le rapport relève des observations similaires pour le Québec (Rapport GTJAIQ, 2010 : 17).

Ce développement des plateformes web provoque aussi des bouleversements dans le quotidien des journalistes eux-mêmes. Le phénomène s'observe plus facilement en ce qui a trait aux médias régionaux et communautaires. Bien que la quantité accrue d'information locale soit augmentée, ce sont bien souvent les mêmes journalistes qui doivent alimenter les versions papier et web et « qui doivent par conséquent réduire leur temps de recherche et leurs déplacements sur le terrain » (Rapport GTJAIQ, 2010 : 41). Dans le cadre de ce mémoire, nous avons également observé la part de temps des journalistes impartie aux diverses plateformes numériques, la multiplication des tâches quotidiennes qui s'ensuit et les perceptions des journalistes qui en découlent.

Si les versions papier des journaux ne s'avèrent pas plus rentables sur le web malgré une migration du lectorat (surtout les jeunes) de l'un vers l'autre, c'est que la publicité ne suit pas le même mouvement. Selon l'étude sur *L'asymétrie des revenus publicitaires des médias traditionnels et des médias modernes* de Christian Desîlets, professeur en publicité sociale à l'Université Laval, les annonceurs ne migrent pas sur les nouvelles plateformes parce que la denrée de l'information est elle-même dévaluée. Dans une surenchère d'information sur Internet, ils préfèrent se tourner vers des médias spécialisés pour mieux cibler leur clientèle (Desîlets, 2010, www.etatdelinfo.qc.ca).

Cela dit, en termes de source d'information, les journaux papier demeurent plus consultés que les sites Internet. Selon le Centre d'étude sur les médias de l'Université Laval, les Québécois passent en moyenne 105 minutes à s'informer quotidiennement, tous genres d'information confondus. Ils s'informent principalement avec la télévision (35,4 %), la radio (17,1 %), les quotidiens payants (14,4 %) et enfin, les sites d'informations sur le web (12,1 %) (CEM, 2010 : 24).

Notons qu'Internet à vitesse intermédiaire ou basse ne suffit plus pour visionner des reportages ou des téléjournaux en ligne. Il subsiste ainsi des disparités sociodémographiques dans l'accès et l'utilisation du web au Québec (NETendances 2011 : 5). Sur une population de plus de huit millions d'habitants (Statistique Canada, septembre 2012), on estime à 650 000 le nombre de Québécois sans accès à Internet haute vitesse (Rapport GTJAIQ, 2010 : 44). Selon le Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO), les données de NETendances 2011 révèlent que 82,1 % des adultes québécois sont des utilisateurs d'Internet, et 77,0 % sont même des internautes réguliers. Bien qu'Internet soit de plus en plus utilisé, sa progression est moins marquée qu'au début des années 2000 (NETendances 2011 : 4). La quasi-totalité des foyers branchés le sont à haute vitesse (91,6 %, soit 69,7 % des adultes). Une minorité de foyers est donc encore branchée à vitesse basse (2,2 % des foyers branchés, soit 1,7 % des adultes) ou intermédiaire (6,3 % des foyers branchés, soit 4,8 % des adultes) (NETendances 2011 : 7).

Parmi les facteurs qui peuvent expliquer les disparités de branchement entre Québécois, notons les coûts d'accès à Internet. Selon une étude de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) réalisée en 2009, le Canada se situe au 23^e rang sur 30 pays pour le prix moyen d'un accès Internet équivalent à la haute vitesse. La situation de la téléphonie mobile n'est guère plus reluisante avec une 28^e place sur 30 en ce qui a trait aux tarifs d'utilisation (OCDE, Communications Outlook 2009).

Bien que ce soit un obstacle, ces tarifs n'empêchent pas la transformation des habitudes d'information des Québécois. Ce sont surtout les jeunes de 18 à 34 ans qui semblent consommer leurs nouvelles sur une multitude de plateformes de façon continue et en variant les sources (Associated Press, 2008 : 5). Avec la prolifération d'information sur le web, le besoin de discerner les sources et la qualité du travail journalistique se fait sentir tant pour les Québécois que pour les journalistes de la province (Rapport GTJAIQ, 2010 : 49). Une clarification du statut des journalistes aiderait-elle le grand public à mieux choisir ses sources?

La question du statut professionnel est présente dans le rapport comme une pomme de discorde dans l'histoire du journalisme québécois. Depuis les années 1940 jusqu'à aujourd'hui, elle a donné lieu à des débats houleux entre partisans et opposants au sein même de la profession (Rapport GTJAIQ, 2010 : 65). La création d'un titre professionnel est d'ailleurs au premier rang parmi les 51 recommandations du rapport à la ministre pour régler les questions liées aux subventions publiques ou de déontologie entre journalistes professionnels et amateurs.

En avril 2011, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) a cru bon réexaminer la question d'un titre professionnel à la lumière des conclusions du Rapport Payette. Une proposition en ce sens a donc été soumise aux membres, lors d'un référendum réalisé en ligne et dont le taux de participation a été de 58 %. Les membres de la FPJQ se sont prononcés à 86,8 % en faveur de la création d'un titre de journaliste professionnel, géré par la FPJQ, par l'entremise de comités indépendants qui représenteraient la pleine diversité du milieu journalistique (*Pour une information au service de l'intérêt public*, MCCCCF, août 2011 : 11).

Cela dit, en novembre 2011, la FPJQ a émis un communiqué pour exprimer son inquiétude quant à la tournure des débats relatifs à la création du titre. « Dans l'environnement juridique actuel, il semble impossible de créer un titre qui respecterait la volonté d'indépendance totale des journalistes à l'égard de l'État. Par ailleurs, des négociations entre la FPJQ et le Conseil de presse du Québec, dans l'espoir d'en arriver à une gestion partagée du titre, au sein d'un éventuel comité paritaire, se sont avérées plus complexes que prévu, les deux partenaires n'arrivant pas à s'entendre autant sur les principes fondamentaux que les modalités d'attribution du titre professionnel. » L'épineuse question n'est donc pas en voie de se régler. Il s'agit, selon nous, d'un solide argument qui pointe vers l'importance d'étudier l'identité des journalistes pour comprendre la crise actuelle du milieu. C'est ce que nous tenterons de faire un peu plus loin.

Aussi, le rapport se penche sur les changements quotidiens vécus par les journalistes, provoqués par l'avènement des nouvelles plateformes et des nouveaux outils de communication. La recherche « démontre que les nouveaux outils aident beaucoup les journalistes en leur

permettant de travailler plus rapidement qu'avant. En revanche, plus d'information disponible signifie souvent moins de temps pour le traitement et l'analyse » (Rapport GTJAIQ, 2010 : 51). Parmi les problèmes cités, reliés à l'utilisation des nouvelles technologies, on retrouve la vitesse de production des articles et les problèmes d'éthique qui en découlent, l'entretien d'un blogue ou des réseaux sociaux, et la réduction du temps de réflexion.

Les médias sociaux font effectivement désormais partie du quotidien des journalistes qui s'en servent notamment pour la recherche de sources ou la promotion de leurs articles. Ils permettent aussi un contact beaucoup plus direct avec le lectorat. « Cette relation est un élément clé des nouveaux médias d'information et doit être prise en compte à l'avenir. En effet, le développement d'un journalisme relationnel ou de proximité est sans doute l'une des plus grandes transformations de la dernière décennie en matière d'information » (Rapport GTJAIQ, 2010 : 52).

Notre travail de recherche pour la rédaction de ce mémoire témoignera de cette nouvelle réalité et du niveau de confort relatif des journalistes politiques de la presse écrite rencontrés, avec cette nouvelle donne. Le rapport du GTJAIQ mentionne l'inconfort des journalistes avec la question des commentaires à la suite des articles sur le site web du journal ou sur leurs blogues. Les risques de diffamation associés à la diffusion des commentaires ne sont pas pris à la légère. Plusieurs avancent que l'anonymat envenime cette situation (Rapport GTJAIQ, 2010 : 54). C'est aussi l'impression de plusieurs journalistes interviewés aux fins de ce mémoire.

Les journalistes doivent donc maintenant composer avec un public de plus en plus impliqué dans le processus journalistique, que ce soit comme nouveaux types de sources grâce aux médias sociaux, aux commentaires laissés en ligne ou envoyés par courriel, la production de contenu journalistique amateur, etc. Le rôle du journaliste s'en trouve bousculé et parfois même remis en question. Cela dit, tant dans le rapport que la littérature scientifique et notre travail de recherche, les journalistes demeurent passionnés par leur travail et surtout, ils ressentent toujours la pertinence et l'importance d'une profession comme la leur (Rapport GTJAIQ, 2010 : 56).

Bien qu'ils soient passionnés, ils ne sont pas toujours optimistes quant à l'avenir de leur profession. Hormis la précarité de la profession et les difficultés liées au financement, les intérêts commerciaux des entreprises de presse arrivent en tête des préoccupations : l'importance accordée au sensationnel et au divertissant plutôt qu'à l'important (Rapport GTJAIQ, 2010 : 57). Aussi, dans un contexte de défis économiques et technologiques, certains aspects importants du journalisme comme la qualité de la langue française ne figurent plus au chapitre des priorités. Nous verrons dans ce mémoire à quel point il peut s'agir d'un irritant pour les journalistes de la presse écrite qui s'érigent en gardiens de la qualité de la langue. Enfin, quand la FPJQ demande à ses membres s'ils ont déjà envisagé de quitter le journalisme et de réorienter leur carrière dans un autre domaine, 70 % des journalistes disent y penser parfois, souvent ou avoir déjà fait des démarches en ce sens (Rapport GTJAIQ, 2010 : 59).

Comment en sommes-nous arrivés là? Comment le journalisme écrit a-t-il traversé d'autres crises identitaires, technologiques et commerciales? Pour répondre en partie à ces questions, nous avons choisi de nous pencher sur l'une des rares études qui observe l'arrivée d'une transformation technologique dans un média québécois. En effet, le mémoire de recherche sur *Les effets de la bureautique sur l'organisation du travail chez les journalistes de La Presse*, présenté par Danielle Leblanc en 1987, observe l'introduction de l'informatique dans les bureaux montréalais de *La Presse* et les impacts à court terme sur les journalistes et leurs méthodes de travail ainsi que sur la compétitivité et la rentabilité du journal.

Les ordinateurs ont fait leur entrée dans les salles de rédaction vers 1977 aux États-Unis et cinq ans plus tard au Québec (Leblanc, 1987 : 106). Cela dit, l'introduction de ces nouveaux appareils ne s'est pas fait sans heurts et les journalistes ont subi le changement d'outil de travail sans même en être avisés. « En réalité, les machines sont arrivées sur leurs bureaux pendant qu'ils-elles étaient en cours de formation et sans que personne ne les mettent au courant au préalable » (Leblanc, 1987 : 109). Les journalistes ont donc dû s'adapter de force à leurs nouveaux ordinateurs puisque les machines à écrire avaient toutes été remplacées d'un seul coup. Ils devaient arriver à maîtriser rapidement leur nouvel outil s'ils voulaient continuer à travailler.

Dans cette transition rapide de la machine à écrire à l'ordinateur, les journalistes de *La Presse* n'ont bénéficié que de trois heures de formation, ce qui s'est avéré largement insuffisant puisque 85 % des usagers n'avaient jamais travaillé avec un ordinateur, que ce soit à la maison ou ailleurs (Leblanc, 1987 : 81). La direction du service technique avait même dit aux employés, pensant les rassurer, que le système fonctionnait comme une machine à écrire et qu'en plus il pouvait accomplir d'autres tâches comme, par exemple, le déplacement de paragraphes. Cela dit, cette présentation trop sommaire des nouveaux outils de travail n'a pas suscité davantage d'intérêt pour le système informatique. Les journalistes n'ont donc pas connu les multiples fonctions de l'ordinateur et toutes les possibilités qu'il pouvait laisser présager. De plus, selon les observations de l'auteur, les journalistes n'allaient pas aux techniciens en cas de problème ou de question. Était-ce de la paresse ou de l'orgueil? Ils attendaient que d'autres les fassent venir pour leur poser des questions (Leblanc, 1987 : 112). Ainsi, nous observons d'ores et déjà certaines composantes identitaires qui font même peut-être partie de l'archétype du journaliste. Nous y reviendrons plus loin.

L'implantation des nouveaux systèmes s'est ainsi fait dans un climat de frustration et de mauvaise communication entre patrons et journalistes. Près du tiers ont été insatisfaits du déroulement : 27 % des journalistes rencontrés sentaient « qu'on voulait leur imposer des nouvelles formes de travail » (Leblanc, 1987 : 81). L'étude révèle que les nouvelles technologies ainsi implantées n'ont pas considérablement modifié les tâches quotidiennes des journalistes mais elles ont certainement altéré les méthodes de travail, augmenter le volume de production et accéléré le rythme d'exécution. Quatre-vingt-deux pour cent des personnes interviewées ont répondu que la méthode de travail avait beaucoup changé et dans la majorité des cas, le changement était positif car le travail était plus efficace surtout pour la rédaction et la correction. Les journalistes étaient donc en mesure de réaliser plus de travail dans un même laps de temps. La quasi-totalité des répondants, soit 85 %, était d'accord pour dire que le rythme d'exécution du travail avait fortement augmenté. Mais ils n'étaient pas dupes et avaient bien vite compris qu'il s'agissait là d'un bon prétexte pour que les patrons exigent plus de travail (Leblanc, 1987 : 85).

Malgré tout, les journalistes se comptaient gagnants. Les relations de travail n'avaient pas semblées être affectées par l'augmentation du rythme de travail, au contraire, certaines personnes se disaient plus productives en travaillant sous pression. Aussi, avec un plus grand contrôle sur la production de leurs articles (moins d'intermédiaires entre la rédaction et la publication) et une vision plus large de l'ensemble de la production journalistique (communication interne facilitée par les ordinateurs), les journalistes y ont trouvé une grande source de motivation (Leblanc, 1987 : 86).

Cela dit, si les journalistes ont retrouvé un peu de contrôle sur le processus de production de leurs articles, ils en ont perdu ailleurs. Le mémoire mentionne une perte de contrôle sur la qualité de la langue venue du fait que les journalistes avaient cessé de corriger leurs propres articles. En effet, des correcteurs et des traducteurs relisaient les articles sur l'ordinateur, les acheminaient sur l'écran du réviseur qui le faisait ensuite suivre au pupitre pour la mise en page du journal (Leblanc, 1987 : 124). Une fois écrit, l'article ne revenait plus au journaliste pour des corrections à moins que le sens n'en ait été altéré. Nous verrons plus tard dans notre recherche que la qualité de la langue demeure un souci quotidien des journalistes et que la technologie est souvent perçue comme une menace à la qualité du français. Les journalistes défendent cette dernière d'autant plus qu'elle constitue l'une des valeurs phare de l'idéologie journalistique.

Dans les années 1980, il n'y a pas que les habitudes de travail des journalistes qui ont été bousculés, mais leurs horaires aussi. Les journalistes de *La Presse* étaient habitués à organiser leur temps selon ce qu'ils avaient à produire. Or, au début de l'implantation du parc informatique, il n'y avait pas assez d'ordinateurs pour tous les journalistes. Certains devaient partager leur poste de travail pour dépanner ceux et celles qui n'en avaient pas reçu. Ces derniers devaient, à leur tour, organiser leur horaire en fonction des disponibilités des machines. Pour justifier le nombre insuffisant d'ordinateur, la direction prétextait que le système n'était pas assez puissant pour rajouter d'autres terminaux (Leblanc, 1987 : 128). Dans ce mémoire, nous avons aussi relevé les effets des décisions institutionnelles sur l'acquisition d'équipement. Nous avons également observé la façon dont les nouvelles technologies et les plateformes réseautiques

continuent de bousculer l'horaire quotidien des journalistes au point même de réorganiser leurs priorités.

L'introduction des ordinateurs a ainsi facilité plusieurs aspects du métier de journaliste, encore fallu-t-il qu'ils sachent bien les utiliser. Et contrairement aux craintes de l'époque, les ordinateurs n'ont pas contribué à rendre le travail plus abrutissant. Par contre, les conclusions du mémoire citent que les avantages sont plutôt ceux de l'employeur qui voit sa productivité augmenter puisque le journaliste travaille davantage dans un même laps de temps. Selon l'auteur, « cet avantage ne profite pas aux journalistes » (Leblanc, 1987 : 129). Nous verrons plus loin que les journalistes semblent aujourd'hui ressentir une grande pression devant la combinaison toujours plus importante de leur travail journalistique et de leur présence numérique sur diverses plateformes.

La redéfinition des idéaux identitaires des journalistes

Avec l'introduction des ordinateurs dans la salle de rédaction, les effets les plus palpables se sont fait sentir sur les méthodes de travail, le volume de production et le rythme d'exécution. L'introduction progressive de la technologie mobile comme les ordinateurs portables, les tablettes ou encore la téléphonie cellulaire a-t-elle eu le même impact? Sur certains aspects, nous tenterons d'y répondre plus loin. Cela dit, un angle nous semble être négligé dans les études nord-américaines qui se sont penchées sur les conditions de travail passées et actuelles des journalistes : l'identité. En effet, si ces nouveaux outils amènent de nouvelles méthodes de travail, de nouvelles relations entre les journalistes et leurs pairs, leurs patrons ou leur lectorat, quels effets ont-ils sur la manière qu'ont les journalistes de se percevoir eux-mêmes, tant l'image réelle que l'image souhaitée? De quelle façon perçoivent-ils réflexivement la perception des autres?

Dans un premier temps, il paraît pertinent de définir le journalisme puisque les récents bouleversements technologiques semblent avoir brouillé les définitions traditionnelles. Dans sa définition classique, le journalisme est le compte-rendu critique des événements quotidiens. Celui-ci s'effectue avec la cueillette, la sélection, la vérification et la diffusion des informations jugées utiles au public dans sa participation politique et culturelle à une société démocratique (Bardoel et Deuze, 2001 : 101).

Cela dit, tant de l'intérieur que de l'extérieur de la profession, il n'est plus si aisé de définir qui y appartient et qui n'y appartient pas. Plusieurs se questionnent même sur le terme utilisé pour définir la discipline. Le journalisme est-il une profession clairement délimitée avec des membres et des non-membres? Selon Witschge et Nygren (2009), si le journalisme répond à certains critères pour constituer une profession, comme le respect de règles éthiques, une formation professionnelle et un domaine de recherche bien établi, il ne peut exclure facilement des non-membres, n'ayant pas le monopole des connaissances et des habiletés pour exercer le métier. Il n'existe pas qu'une seule porte d'entrée et qu'une seule façon de faire alors il serait difficile de discriminer parmi tous les journalistes aspirants. Aussi, même s'il existe des règles

éthiques, le pouvoir de les faire respecter est plutôt minimal (Lewis, 2012 : 8). Enfin, dans un contexte de liberté d'expression, on ne peut exclure ceux qui souhaitent s'exprimer. On parle donc d'une semi-profession, ce qui contribue peut-être à sa soif constante de légitimité (Wiik, 2009 : 353).

L'étude de Mark Deuze (2005) tente plutôt de définir le journalisme comme une idéologie professionnelle. Selon lui, les journalistes, peu importe le médium, se réfèrent pour la plupart au même système de valeurs. Cela dit, si une idéologie occupationnelle dominante existe, elle peut être interprétée, utilisée et appliquée différemment selon les médias. Cette idéologie sert en bout de ligne à légitimer la profession et sa position dans la société. Les concepts, valeurs et éléments qui constituent cette idéologie sont les suivants : le service public, l'objectivité, l'autonomie, l'immédiateté et l'éthique. Une étude canadienne exhaustive datant de 1999 en vient à des conclusions similaires (Pritchard et Sauvageau, 1999). En effet, « de fortes majorités de journalistes de tous les groupes ont exprimé un solide soutien à cinq rôles qui incarnent l'idéal du journalisme dans les sociétés démocratiques : la fidélité aux propos que l'on rapporte, des informations transmises rapidement, un droit de parole aux gens ordinaires, la possibilité d'enquêter sur le gouvernement et les institutions publiques et l'analyse des enjeux complexes » (Pritchard et Sauvageau, 1999 :37). Dans ce cas-ci, il s'agit de lignes directrices importantes sans pour autant que chaque journaliste s'y conforme toujours.

Dans *Identity, contingency and rigidity*, Nico Carpentier (2005) s'appuie sur quatre autres points principaux qui ancrent, selon lui, l'identité des journalistes : le lien professionnel à l'entreprise de presse, la gestion, l'autonomie et l'objectivité. Quoiqu'il n'y ait pas unanimité sur les valeurs qui soutiennent l'idéologie du journalisme, cette dernière demeure le ciment social du groupe, celle qui détermine ceux qui y entrent et ceux qui n'y entrent pas (Deuze, 2005 : 445). Witsche et Nygren (2009) soutiennent également que les journalistes sont un groupe semi-professionnel avec une forte idéologie professionnelle qui unit ses membres et qui permet une forme de contrôle sur leur travail.

Cela dit, tout ne s'explique pas si rapidement. Le journalisme est aussi un métier où l'on s'attend à ce que l'individu se reconnaisse dans ce qui s'avère être une vocation avant de devenir un emploi (Aldridge, 1998 : 110). D'ailleurs, selon Russo (1998) les attentes, valeurs et idéaux de la profession peuvent même entrer en conflit avec ceux de l'entreprise. Dans le cadre de cette étude, un sondage mené auprès de 170 professionnels de l'information mesurait l'identification professionnelle et organisationnelle des participants. Le sondage contenait aussi des questions sur l'orientation professionnelle et la satisfaction au travail. Les résultats de l'étude démontrent une plus grande identification du journaliste avec sa profession plutôt qu'avec son entreprise. Le journal agit comme le véhicule de l'expression des valeurs professionnelles et du rôle perçu du journaliste. Ainsi, ce sont les attentes ancrées depuis longtemps quant à la conception de son rôle et de son travail qui servent au journaliste comme puissant cadre de référence et non son appartenance à l'une ou l'autre des entreprises de presse qui lui permettent d'exercer son travail.

Dans son étude de 2009, Wiik prend le cas des journalistes suédois pour s'interroger sur l'homogénéisation de la profession ainsi que la fragmentation de leur identité professionnelle. Elle considère les idéaux des journalistes comme un capital symbolique qui sert à maintenir les frontières de la profession. Ainsi, ces idéaux se rangent dans l'ordre comme suit : exercer une surveillance, fournir des explications, stimuler de nouvelles idées, offrir de nouvelles expériences, critiquer l'injustice sociale, assurer une neutralité, et offrir un miroir pour l'opinion publique. Le journalisme est conçu comme une profession altruiste et intellectuelle qui possède un potentiel de transformation dans la société (Wiik, 2009 : 358). On verrait d'un bien mauvais œil, par exemple, un journaliste qui exercerait le métier par intérêt pécuniaire. L'auteur constate donc une consolidation du journalisme suédois autour de certaines valeurs centrales et souligne l'endurance de son pouvoir idéologique.

Selon Aldridge et Evetts (2003), en Amérique du Nord, le journalisme n'est pas protégé par des lois ou des institutions. Il tient davantage du discours partagé entre journalistes, employeurs et public. Cependant, « être » professionnel est essentiel dans la compréhension de l'idéologie journalistique puisqu'il sous-entend les canons de l'objectivité. La perception traditionnelle du professionnalisme voudrait que le bon journalisme soit une recherche

désintéressée de faits, une évaluation en bonne et due forme des informations recueillies et ce, toujours dans l'intérêt du public. Il implique aussi un certain détachement moral et émotionnel des sujets de l'actualité. Or, dans le contexte de bouleversement de l'industrie et des habitudes des 20 dernières années, les journalistes auraient tendance à s'accrocher à une image traditionnelle d'autonomie, d'insouciance pour résister aux nouvelles contraintes et aux routines quotidiennes. Les journalistes auraient donc conservé une vision romantique de leur métier tout en intégrant les nouvelles techniques et technologies dans leur quotidien.

Cette vision romantique du journal démontre en effet sa persistance. Dans *The tentative hell raisers: identity and mythology in contemporary UK press journalism*, Aldridge (1998) analyse l'intérêt médiatique anglais suite à la mort subite d'un jeune prodige du journalisme de 38 ans. Malgré son hygiène de vie douteuse, sa personnalité extravagante fascinait le métier et l'auteur a vu dans l'expression de la couverture journalistique de sa mort des caractéristiques inhérentes aux journalistes de même qu'une soupape pour l'anxiété et la nostalgie générées par le cadre de perturbations extrêmes du journalisme en Angleterre, elles-mêmes provoquées tant par les technologies que par le manque de sécurité d'emploi. Avec les perturbations inhérentes au journalisme contemporain, la mythologie journalistique entre désormais en conflit avec les conditions réelles de pratique de la profession. Qui plus est, le contexte ne permet pas non plus le développement d'une nouvelle mythologie. Au contraire, devant une telle adversité, le modèle mythique du journaliste en est même renforcé.

Witschge et Nygren (2009) pensent aussi que les conditions difficiles dans lesquelles les journalistes exercent leur métier exacerbent leur attachement à des valeurs traditionnelles. Dans leur étude, elles montrent que la tendance est à la déprofessionnalisation du journalisme à cause des pressions du marché. Cela dit, elles remarquent aussi l'effort des journalistes pour protéger les frontières et les valeurs de leur profession. Les pressions commerciales, entre autres, remettent les valeurs de service public et d'autonomie en question. Aussi, les développements technologiques ont changé la relation à l'auditoire qui devient presque un concurrent dans certains cas. Tous ces changements font que les journalistes perdent le contrôle de leur propre

travail en tant que groupe professionnel. Ainsi, ce dernier se défend de l'intérieur en protégeant ses standards professionnels.

C'est aussi ce qui ressort de l'étude de Wiik (2009). On perçoit le renforcement du cadre idéologique du journalisme suédois ainsi que le consensus autour des idéaux de surveillance et d'explications, qui représentent le cœur de la profession. Ces idéaux professionnels sont utilisés comme capital symbolique dans la lutte pour préserver les frontières d'une profession (ou semi-profession) de plus en plus poreuses. L'auteur souligne en effet la nouvelle responsabilité des citoyens dans la sélection et la compréhension des nouvelles devant l'affaiblissement du pouvoir journalistique. Cela dit, face à l'adversité, la profession se transforme et maintient la pertinence de tels idéaux. De son côté, l'article de Nico Carpentier (2005) suggère que la construction identitaire des journalistes ait des ambitions hégémoniques c'est-à-dire que ses quatre valeurs d'ancrage (le lien professionnel à l'entreprise de presse, la gestion, l'autonomie et l'objectivité) forment une base relativement rigide où une stratégie de confrontation peut même consolider les quatre points de départ.

Est-ce la pérennité des idéaux journalistiques ou plutôt le simple refus de s'adapter à de nouvelles réalités? Dans son étude, Deuze (2005) représente les journalistes comme étant surtout réfractaires au changement. L'auteur cite des exemples américains où les journalistes n'ont pas voulu abandonner leurs façons de faire et surtout, ont refusé de travailler avec leurs collègues d'autres types de médias dans la même organisation. Un sondage international mené en 2001 citait la nature individualiste des journalistes comme étant le plus grand obstacle à la convergence (Innovation, 2001). Dans les communautés occupationnelles de Salaman (1974), Aldridge (1998) précise que des changements au travail sont de grande importance pour les membres de la communauté et qu'ils sont enclins à résister à ces changements. La cohésion de cette communauté s'articule aussi autour d'une mythologie journalistique entérinée par ses membres : le besoin d'excitation et d'inconnu, l'habileté de se construire soi-même (sans études supérieures), l'opportunité et la capacité de travailler de façon autonome. Cette conception même du journalisme serait comprise tant par les journalistes que par le public comme étant une profession reliée au drame et à l'excitation. Or, les conditions actuelles de pratique du

journalisme en Angleterre minent cette mythologie : la récession économique, la diminution des revenus publicitaires, les changements d'habitudes du lectorat, la concurrence vive des autres plateformes, l'augmentation des coûts du papier, etc.

Dans un contexte de déséquilibre, le rôle traditionnel du journaliste est ainsi remis en question. Dans l'étude de Russo (1998), les journalistes trouvent plus de satisfaction au travail selon le degré d'autonomie qu'ils ressentent au travail mais aussi selon la rencontre de leurs propres critères de succès et ultimement selon l'impression d'avoir pu faire une différence dans le monde (Russo, 1998 : 98). Dans les dernières années, le journalisme a subi une cure d'intensification : produire plus avec le même nombre de personnes et donc maîtriser toute une nouvelle série d'habiletés techniques. La combinaison de nouvelles technologies avec l'obligation de maîtriser plusieurs autres habiletés techniques et d'entretenir de nouvelles relations avec l'auditoire est, selon l'étude de Deuze (2005), l'un des plus grands défis du 21^e siècle pour le métier et pour l'enseignement de la discipline. Ce sont là des observations que nous avons également pu faire dans le cadre de notre étude.

Mais, de quelles façons l'avènement des nouvelles technologies vient-il déstabiliser l'identité des journalistes? Selon Deuze (2005), il perturbe l'un des fondements de l'idéologie journalistique, à savoir que le journaliste professionnel est celui qui détermine ce que le public lit, voit et entend à propos du monde dans lequel on vit (Deuze, 2005 : 451). De nos jours, la notion du journaliste en tant que « gatekeeper » qui détermine ce que le public devrait et ne devrait pas savoir n'est plus adéquate. Il quitte de plus en plus ce rôle classique pour devenir un « sense maker » (faiseur de sens) qui vérifie l'information, qui s'assure qu'elle soit crédible et qui la présente de façon à ce que le grand public puisse mieux l'assimiler (Kovach et Rosenstiel, 2007 :19).

Selon Karrelman et Alvesson (2001), si des entreprises produisent des services ou des produits, elles produisent aussi des statuts, des privilèges et d'autres fonctions sociales. Leur recherche se concentre sur la façon dont la réalité d'entreprise et l'identité au travail se

construisent simultanément en prenant le cas d'un journal suédois. Les auteurs observent le déroulement de rencontres hebdomadaires comme celui d'un rituel de construction identitaire. Cette identité journalistique n'est pas fixe et surtout, elle entre parfois en compétition avec d'autres constructions identitaires propres à la profession : chercheurs de vérité, agents de changement social, pourvoyeurs d'information au public, défenseurs de la démocratie. Ainsi, l'orientation d'un journal est en constante négociation avec la volonté de plaire à un certain public (tout en respectant ses contraintes commerciales) et avec ces identités journalistiques. Pour Witschge et Nygren (2009), les valeurs journalistiques sont affectées par les changements dans les pratiques de la profession par cette constante négociation entre les demandes de l'entreprise de presse (les routines, les objectifs) et le professionnalisme de l'occupation (les valeurs, les normes).

L'avènement des nouvelles technologies bouleverse aussi les chasses gardées du journalisme traditionnel. Mark Deuze (2008) s'intéresse à l'identité des journalistes dans un contexte de convergence médiatique. Dans un premier temps, il envisage la convergence comme l'établissement de salles de rédaction multimédia et d'entreprises de presse où l'information circule entre les divers organes qui les composent. D'autre part, la convergence concerne aussi la production et la consommation de nouvelles, c'est-à-dire le recours de plus en plus courant au citoyen comme source ou comme co-créateur de reportages. Dans le premier cas, le fait de travailler pour divers médias peut paraître comme un avantage pour le CV d'un journaliste mais ce dernier peut se heurter aux diverses cultures de la télé, de la radio et de la presse écrite. En effet, les journalistes de divers médias entretiennent de profonds stéréotypes entre eux qui sont un effet direct de la séparation des identités journalistiques dans l'histoire. Dans le deuxième cas, le journalisme devient collaboratif quand des professionnels et des amateurs joignent leurs forces pour le bien de l'histoire à couvrir. Selon Deuze, le journalisme numérique et en réseau ne doit plus être une activité nécessairement reliée à un salaire ou à des institutions professionnelles. Comme le mentionne Geert Linnebank, ex-rédacteur-en-chef de Reuters : « Now everyone can be a reporter, commentator or a film director – the days of owning and controlling these processes are over » (Deuze, 2008 : 108). Cette culture de la convergence marque le passage d'une intelligence experte à une intelligence collective selon les termes de Lévy (1990). Cette notion

renvoie à la façon dont la connaissance s'enrichit et se précise selon ses sources diversifiées dans une population élargie plutôt que dans un seul agent.

Cela dit, cette nouvelle collaboration peut-elle consolider la profession du journalisme et améliorer le journalisme en multipliant les perspectives? Pas dans l'immédiat, d'une part parce que les journalistes ont tendance à se méfier des changements en adoptant des comportements nostalgiques et défensifs, parce que les cadres des médias voient ce genre de changements comme une façon de dépeupler la profession et d'autre part parce que l'auditoire voit dans ces nouvelles opportunités technologiques une façon de contourner le journaliste plutôt que former une équipe avec lui dans l'effort du bien commun.

Selon Wiik (2009), le journalisme fait face à de nombreux défis comme la nébulosité grandissante de la division des tâches quotidiennes (le multitâche ou l'habileté technique de manier plusieurs outils technologiques) ou encore l'influence commerciale négative sur les aspects altruistes de l'idéologie journalistique. Dans sa quête de légitimité du journalisme, Wiik fait appel à Bourdieu (1994) pour décrire deux principes soit l'approbation des pairs et la reconnaissance publique (le lectorat, les politiciens, les publicitaires, etc.). Cela dit, ces deux principes peuvent parfois entrer en contradiction.

Aldridge et Evett (2003) pensent qu'avec les nouvelles cohortes de journalistes, la profession aspirera progressivement à une respectabilité approfondie du grand public et voudra sortir de cette marginalité romancée où le journaliste agit seul et sans trop se soucier des conséquences. Ainsi, des changements radicaux sont à prévoir dans ce que le journalisme est, ce qu'il devrait être, et comment il devrait se faire. Les rapports entre producteurs et consommateurs de nouvelles sont maintenant basées sur des attentes incompatibles : l'identité et l'idéologie du journalisme restent ancrées dans un mode de pensée axé sur la publication à sens unique alors que, de plus en plus, les médias sont appelés à devenir des réseaux aux multiples directions (Lewis, 2012 : 17).

Cette présentation sommaire de la redéfinition identitaire du journaliste fait ressortir quelques concepts qui nous aideront à mieux comprendre l'évolution concomitante du journalisme et des technologies. Dans la section suivante, nous tenterons de les identifier en plus de quelques autres qui ont jalonné et façonné notre compréhension des avènements technologiques.

Cadre théorique

Au fil des recherches et des années, plusieurs concepts théoriques ont permis l'analyse de l'arrivée des nouvelles technologies. Certains concepts s'avéreront plus appropriés que d'autres pour notre étude mais passons d'abord en revue certaines de ces approches. Commençons par celle du déterminisme technique qui ramène les changements sociaux à la seule explication technologique et celle du déterminisme sociologique, qui attribue ces changements au système de rapports de force entre acteurs sociaux (Proulx, 2001 : 57).

1. La voie déterministe

Le déterminisme technique ramène la technologie au centre des préoccupations en en faisant le principal moteur de changement social. Selon les penseurs de ce courant, la technologie en général et les technologies de la communication en particulier forment les bases de l'évolution de la société et modèlent les institutions, l'interaction sociale et les individus (Chandler, 1995). Elles sont perçues comme une force autonome qui échappe au contrôle des humains tout en tirant leur propre évolution de la technique ou de la science. La pensée de Stephen Kern en est une qui a marqué l'évolution du déterminisme technique. Son raisonnement prend les propriétés des technologies comme point de départ pour en comprendre les usages et enfin, les conséquences (Fischer, 1992 : 19). C'est une version simple et plutôt mécanique de l'approche.

D'autres penseurs et non les moindres abonderont dans le même sens au cours du 20^e siècle. C'est le cas de Marshall McLuhan, un des chercheurs canadiens les plus cités. La pensée de McLuhan repose sur le fait que les médias définissent l'environnement de l'homme et de la société et en viennent ainsi à bouleverser tous les aspects de sa vie. « On pourrait multiplier jusqu'à satiété les citations de passages qui ont fait de McLuhan, malgré ses occasionnelles dénégations, l'un des plus illustres hérauts du déterminisme technologique. Dans son œuvre, la société et l'individu sont modelés par les médias. Les facteurs sociaux, économiques, culturels ou politiques, lorsqu'ils sont évoqués, n'ont jamais qu'une importance secondaire face à la surdétermination technique » (Tremblay, 2007 : 14).

Dans le même sillon déterministe, d'autres voix, moins radicales, suggèrent que les technologies permettent à tout le moins l'émergence de certaines conditions sociales et qu'elles sont nécessaires, sans toutefois être essentielles, à l'existence de ces dernières (Arnold, 2003 : 237). Meyerowitz est l'une de ces voix plus flexible, voire plus complexe. Il écrit que notre emplacement physique ne détermine plus notre identité ni notre emplacement social. Selon lui, les technologies nous font perdre nos repères. Cela dit, dans tous les cas déterministes, la logique est la même, une technologie pénètre une société et produit un impact sur la vie sociale (Fischer, 1992 : 12). Dans la pensée déterministe, les processus sont linéaires. La technologie est perçue comme un artefact fixe, qu'on adopte ou non, et dont on connaît ou dont on peut connaître les effets sur les changements sociaux qu'ils contribuent à provoquer.

De l'autre côté du spectre se trouve le déterminisme sociologique. Ce dernier suggère que les technologies sont constamment réévaluées par leurs usagers qui arrivent ainsi à leur trouver de nouvelles fonctions. Il s'agit d'une perspective théorique qui présente la même logique que la précédente, mais en inversant le point de départ de la pensée déterministe. Plutôt que de débiter avec les technologies pour aboutir aux conditions sociales, on débute plutôt avec les conditions sociales pour aboutir aux technologies (Arnold, 2003 : 238). Ici, l'homme reprend le contrôle des objets techniques qui l'entourent en déterminant à lui seul l'usage d'une technologie (Love, 2005 : 102).

Dans tous les cas, selon la pensée déterministe sociale, la société précède les technologies qui en viennent à émerger d'elles-mêmes. C'est elle qui détermine, le mot est choisi, la nature des technologies qui émergent. Non seulement sépare-t-on les causes des effets mais on y distingue aussi la technique du social. Dépendant du pôle déterministe privilégié, une distinction arbitraire est établie entre la technique et le social puis une ligne est tracée avec une flèche vers l'un ou l'autre des deux points de départ (Arnold, 2003 : 239).

2. L'approche du compromis

Une troisième approche permet d'outrepasser certains des problèmes associés à l'une ou l'autre des pensées déterministes, il s'agit de l'approche de l'acteur-réseau. Dans ce cas-ci, un homme et son téléphone portable sont tous les deux des agents qui se modèlent l'un l'autre dans l'interaction. C'est ainsi qu'on ne distingue plus les notions de cause et d'effet ou de technique et de social. L'intérêt se porte sur la rencontre entre les deux et non sur l'essence de l'un ou de l'autre. C'est le réseau d'agents humains et non-humains et les relations qu'ils entretiennent qui deviennent l'objet d'analyse (Forlano, 2010 : 82). Les travaux de Pinch et Bijker ont posé les premiers jalons d'une telle approche. Ici, les perceptions, les significations et les interprétations de différents groupes entrent en compétition dans un processus d'adoption d'une innovation. Les travaux de Latour et Callon ont par la suite tenté d'expliquer la nature des interactions sociales autour des technologies (Vedel, 1994 : 21).

En effet, la théorie de l'acteur-réseau s'intéresse aux objets techniques en ce qu'ils sont le résultat d'une négociation entre acteurs humains et non-humains dans un processus d'innovation. Elle aborde cette négociation dans un contexte de symétrie entre actants. Certains détracteurs de la théorie de l'acteur-réseau y voient une forme de réalisme puisque les objets techniques sont décrits comme ayant certaines propriétés spécifiques qui ne sont par la suite pas affectées par leur rôle socialement construit dans le réseau (Hutchby, 2001 : 444). Selon Bardini, dans la théorie de l'acteur-réseau, un dispositif technique est trop souvent réduit « à un texte que l'utilisateur doit lire pour l'utiliser » (Bardini, 2007 : 13). Il préconise plutôt la théorie des affordances qui permet d'envisager un objet selon l'étendue des possibilités qu'il offre. « Ses affordances sont perçues par l'utilisateur en tant que "propriétés physiques de sa substance et de ses surfaces" sans pour autant être des qualités intrinsèques du dispositif mais plutôt des propriétés émergentes de la perception du dispositif par l'utilisateur » (Bardini, 2007 : 13-14).

3. La théorie des affordances

La théorie des affordances a d'abord été élaborée par James J. Gibson en 1977. Dans ce cas-ci, les technologies sont comprises comme des objets à la fois conditionnés par les interactions humaines, mais ces dernières seraient également, en retour, conditionnées par eux (Gibson, 1977). Ainsi l'affordance d'un objet ne lui permet pas de s'imposer dans une interaction avec l'humain mais bien de délimiter les possibilités de cette interaction. Cette approche est particulièrement intéressante parce qu'elle propose une alternative aux théories plus traditionnelles qui étudient l'interaction entre l'homme et la technologie.

Élaboré dans le contexte de la psychologie de la perception, le principe d'affordance suggère que les humains, de même que les animaux, se réfèrent aux objets qui peuplent leur monde selon les possibilités d'action offerts par ceux-ci (Hutchby, 2001 : 447). Le principe de Gibson se base sur cet énoncé fondateur :

The affordances of the environment are what it offers the animal, what it provides and furnishes, either for good or for ill (Gibson, 1977: 68).

Les affordances d'un objet ne se réfèrent pas aux propriétés inhérentes de l'objet mais bien à la relation construite socialement et culturellement entre l'utilisateur et cet objet dans un contexte donné (Vyas, Chisalita et Van der Veer, 2006). Ainsi, l'affordance d'un objet se réfère aux attributs tant de cet objet que de l'acteur lui-même en supposant la complémentarité de l'acteur avec l'objet en question. Par exemple, l'affordance d'une poignée de porte dépend aussi de celui qui veut s'en servir pour ouvrir la porte (taille de la personne, de la main, etc.) (Gaver, 1991). Pour Gibson, les affordances sont donc synonymes de cette relation acteur-objet qui existe naturellement, sans qu'elle soit nécessairement visible, connue ou voulue (Norman, 1999 :39).

En 1990, Donald Norman, dans *The Design of Everyday Things*, réutilise le terme pour désigner les potentialités perceptibles d'action d'un objet technique par son utilisateur. Norman

fait cependant la distinction entre les affordances perçues et les affordances réelles qui ne se recourent pas toujours bien qu'elles aient un point en commun : celui d'être une propriété d'un objet du monde extérieur à soi (Norman, 1999 :39). Ces propriétés s'appliquent à tous les objets qui nous entourent, notamment celles des outils de communication dont il est ici question.

Norman distingue les affordances réelles des affordances perçues en ce que ces dernières sont celles qui déterminent avant tout l'utilisation d'un objet (McGrenere et Ho, 2000 : 3). C'est en cela qu'il diffère de la notion d'affordance de Gibson car bien que cette dernière ait inspiré celle de Norman, elles n'ont pas tout à fait les mêmes caractéristiques. La différence la plus marquée entre les deux définitions réside dans le fait que pour Gibson, l'affordance est une possibilité d'action en elle-même alors que pour Norman, cette possibilité d'action se double de la façon dont cette dernière est présentée ou rendue visible aux yeux de l'acteur (McGrenere et Ho, 2000 : 3).

Cette différence est reliée aux objectifs complémentaires mais divergents des deux chercheurs. Gibson, en sa qualité de psychologue, s'intéressait d'abord et avant tout à notre perception de l'environnement. Selon lui, tant les individus que les animaux peuvent manipuler leur environnement de façon à en repousser les limites imposées par les affordances mais il ne s'est pas attardé à la manière d'y parvenir. Pour Norman, au contraire, la manipulation ou le design de l'environnement est au cœur de ses préoccupations puisqu'il est important pour lui que l'utilité d'un objet soit facilement perceptible par un éventuel utilisateur.

Les études qui traitent d'affordances ne partent donc pas toutes du même concept. Certaines suivent le modèle de Gibson, c'est le cas de Gaver (1991) dont l'exemple de la porte illustre sa différence avec Norman. Si ce dernier parlait de l'affordance qui suggère l'action, Gaver parle plutôt du design qui suggère l'affordance de la porte, dans ce cas-ci. L'affordance de tirer sur la poignée d'une porte se trouve elle-même dans l'affordance d'ouvrir cette porte. D'autres privilégient l'approche perceptuelle de Norman, c'est le cas de Johnson (1995) qui compare, dans son étude, plusieurs techniques de mouvements d'images sur des écrans tactiles.

Selon lui, la simple apparence d'écran tactile influence la méthode de glissement de l'image avec les doigts. En rajoutant un contour coloré autour de l'image à faire bouger, on suggère à l'utilisateur l'endroit à toucher pour obtenir un résultat.

Enfin, certains semblent faire un usage hybride du terme *affordance* qui ne ressemble ni à la conception de Gibson ni à celle de Norman comme dans l'étude de Vaughan (1997) qui décrit plutôt les *affordances* comme des vagues successives de possibilités. Le mouvement d'un papillon serait l'*affordance* de la course d'un individu vers ce papillon. Cette course devient ensuite l'*affordance* d'une émotion que pourrait ressentir l'individu. Bien que l'auteur cite Gibson dans son travail, il est plus difficile de percevoir les possibilités d'action en fonction des capacités d'action d'un acteur qui semble plutôt agir selon ses habiletés à percevoir (McGrenere et Ho, 2000 : 5).

Pour les besoins de la présente étude, nous utiliserons le concept d'*affordance* tel qu'utilisé par Norman. Nous nous préoccupons donc des *affordances* comme des propriétés perçues d'un objet, qu'elles existent ou non, des indices d'utilisation proposés par l'objet comme dépendantes de l'expérience, des connaissances ou de la culture d'un acteur, et enfin comme des attributs qui facilitent ou entravent l'action (McGrenere et Ho, 2000 : 3). Nous privilégions cette approche surtout parce qu'elle met l'accent sur les perceptions des individus. En effet, notre étude repose sur les perceptions qu'ont les participants des technologies qu'ils ont à leur disposition, ainsi que de leur environnement de travail, des comportements de leurs collègues, de leurs patrons et du lectorat et qui conditionnent à leur tour l'utilisation que les journalistes font des technologies.

4. Les affordances des technologies

Avec sa formation en génie électrique et en psychologie, Norman se concentre sur la stratégie de design. Il présente les technologies de communication sous forme d'artefacts cognitifs en les définissant ainsi : « Un artefact cognitif est un outil artificiel conçu pour

conserver, exposer et traiter l'information dans le but de satisfaire une fonction représentationnelle » (Norman, 1990 : 18).

« [Les artefacts cognitifs sont] des dispositifs artificiels qui amplifient les capacités de la pensée humaine » (Norman, 1990 :21). Ainsi, les outils de communication que sont les ordinateurs personnels ou les téléphones cellulaires permettent certains usages cognitifs, comme la mémorisation ou la représentation, qui contribuent à réduire l'effort de l'utilisateur. « Les artefacts cognitifs permettent [*afford*] certains usages, par exemple, en remplaçant certaines tâches cognitives par une perception directe d'indices et ce faisant, ils modifient non seulement la tâche de l'usager mais également la façon de réaliser cette tâche » (Millerand, 2001 [en ligne]). Avec cette perspective, les objets techniques participent à l'activité cognitive de l'utilisateur et leurs affordances permettent à cet utilisateur de participer à la construction de leur usage.

Lorsque des journalistes ont recours à des nouvelles technologies, on peut penser qu'ils cherchent à faciliter ou à accélérer l'accomplissement de leur travail. Ils utilisent l'objet technique un peu comme ils le feraient avec une liste aide-mémoire (*checklist*). Si la liste en elle-même peut sembler aider à la mémorisation et à la structuration d'un système plus efficace, il n'en reste pas moins qu'elle rajoute aussi des tâches à celles qui existaient déjà : créer la liste, ne pas oublier de consulter la liste, en faire la lecture et s'assurer que tous les intervenants interprètent les tâches de la liste de la même manière (Millerand, 2001 [en ligne]). Ainsi, cette métaphore de la liste peut se comparer à l'apparition d'un nouvel objet technique. En effet, ce dernier altère sensiblement la tâche première que l'utilisateur souhaitait compléter en faisant appel, notamment, à une nouvelle série de connaissances, de capacités. Lorsque des journalistes utilisent un modèle de technologie imposé par leur employeur, ils doivent apprendre à l'utiliser et à ajuster leurs méthodes de travail au nouvel appareil avant de pouvoir véritablement devenir plus rapide et plus efficace.

Aujourd'hui, l'évolution d'un certain nombre de technologies déplace sans arrêt les compétences et oblige à une reconfiguration partielle des individus eux-mêmes (Akrich, 1993 :97).

Pour Madeleine Akrich, il s'agit, d'une part, d'une reconfiguration motrice qui s'exprime, par exemple, avec l'augmentation du nombre de fautes de frappe quand on passe d'une technologie à l'autre. Cette reconfiguration est aussi, d'autre part, cognitivo-sociale car l'utilisateur doit développer un nouveau vocabulaire et de nouvelles capacités selon la situation et l'objet technique en question. « Ces outils informatisés impliquent chez l'utilisateur l'incorporation de compétences proprement sociales, définies comme la capacité à qualifier les situations et à ajuster son comportement en conséquence » (Akrich, 1993 : 97). Le dispositif lui-même peut être relativement peu explicite dans sa présentation mais l'utilisateur saura ce qui est attendu de lui puisqu'il aura développé le savoir-faire en conséquence.

5. Théorie de l'appropriation

Cette redéfinition de l'utilisateur rejoint les principes de l'appropriation. « L'appropriation est un procès, elle est l'acte de se constituer un soi » (Jouët, 2000 : 502). En effet, l'approche de l'appropriation renvoie à l'analyse de l'usage des objets technologiques du point de vue de l'utilisateur lui-même. Ce dernier en devient même un acteur qui développe ses propres modalités d'utilisation dans le processus d'appropriation d'un nouvel objet technique. « La question du statut de l'objet revient à saisir ce qu'il représente pour son ou ses usagers, comment il vient s'inscrire dans un environnement spécifique et parmi des pratiques préexistantes, et cela, dans le contexte de la vie quotidienne – indissociable des tendances sociales de fond qui participent à la construction des modes de vie » (Millerand, 1999 : 3). L'appropriation n'est donc pas qu'un procès individuel, elle est aussi un procès social (Proulx, 2005 : 10).

Selon Proulx, une fois que l'utilisateur a accès à un dispositif technologique, il existe quatre conditions de réalisation de l'appropriation :

a) maîtrise technique et cognitive de l'artefact; b) intégration significative de l'objet technique dans la pratique quotidienne de l'utilisateur; c) l'usage répété de cette technologie ouvre vers des possibilités de création (actions qui génèrent de la nouveauté dans la pratique sociale); d) finalement, à un niveau plus proprement collectif, l'appropriation sociale suppose que les usagers soient adéquatement représentés dans l'établissement de politiques publiques et en même temps pris en compte dans les processus d'innovation (production industrielle et distribution commerciale) (Proulx, 2005 : 10).

Le rapport aux technologies ainsi développé contribue « à façonner des modes opératoires et des comportements nouveaux » et ces derniers varient selon le niveau d'interactivité que requiert l'utilisation d'un objet technique (Jouët dans Millerand, 1999 : 12). Un téléphone intelligent, une tablette électronique ou un ordinateur portable supposent tous un niveau élevé d'interactivité puisqu'ils ont besoin d'être manipulés et utilisés activement pour fonctionner. « L'objet technique devient le partenaire qui garantit l'ordre tandis que le mode de vie intègre en retour les valeurs de performance véhiculées par la technique (gain de temps, productivité, rigueur) » (Jouët, 1993 : 104). Ainsi, « les formes d'usage et le sens accordé à la pratique se ressource dans le corps social » (Jouët, 2000 : 497). Cela s'explique en partie par le fait que l'adoption de nouvelles technologies vient se greffer à un système de connaissances antérieures. « L'usage social s'élabore dans le temps car il se heurte aux résistances du corps social, au poids des habitudes et de la tradition qui contrecarrent la diffusion rapide de l'innovation » (Jouët, 2000 : 500).

Dans un premier temps, il s'agit donc d'apprendre les spécificités du nouvel outil technologique mais aussi de le confronter aux valeurs et techniques passées. En plus d'une adaptation à l'apparition de la nouveauté, il s'ensuit aussi un réaménagement de tous les outils de communication utilisés jusque-là. C'est dans la combinaison avec les précédentes techniques, habitudes et dispositifs que le nouvel appareil s'insère. Ce dernier ne répond pas à lui seul à l'entièreté des besoins et intérêts des utilisateurs. Cependant, même si les pratiques des utilisateurs en général contribuent à diffuser les valeurs rattachées aux technologies en question pour un groupe donné, chacun développe sa méthode qui lui est propre.

Devant l'insertion de ces nouvelles technologies, l'acteur devient même parfois inventif, ce qui le redéfinit à la fois comme utilisateur et comme acteur social. L'usage d'un objet technique devient ainsi une négociation entre l'objet et l'utilisateur qui peut parfois largement dériver des normes prescrites par les fabricants de l'objet. Michel de Certeau parle de « braconnage » lorsqu'un utilisateur se réapproprie ainsi les usages d'un objet (Jouët, 2000 : 502). Cette négociation socio-technique peut donc altérer à la fois l'objet et l'usage prévu par ses concepteurs ainsi que l'utilisateur et sa façon de communiquer jusque-là.

Les nouvelles technologies peuvent ainsi produire, par le fait-même, une pression collatérale sur les non-usagers. En effet, dans le processus d'adoption d'une nouvelle technologie, un dispositif optionnel finit par devenir obligatoire. C'est ce que Fischer appelle les conséquences collectives involontaires de l'usage des autres (Fischer, 1992 : 19). Ainsi, un nouvel appareil de communication est à la fois un outil utile mais aussi une structure contraignante pour un individu. Selon Jouët, si les technologies offrent à la fois davantage d'autonomie et de rapports au groupe, les usagers sont aussi tentés de trouver des moyens de contrôler la disponibilité permanente et le flux continu d'information auxquels ils sont exposés (Sammer et Combes, (1994) dans Jouët, 2000 : 507).

Selon Toussaint, l'introduction d'une nouvelle technologie est porteuse d'angoisse puisqu'elle présente des « tensions entre des aspirations à une certaine modernité et les craintes qu'elle suscite » (Toussaint, 1992 : 131). L'une de ces craintes se situe dans l'effacement des frontières entre les sphères privées et les sphères publiques. « Les possibilités de communication en tout temps font éclater les contraintes temporelles » (Millerand, 1999 : 12). « L'érosion des frontières entre l'espace professionnel et l'espace privé modifie les modes de vie et remet en question la séparation instituée entre le logement et le lieu de travail, entre les temps consacrés au travail et à la famille, entre les formes de sociabilité professionnelle et privée (famille, amis) » (Jouët, 2000 : 510).

Le principe de l'appropriation peut ainsi expliquer la construction identitaire des journalistes à travers l'usage qu'ils font des technologies dans le cadre de leurs activités professionnelles. « Ce processus d'appropriation personnelle des technologies sera alors souvent vécu comme une source d' "autovalorisation" pour ces personnes » (Breton et Proulx, 2002 : 272). Cela dit, l'identité de la personne peut aussi se composer dans l'altérité, dans la différence ou dans la résistance à l'utilisation d'un nouvel objet technologique. L'arrivée de ce dernier « ne modifie pas seulement les modes d'organisation et les conditions de travail, mais porte aussi atteinte aux cultures de métiers qui fondent l'identité au travail (Thierry (1998) dans Jouët, 2000 : 504).

6. Le concept d'identité

L'identité renvoie à ce qu'un sujet projette dans ses interactions, ce qu'il souhaiterait projeter ou encore à ce qui est perçu de cette projection (Roth dans Mokros, 2000 : 171). La recherche du soi a d'abord été conçue comme un exercice philosophique, notamment avec l'approche de Descartes et de son fameux « je pense donc je suis ». C'est ce que Stuart Hall appelle *The enlightenment subject* (Hall, 1992). Le soi était placé et envisagé au-delà des routines de la vie quotidienne pour se situer dans une morale absolue. Ce soi métaphysique était considéré comme indépendant des usages de la société et contenait déjà toutes ses possibilités. Pour Descartes, les capacités rationnelles et logiques d'un individu lui permettaient d'appréhender le monde qui l'entourait et d'en tirer son sens inhérent (Barker, 2000 : 168).

Cette position fut d'abord critiquée par les pragmatistes américains comme William James, Charles Horton Cooley et George Herbert Mead. Sans complètement renier la relation logique du soi à l'univers, ils ont plutôt cherché à articuler les fondements du soi selon des préceptes plus pratiques du quotidien. On s'éloignait ainsi d'une conception transcendantale du soi pour se tourner vers des explications issues des expériences de la vie ordinaire. Ils se sont intéressés à la façon dont les individus opéraient dans le monde environnant, comment leurs relations influençaient leur perceptions d'eux-mêmes ainsi que celles des autres (Holstein et

Gubrium, 2000 : 20). Le soi devenait par le fait même pluriel puisqu'il s'ancrait désormais dans les relations multiples qui composent une société.

Properly speaking, *a man has as many social selves as there are individuals who recognize him and carry an image of him in their mind.* (James, 1890 : 294)

Les avancées de James conçoivent notre identité comme dérivée de nos interactions dans notre environnement social. Notre identité n'est pas un objet fixe et défini mais plutôt une entité formée et déformée par nos expériences (Holstein et Gubrium, 2000 : 22). On passe ainsi d'une conception universelle du soi à une conception plus localisée qui change au gré des interactions de la vie quotidienne. Selon Cooley, l'idée de notre identité peut être instinctive, mais elle sera transformée au contact de la société. Comme la couleur rouge ou le goût du sel, la définition de notre identité ne peut être saisie qu'avec l'expérience (Holstein et Gubrium, 2000 : 26). Les expériences du soi donnent du sens, une direction et un contrôle à la sensation du soi. D'ailleurs son concept de « looking-glass self » ou le miroir du soi se décline selon trois composantes : l'imagination de notre apparence aux yeux des autres, l'imagination de leur jugement de notre apparence, et enfin notre propre conception de nous-mêmes (Holstein et Gubrium, 2000 : 27).

George Herbert Mead, quant à lui, laisse de côté l'aspect instinctif et privilégie plutôt une conception de l'identité davantage interactive. La conscience de soi, plutôt que nos sentiments dérivés du contact avec les autres, est à la base de sa conception de l'identité. Pour lui, tout devient communication, tant nos conversations intérieures que nos interactions sociales. Le soi fait partie intégrante de cette vie interne et externe. Mead s'éloigne ainsi de l'importance que James et Cooley portaient au sentiment de soi puisque ce serait reléguer nos expériences sociales au second plan (Holstein et Gubrium, 2000 : 28).

Selon lui, c'est à travers nos expériences sociales que nous pouvons déployer notre conscience de soi et notre identité. Avant de savoir qui nous sommes, nous devons d'abord agir dans la société (Holstein et Gubrium, 2000 : 29). Le soi est conçu comme une structure sociale

qui se développe tout au long de l'existence. L'identité est donc un processus dynamique et social qui se décline en identités multiples selon les diverses situations qui se présentent à nous. En effet, nous articulons différentes identités selon divers contextes dans une structure sociale organisée dont on vient à apprendre les rouages (Holstein et Gubrium, 2000 : 31).

La discussion sociologique qui s'ensuit vit naître l'interactionnisme symbolique. Cette théorie part du principe que les individus réagissent selon les constructions de sens dérivées des interactions avec autrui. Erving Goffman se situe dans la continuité de l'interactionnisme symbolique. L'identité, selon lui, prend effectivement tout son sens avec les relations interpersonnelles d'un individu, mais il la place dans un contexte théâtral qui fait ressortir les structures en place. Dans la construction des identités, les participants coopèrent, de façon intentionnelle ou pas, dans certains rituels contenus dans leurs conversations de tous les jours (Roth dans Mokros, 1996 : 175). Dans un premier temps, le soi se présente aux autres et altère sa présentation selon les circonstances. Ce soi résulte ainsi d'un effort pour guider et contrôler les impressions des autres. De cette façon, l'individu exprime sa vision de la situation et à travers elle, sa vision des participants incluant lui-même. D'autre part, le soi est également mis en scène dans un but moral spécifique (Holstein et Gubrium, 2000 : 36). Chacun est au courant du rôle de l'autre et participe activement à le maintenir dans ce rôle. Les conséquences d'une dérogation à la structure en place affecteraient chaque participant. En faisant perdre la face à son interlocuteur, un participant perdrait lui-même la face. Cette interdépendance est non seulement comprise par chacun, elle est active dans chaque interaction (Roth dans Mokros, 1996 : 176).

Selon plusieurs observateurs (Karrelman et Alvesson (2001), Aldridge et Evetts (2003)), le journalisme est issu d'un consensus entre les journalistes, leurs employeurs et le grand public. La profession elle-même est le résultat d'une négociation tacite entre chacun des joueurs. Comme le journalisme n'est pas protégé par des lois ou des institutions, il dépend de ce discours négocié. C'est cette coopération fragile qui maintenait, jusqu'à présent, les rôles de chacun. L'arrivée d'Internet et la multiplication des sources d'information participe à l'effritement du consensus. Tant le journaliste que son lecteur se retrouvent face à de nouveaux rôles et doivent redéfinir leur interdépendance.

7. La théorie de la structuration

Anthony Giddens n'était pas d'accord avec cette hypothèse qui néglige l'effet des institutions et qui limite l'action sociale à la seule construction identitaire stratégique. Selon lui, il est impossible d'étudier l'identité sans comprendre comment le soi et les institutions de la société s'influencent mutuellement dans leurs structurations respectives. Sa théorie de la structuration représente le soi et la société comme les doubles hélices de l'ADN, c'est-à-dire qu'ils influencent mutuellement leurs formes et leurs directions aux points de rencontres. L'individu peut ainsi devenir l'agent de sa propre évolution puisqu'il observe continuellement ses actions selon les perceptions et les attentes personnelles et sociétales. Il a donc le choix de se conformer ou non à ses propres attentes ou à celles des autres. C'est cette multiplicité des choix individuels qui définit la modernité selon Giddens (Roth dans Mokros, 1996 : 184).

Cette modernité se caractérise aussi par un nouveau rapport au temps et à l'espace, une dislocation des relations sociales de leur contexte local d'interaction, une confiance accrue dans des systèmes abstraits ou symboliques, et un repositionnement constant des relations sociales selon de nouvelles données. La base de ces informations étant changeante, les individus surveillent les différences pour en extraire la ligne d'action à adopter selon les choix qui leur sont présentés (Walsham, 1998 : 1085).

L'identité moderne n'est ainsi pas la somme de traits qu'un individu possède mais plutôt la compréhension réflexive et évolutive du soi par rapport à sa biographie dans ce que Giddens appellera la *construction du projet du soi*. Cette conception moderne de l'identité n'est pas sans conséquences. Cette constante surveillance de son environnement, à la quête de nouvelles informations structurantes pour son identité, représente une source d'*anxiété existentielle* pour l'individu. L'autorégulation des individus mène aussi à une *perte de sens personnelle* (Walsham, 1998 : 1087).

Cette pluralité de choix auxquelles l'individu est confronté relève de plusieurs influences : vivre dans un monde de choix signifie opter pour des alternatives, peu importe les traditions

existantes; la vie sociale dans une société moderne est plus diverse et segmentée selon les domaines publics et privés qui sont chacun à leur tour segmentés; la réflexivité de la modernité ne tend pas vers la certitude mais plutôt vers le doute; et enfin, la prévalence de la médiation influence à son tour la pluralité des choix. Cette médiation rend certains milieux accessibles à des individus qui ne seraient jamais personnellement entrés en contact avec eux. Du même coup, des frontières entre des mondes traditionnellement séparés sont souvent dissoutes (Giddens dans Du Gay, Evans et Redman, 2000 : 257).

Cette nouvelle prolifération de relations sociales et de contextes d'interaction mènent ainsi à de multiples narrations du soi. La modernité impose un plus grand spectre de relations, d'espaces et de lieux de rencontres. La prolifération et la diversification des contextes inhibent la cohésion d'une identité fixe et immuable. Une même personne peut donc développer diverses identités selon les circonstances (Barker, 2000 : 178).

The subject assumes different identities at different times, identities which are not unified around a coherent self. Within us are contradictory identities, pulling in different directions, so that our identifications are continually being shifted about. If we feel that we have a unified identity from birth to death, it is only because we construct a comforting story or "narrative of the self" about ourselves (Hall, 1992 : 277).

Selon Giddens, l'identité d'un individu ne réside ni dans ses comportements ni dans les réactions des autres mais plutôt dans sa capacité de mener une narration particulière du soi (Giddens, 1991 : 54). Si on considère la structuration de son identité comme un genre de performance, l'individu dirige les diverses narrations de soi vers des auditoires différents. De ce fait, les récentes alternatives à la communication face à face auraient eu un impact sur l'expression de ces narrations. Les nouvelles technologies nous procurent des outils nous permettant d'interagir de plusieurs façons différentes avec de multiples communautés aussi diverses les unes que les autres. Dans ce contexte sans frontières de temps ni d'espace, ces technologies nous poussent vers de nouvelles performances identitaires (Merchant, 2006 : 239).

Les identités performées en ligne varient énormément selon l'environnement choisi (blogue, courriel, jeu en ligne, etc.) et la nature de la relation avec l'autre (affinités, familiarité, etc.). Malgré tous les choix qui s'offrent à l'individu, il reste tout de même qu'il est soumis aux affordances de l'outil choisi et aux conventions sociales entourant l'utilisation de cet outil. Dans quelconque acte d'écriture partagé en ligne, la façon dont un individu conçoit son auditoire, sa façon d'imaginer son lectorat est d'une importance centrale (Merchant, 2006 : 240).

L'individu en ligne choisit donc de montrer une variété de facettes tirées de ses identités ancrées (genre, religion, âge, classe sociale, etc.) et transitoires (discours médiatiques, idéologies, culture populaire, réseaux sociaux, etc.). Les premières concernent les aspects de sa vie sur lesquels il a peu de contrôle tandis que les deuxièmes sont influencées par les conditions culturelles changeantes, les affiliations idéologiques, la maturité, etc.). Ces deux types d'identités multiplient les options de performances d'identités en ligne selon les narrations de soi choisies. Et bien que l'individu choisisse en grande partie la narration à présenter, des éléments de ses identités ancrées percolent souvent dans le message au lecteur (Merchant, 2006 : 242).

Pour les fins de ce mémoire, nous retenons de ce complexe concept d'identité, l'importance de l'image réflexive des journalistes. Nous porterons une attention particulière à la façon dont ils se perçoivent entre eux mais aussi à la façon dont ils ont l'impression d'être perçus, tant à travers leurs méthodes de travail que dans la pratique quotidienne de leur métier.

Problématique

En retenant ces concepts, nous nous retrouvons face à plusieurs questionnements en ce qui a trait aux rôles des technologies dans la vie professionnelle et la construction identitaire des journalistes de la presse écrite. « On sait désormais que, dans l'histoire, l'introduction de techniques nouvelles a modifié la façon de travailler mais aussi la façon d'être-au-monde des journalistes » (Palmer dans Pélissier, 2000 : 922).

Nous avons choisi de nous attarder à un domaine bien spécifique du journalisme écrit, soit les journalistes affectés principalement à la couverture de l'actualité politique. Ces derniers jouent un rôle bien particulier puisque leur travail journalistique dépasse souvent celui qui leur est demandé dans les pages du journal. Leurs nombreuses tribunes ainsi que la nature sensible du sujet qu'ils traitent s'accompagnent aussi de choix technologiques et d'utilisations caractéristiques de ce type de journalisme.

Ainsi, qu'en est-il des nouvelles technologies numériques, d'Internet, de la mobilité et de leurs impacts sur les habitudes de travail des journalistes de la presse écrite, en particulier ceux qui couvrent la scène politique? Comment ces nouveaux outils participent-ils à la construction identitaire du journaliste? Influencent-ils sa façon de se percevoir et la façon dont les autres le perçoivent? Comment affectent-ils ses relations au travail mais aussi avec son lectorat?

Méthodologie

Nous avons choisi une approche qualitative pour explorer la question du rôle des nouvelles technologies dans le travail et l'identité des journalistes politiques de la presse écrite. En somme, il s'agissait de produire une analyse à partir d'entrevues semi-dirigées qui étaient le reflet d'une interprétation de la vie sociale telle que perçue par ses intervenants. La transcription de ces entrevues devenait ainsi le point de départ de l'observation du sens tel que produit et présenté dans l'échange. « L'analyse de contenu a pour but de connaître la vie sociale à partir de cette dimension symbolique des comportements humains » (Sabourin, 2003 : 358). L'activité symbolique des interviewés a été répertoriée sous forme d'objets producteurs de sens pour eux que nous avons classés par thèmes. Les interviewés eux-mêmes organisent leurs pensées selon la connaissance qu'ils ont du monde. C'est précisément cette organisation, qu'elle soit consciente ou non, que nous avons cherché à mettre au jour.

Le sens du discours de l'interviewé ne peut être établi qu'en fonction du contexte de l'entrevue et des interlocuteurs en présence. Il ne se trouve pas directement dans la lecture de la parole de l'interviewé, mais bien dans la relation qui s'établit entre les interlocuteurs et aussi dans leur rapports respectifs au sujet abordé. « Du point de vue d'une analyse qui se pose d'abord comme sémantique, le sens n'est pas dans le texte, mais dans la relation entre le producteur d'un texte, le texte et un récepteur, c'est-à-dire un lecteur » (Sabourin, 2003 : 379). Dans l'analyse du discours, c'est le chercheur qui effectue la première lecture. Ainsi, les expériences personnelles et sociales du producteur de texte et du lecteur se mêlent pour co-construire le discours lui-même. Chacun fait un usage de la langue qui dépend de ses expériences. Il s'agissait donc de remettre la parole du producteur dans un contexte où l'explication de son point de vue permettait de mieux saisir la construction de sens qui s'opérait. Dans le cadre de cette étude, fait intéressant, la chercheuse partage une partie des références livrées par les interviewés puisqu'elle est elle aussi journaliste. Cela dit, elle n'a jamais travaillé pour aucun des médias sélectionnés ni effectué de travail dans le milieu de la presse écrite québécoise, encore moins dans le domaine politique.

Quoi qu'il en soit, le processus méthodologique a consisté essentiellement en l'objectivation d'extraits du discours des interviewés. Dans un premier temps, chaque entrevue a été transcrite en utilisant les conventions de transcriptions d'entrevues selon la méthode *Standard General Markup Language* (SGML). Le principe de base de ce type de transcription est de reprendre les données orales telles quelles et de les mettre par écrit pour un meilleur découpage analytique par la suite. Cet exercice exclut donc toute forme d'intervention du chercheur qui doit s'assurer de respecter et de conserver toutes formes d'hésitations, de répétitions, de phrases incomplètes, etc. (Sabourin, 2006 : 311). À cette étape-ci, il ne s'agit pas de trouver le sens de ce qu'on pense entendre mais bien de transcrire intégralement et fidèlement tout ce que l'on entend. Pour ce faire, une qualité sonore d'enregistrement optimale a facilité la tâche.

Une fois les entrevues transcrites, le processus de description des contenus a pu débiter. Tout d'abord, nous avons segmenté les extraits d'entrevues selon des catégories descriptives qui ont permis de « repérer les formes sociales de connaissance constitutives de l'activité idéologique dont est expressif le document » (Sabourin, 2003 : 381). Ainsi, une attention particulière a été portée aux détails de la conversation qui pouvaient être porteurs d'une catégorie de sens plus générale et qu'on pouvait retrouver à plusieurs reprises dans le discours des interviewés. Il s'agissait de reconstruire ces catégories de sens à partir des énoncés du discours. Ces derniers ont été traités comme les témoins conscients ou inconscients des comportements et des croyances de l'interviewé dans la culture journalistique qu'il connaît.

Le contenu lui-même ou l'information véhiculée n'est que le prélude à la compréhension de la structure de la pensée de l'interviewé. L'entrevue, même située dans le cadre artificiel de la recherche, permet de comprendre les règles qui régissent la construction du sens tel que présenté par l'interviewé. En reprenant le même procédé de catégorisation avec chacune des entrevues et en comparant ces dernières entre elles, nous avons tenté d'en dégager le sens commun qui pouvait témoigner d'une réalité partagée entre journalistes politiques de la presse écrite en 2012.

Pour permettre un travail en profondeur, cette analyse porte sur un domaine restreint du journalisme, soit les journalistes de la presse écrite affectés principalement à la couverture politique, tel que mentionné précédemment. Nous avons également choisi de ne pas nous limiter dans les responsabilités des répondants : cinq d'entre eux sont chroniqueurs politiques ou affectés aux affaires publiques, les deux autres étant journalistes ou correspondants politiques. Une première partie des entrevues a eu lieu entre le 1^{er} et le 6 octobre 2010, une le 16 juin 2011, deux autres ont eu lieu le 4 juillet 2011 et enfin la septième a eu lieu le 22 août 2011. Notons que pour les deux premiers participants, des entrevues complémentaires ont été effectuées le 15 septembre et le 7 novembre 2011 pour arrimer le contenu à l'évolution du protocole d'entrevue.

Dans la plupart des cas, nous avons identifié les participants potentiels à l'avance dans le bassin restreint de journalistes politiques. Parmi les journalistes contactés, trois ont refusé de faire partie de la recherche pour des questions de temps, d'intérêt ou parce qu'ils ne sentaient pas que leurs compétences technologiques étaient suffisamment importantes pour participer à l'étude. Cette dernière constatation nous a semblé fort révélatrice de la façon dont certains journalistes se perçoivent. Pour deux de nos entrevues, les journalistes nous ont été suggérés par d'autres participants à l'étude. Nous avons choisi de nous concentrer sur cet échantillonnage réduit mais riche en perspectives différentes pour nous dépeindre un portrait des enjeux à l'étude. Ce sont cinq hommes et deux femmes qui avaient entre 33 et 63 ans au moment des entrevues. Les deux femmes nous ont proposé de les rencontrer dans un café parce qu'elles travaillaient de la maison sur une base régulière. Tous les autres ont été rencontrés sur leurs lieux de travail, soit directement dans leurs bureaux (pour deux journalistes) ou dans une salle plus calme dans le même édifice (pour les trois autres). Notons, au passage, que dans le but d'alléger le texte et aussi pour faciliter l'anonymat, le genre masculin est utilisé comme générique.

Qu'ils soient chroniqueurs ou journalistes, leur tâche principale est rattachée à leur journal mais ils sont tous, à des degrés divers, sollicités par les médias électroniques (télévision et radio) pour émettre des commentaires ou analyses sur l'actualité politique fédérale, provinciale, voire même municipale dans certains cas. Nous avons choisi ces journalistes en particulier parce que le volume de leurs communications sont accrues de par leurs nombreuses piges et la notoriété de

certain d'entre eux. Voici la liste des médias participants : *Journal de Québec*, *Le Soleil*, *Le Devoir*, *La Presse* et le *Toronto Star*. Afin de respecter la confidentialité de leurs témoignages, des numéros de répondant les identifieront tout au long de cette analyse.

Ces entrevues sont devenues la matière première de cette étude qualitative qui vise à explorer le rôle des nouvelles technologies dans la vie professionnelle des journalistes de la presse écrite, tant dans leurs méthodes de travail que dans leur construction identitaire. Dans un premier temps, voici les données que nous avons pu extraire de ces entrevues.

Analyse des données

Les sept journalistes de la presse écrite rencontrés nous ont parlé d'une profession en mutation. L'avènement des nouvelles technologies semble bousculer tant les habitudes du lectorat que celles des journalistes. L'introduction de nouveaux outils dans le quotidien des journalistes suppose l'acquisition de nouvelles techniques d'utilisation qui ne sont pas toutes adoptées au même rythme et de la même façon par tous les journalistes. Aussi, bien que les technologies soient très présentes dans le quotidien des journalistes pour produire et consommer de l'information, le journal papier reste prioritaire tant dans la structure médiatique que dans les efforts impartis aux diverses tâches des journalistes. On y décèle un net attachement à des traditions journalistiques qui sont mises au défi dans le contexte actuel.

Les journalistes interviewés font état d'un métier assailli de pressions, celles des piges extérieures, de leur présence régulière sur les plateformes réseautiques, de leur constante connexion via les appareils mobiles. Cette mobilité n'a pas que ses revers, elle simplifie aussi beaucoup certaines tâches comme la transmission de textes et la vérification de faits mais elle exige aussi l'établissement de balises qui semble manquer dans le quotidien des journalistes. Ces derniers voient leurs techniques de travail évoluer, leurs tâches se diversifier et leurs relations au lectorat se transformer. Nous sommes passés d'un public passif et peu réactif à un public collaboratif redéfinissant de nouvelles normes d'interaction avec les journalistes. D'ailleurs, ceux-ci sont plus que jamais conscients de leur image publique et développent des identités propres à chaque plateforme.

Avant de tenter de comprendre le rôle des nouvelles technologies et des nouvelles pratiques dans la construction identitaire des journalistes, voici d'abord un état des lieux du quotidien des journalistes avec certaines de leurs perceptions quant à l'usage qu'ils font de ces nouvelles technologies.

1. L'adoption et l'adaptation du journaliste aux nouveaux outils de diffusion

Nous avons perçu une méfiance chez plusieurs des journalistes rencontrés qui n'ont pas eu de difficulté à justifier leur résistance à l'adoption de nouvelles pratiques ou de nouveaux outils de communication. Le répondant 1 : « J'ai toujours eu une curiosité prudente pour ça en disant, ça ne changera pas le monde nécessairement. Ça va changer les pratiques, évidemment, mais les carottes ne pousseront pas sur Internet comme on disait dans le temps là. » Ce journaliste était d'ailleurs le seul parmi les sept interviewés à ne pas posséder de téléphone intelligent. Il prévoyait que la situation serait éventuellement renversée, mais pour l'heure, il aimait bien se comparer avantageusement à d'autres journalistes mieux équipés. « Je sors des scoops bien plus que des journalistes qui ont des BlackBerry. »

D'autres journalistes sont aussi tentés de se tourner vers leurs confrères qui ont très peu recours aux nouvelles technologies pour tenter de mesurer l'impact de ces dernières sur la qualité de leur travail. Le répondant 2 : « Il me semble que les chroniqueurs qui m'ont appris ce métier-là, comme Foglia, il n'a pas de cellulaire. Il ne fait pas de tv, il ne fait pas de radio, je pense qu'il ne sait pas c'est quoi Twitter. Il n'est pas moins bon qu'avant. Ça a toujours été Foglia, je trouve même qu'il vieillit bien, comme un bon vin. » Cet exemple illustre la tension dont parle Toussaint entre l'intérêt et le besoin d'appartenir à son époque et les craintes et les hésitations que suscitent l'adoption des nouvelles technologies (Toussaint, 1992 : 131).

Si certains se sentent de meilleurs journalistes sans BlackBerry, d'autres estiment que certaines technologies, une fois adoptées, non seulement aident le travail du journaliste mais deviennent indispensables comme en témoigne le plus âgé de nos participants. Le répondant 3 : « Ce que j'ai constaté par ailleurs, c'est que j'ai beaucoup plus de facilité à trouver les formules, à écrire sur un clavier qu'à la main. À la main, lorsque je dois faire un message ou quelque chose comme ça, je me trouve gauche, je trouve ça poche tandis que l'inspiration vient beaucoup plus

rapidement avec un clavier et l'informatique, c'est merveilleux parce que là tu *garoches* et après ça tu corriges, t'aimes, tu n'aimes pas, tu modifies, c'est absolument extraordinaire ça. »

Parfois la dextérité et la facilité d'usage d'un appareil ne semble pas toujours faire de meilleurs journalistes. Si elle donne une certaine liberté, elle ne fait pas le travail de réflexion qui s'impose en amont. La technologie facilite la manière de faire, mais ne remplace pas le processus d'analyse journalistique. Le répondant 3 : « Certains de mes collègues sont beaucoup moins rapides, je les vois traîner des heures avant de se brancher et de commencer à écrire. » Selon lui, ce n'est pas l'outil qui fait la rapidité d'un journaliste, c'est plutôt sa capacité à décider rapidement de la façon de raconter les faits. Selon l'utilisation qu'en fait l'individu, un appareil peut améliorer sa productivité en réduisant certaines contraintes (simplification des modifications, par exemple) ou la ralentir en en rajoutant à sa tâche (ne pas oublier de se servir adéquatement de la technologie, par exemple).

Si ces outils ajoutent aux tâches de journalistes, l'aident-ils suffisamment pour compenser les inconvénients? Le rendent-elles vraiment meilleur? Si oui, comment? Ces technologies jouent un rôle prédominant d'aide-mémoire avec une connectivité qui permet un accès rapide aux réseaux sociaux ou à des sites de recherche. Selon ce journaliste, son quotidien s'en est trouvé grandement facilité à plusieurs niveaux, l'écriture, la recherche mais aussi l'organisation. Le répondant 2 : « Il y a évidemment un agenda là-dessus. Tous mes téléphones sont là-dessus, synchro avec mon bureau, ça c'est hyper pratique aussi et puis bon l'agenda, ça me permet d'avoir une assez bonne idée là de ce que je fais et il y a des rappels aussi, ce qui est utile quand je ne me souviens plus. »

Selon le répondant 2, ces outils sont surtout pratiques parce qu'ils concentrent plusieurs tâches dans un seul appareil : « Dès le matin ça me permet de tout faire là, prendre mes courriels, prendre mes messages téléphoniques si il y en a, voir le fil Twitter et voir les sites [des journaux]. » Selon lui, toutes ces tâches sont si simples à réaliser avec le iPhone que ce dernier pourrait devenir l'appareil unique : « À la limite, si le clavier était un peu plus facile, je pourrais

vivre juste avec ça. Je pourrais travailler juste avec ça. » Une technologie signifie l'adoption de nouvelles pratiques, mais signifie aussi l'adaptation à de nouveaux appareils qui peuvent influencer, à leur tour, les pratiques du journaliste.

Cet autre journaliste, qui se trouve parmi les plus jeunes participants à notre étude, sent le poids de certaines transitions technologiques actuelles. Le répondant 4 : « J'ai encore beaucoup de difficulté avec le clavier tactile même sur une tablette, qui est plus grosse que le iPhone, je fais des erreurs. Mon cerveau n'est pas habitué. J'imagine que quand les journalistes ont migré de la machine à écrire au traitement de texte, ils ont vécu le même genre d'inconfort mais oui, là-dessus je me sens vieux. »

Le répondant 3 n'est pas de cet avis : « Lorsque je suis arrivé dans l'information, c'est à la radio et à l'époque, c'était des machines à écrire, et même à *La Presse*, je suis rentré à *La Presse* en 1975 et c'était encore ça des machines à écrire. Mon dieu, l'informatique est arrivé, je pense, [...] en 1979. Donc, passer de la machine à écrire au clavier informatique, ça a été très facile. » En effet, cet autre journaliste affirme qu'aucun des nouveaux outils n'a changé quoi que ce soit dans sa pratique du métier, bien que, par exemple, les contacts se fassent désormais davantage par courriel que par téléphone. La véritable révolution est celle du traitement de texte. Le répondant 5 : « N'importe qui qui a travaillé à l'époque des machines à écrire, sait que la façon d'écrire des journalistes, la façon de voir les textes, la capacité de rendre les textes plus serrés et l'approche qu'on a pour les écrire, ça a changé radicalement, pour le mieux, selon moi, le jour où on a eu accès au traitement de texte [...] ça a forcément changé notre façon d'écrire et notre façon d'aborder comment on faisait ce qu'on faisait. »

Dans le mémoire de Danielle Leblanc, on peut lire que la vaste majorité des journalistes, une fois le traitement de texte adopté, ont trouvé l'adoption de l'informatique positive car le travail devenait plus efficace surtout pour la rédaction et la correction. La rédaction était facilitée par le déplacement de paragraphes, entre autres et la correction ne relevait plus des journalistes.

Des correcteurs et des traducteurs faisaient le travail à même le fichier (Leblanc, 1987 : 124). Les journalistes étaient donc en mesure de réaliser plus de travail dans un même laps de temps.

Cela dit, l'avènement de nouvelles technologies amène son lot de nouvelles techniques qui changent les méthodes de travail du journaliste. Un simple logiciel de mise en page peut entraîner certaines suppressions de postes. Ainsi, dans son journal, nous dit le répondant 5, la fonction de pupitreur (celui qui s'occupe de la mise en page, mais aussi qui crée les titres, révise le contenu et apporte des corrections) est pratiquement disparue. Les journalistes sont les seuls garants de la qualité de leur texte alors la tâche demande nécessairement plus de temps. Le répondant 5 : « Moi j'ai un problème avec les noms propres. Alors oui effectivement, je passe mon temps à vérifier 300 fois que j'ai épilé les noms propres comme du monde, avant je pouvais compter sur quelqu'un après moi. Et je me réveille des fois la nuit en me disant mon dieu, Deborah Grey, est-ce que j'ai écrit Grey ou Gray? Est-ce que j'ai vérifié? Je me réveille le lendemain et je vais voir pis je fais *fiouf*, c'était correct. »

Les nouvelles techniques viennent ainsi parfois avec leur lot de nouvelles angoisses. Les journalistes se voient donc parfois imposer de nouvelles contraintes par l'adoption de certaines nouvelles technologies (comme dans ce dernier exemple du retrait du pupitreur). Les pressions que peuvent ressentir les journalistes ont tendance à renforcer les valeurs de base du journalisme (Witschge et Nygren, 2009) et à favoriser un retour à certaines formes traditionnelles. Ce journaliste nous parle d'ailleurs d'une anecdote qui exprime son attachement pour ne pas dire son affection pour le papier tout en soulignant le décalage qu'il sent quant aux plus jeunes générations. Alors qu'il voyageait en avion, il a décidé de prendre des notes à même un article de journal qui l'intéressait. C'est à ce moment qu'il a remarqué le rictus de la vingtenaire assise à côté de lui. Elle devait se dire, selon lui, qu'il aurait sûrement tout facilement retrouvé sur Internet. Pour ce journaliste, il faut savoir se souvenir de faire cette recherche et aussi, il s'agit surtout d'une question d'habitude. Cette remarque nous renvoie au principe de liste aide-mémoire (*checklist*) évoqué plus tôt avec Millerand. Une liste, comme une technologie, aide à la mémorisation et à la mise en place d'un système plus efficace, mais elle rajoute aussi aux tâches puisqu'il faut bien se souvenir de s'y référer (Millerand, 2001, [en ligne]).

Ce journaliste attribue une partie des difficultés de l'appropriation d'une technologie aux habitudes de chaque génération. Le répondant 2 : « je le vois bien [...] que je suis entre les deux : les plus vieux qui sont complètement dépassés et qui ne veulent rien savoir et puis de toute façon qui s'en vont alors ils seront bientôt à leur retraite, ça ne les concerne plus. Ils ne font pas d'efforts non plus de rattrapage. Et puis les plus jeunes qui sont tous branchés iPhone, machin, la musique, etc. » Rappelons que les journalistes interrogés avaient entre 33 et 63 ans. Cet autre journaliste de 39 ans, malgré son jeune âge, sent déjà un décalage avec les plus jeunes. Le répondant 4 : « j'ai des amis qui ont 25 ans, ils ont toujours vécu avec le web et ces machins là, les iPhone et autres, ils ont toujours travaillé avec ça. Ils ont des portables parce qu'ils sont quasiment forcés d'en avoir un à travers le bureau donc c'est une coquetterie générationnelle d'écrire sur un ordinateur portable. »

Certains journalistes plus âgés se prévalent de leur statut pour éviter de s'adapter, sur certains points, aux nouvelles façons de faire. Le répondant 5 : « Moi je suis un anachronisme dans mon journal parce que comme je ne travaille pas dans le bureau, que mon équipement, à part le BlackBerry ne vient pas du journal, je refuse que le journal mette ses 56 000 programmes et ses 56 000 antivirus et autres dans mon équipement. Mais mes collègues maintenant écrivent dans un système qui fait la mise en page. Et notre *desk* a à peu près disparu. Alors eux font des choses que moi j'ai refusé d'apprendre et que mon espèce de statut particulier me permet d'éviter. Mais si j'avais dix ans de moins, je n'aurais pas cette option-là. [rire] »

1.1. Comment se fait le choix du type d'ordinateur

L'équipement utilisé par les journalistes semble donc avoir une influence sur la façon de travailler ou, en tous cas, il modifie certains comportements. Les journalistes choisissent-ils les appareils qui leur serviront à produire leurs articles? Prenons le cas du journal *La Presse* qui a effectué un virage vers les plateformes Apple dans la dernière année. Les journalistes ont alors eu le choix de déterminer s'ils restaient en PC ou s'ils migraient vers le Mac comme le souhaitaient

les patrons. Si l'obligation ne s'est pas fait sentir, le besoin de se coordonner aux autres employés et aux efforts de la maison a eu le dessus. Le répondant 2 : « Moi je me suis dit tout le monde migre vers Mac, *La Presse* au complet est là-dessus sauf quelques exceptions. Ils vont me donner un iPhone, je vais avoir un iPad, je suis peut-être mieux de me coordonner tout en Mac et bon, ce n'est pas un changement de religion après tout. » Nous revoyons encore ici les principes des conséquences collectives involontaires de l'usage des autres de Fischer (Fischer, 1992 : 19).

Si les journalistes ne choisissent pas d'emblée l'équipement qu'on leur propose, ils acceptent généralement sans objections. Le répondant 2 : « Je suis un peu à la merci de ce qu'on va me donner. Évidemment si on me donnait une vieille patente tout croche là, probablement que je m'y objecterais. » Ce journaliste est donc passé du PC au Mac sans trop de problèmes d'adaptation. Selon lui, la qualité de son travail ne dépend pas d'un type de technologie ou d'un autre, pourvu que cette dernière soit relativement récente, ce qui ne semble pas toujours le cas. Cette constatation semble ainsi invalider la thèse du déterminisme technique selon laquelle toute évolution des pratiques et des individus est conditionnée par la technologie (Chandler, 1995).

Plusieurs journalistes de journaux différents nous ont affirmé que les discours de la direction ne se concrétisent pas toujours en action et que les journalistes sont bien souvent aux prises avec un parc informatique vieillissant de telle sorte qu'ils utilisent leurs propres appareils, davantage efficaces. Pour ce journaliste, utiliser les appareils et logiciels désuets de l'entreprise n'était pas une option. Le répondant 5 : « Je me suis trouvé un portable et j'ai travaillé sur un portable seulement pendant deux ans. » Devant la lenteur des appareils fournis par l'entreprise, cet autre journaliste s'est aussi tourné vers son propre matériel. Le répondant 4 : « Moi à la fin, je te dirais dans les derniers six mois, j'étais tellement excédé par mon vieux PC que je traînais mon portable personnel pour écrire dessus et faire mes recherches, c'était invivable. »

Lorsque les journalistes s'équipent eux-mêmes, il peut s'ensuivre des problèmes de compatibilité comme pour ce journaliste qui travaille uniquement avec le iPad lorsqu'il se trouve en déplacement. Le répondant 5 : « Je ne pense pas que leur système fonctionne encore dans les

iPads alors eux et moi on aurait une barrière sérieuse. » Cet autre journaliste mentionne un événement où le wifi était payant alors en amenant son propre iPad connecté et avec clavier, il pouvait suivre l'événement avec un outil mieux adapté aux circonstances. Le répondant 6 : « Je n'étais pas obligé d'être dans la salle, je pouvais m'asseoir dans le fond de la salle des congrès, à regarder ce qui se passait, continuer à aller sur Twitter pour voir ce que les délégués au congrès écrivaient. Je pouvais suivre mes affaires, comme si j'avais eu mon ordi. »

Certains journaux semblent ainsi prendre du retard dans l'actualisation de leur équipement informatique. Ce journaliste, en faisant référence à un ex-employeur, souligne la dichotomie entre les intentions de la direction de former des journalistes technologiquement aguerris et les appareils désuets qu'on met à leur disposition. Le répondant 4 : « Je trouvais ça assez ironique mais c'est assez répandu comme attitude. C'est-à-dire que généralement les patrons veulent des journalistes hyper technos à la fine pointe mais ces patrons-là sont souvent à la remorque des directeurs des finances de leurs entreprises. » Cela dit, il semble que les patrons soient plus souvent bien pourvus en équipement, et ce, avant même les journalistes. Est-ce pour tester une nouvelle plateforme avant de la démocratiser dans l'entreprise ou vraiment une habitude bien ancrée dans les entreprises de presse?

Certains journalistes semblent plutôt invoquer des causes idéologiques pour justifier ce retard technologique. Le répondant 4 : « Ça c'est une autre constante, les patrons eux ont des bons ordi avant les journalistes. » Même son de cloche dans cet autre journal qui semble changer ses pratiques selon les besoins de la direction, pas toujours selon les besoins des journalistes. Le répondant 5 : « Pour l'instant ils ont donné des iPads aux patrons. Ça peut être long. Ils ont commencé aussi en donnant des BlackBerry aux patrons. Un jour, il y a eu une crise et après ils les ont donné aux journalistes mais pas aux chroniqueurs. » Ce journaliste mentionne que là aussi, c'est une situation de crise qui a mis en évidence l'importance d'avoir des téléphones intelligents à l'aide desquels on pouvait rejoindre les chroniqueurs en tout temps sans passer par le téléphone (qui ne doit surtout pas sonner en pleine séance parlementaire).

Ainsi, les technologies de l'information n'arrivent pas toujours dans le quotidien des journalistes selon leurs besoins ou leurs préférences. Au contraire, il semble que l'imposition de nouvelles techniques vienne presque toujours des patrons qui suivent les lignes directrices de l'entreprise pour optimiser la productivité. C'était là, en 1987, l'un des constats du mémoire de Danielle Leblanc concernant l'implantation de l'informatique dans les bureaux de *La Presse* (Leblanc, 1987 : 129). Et la situation semble perdurer de nos jours. Avec l'arrivée de conglomérats et d'entreprises cotées en bourse comme propriétaires de journaux, le phénomène s'est amplifié et leurs techniques de gestion, leurs stratégies de productivité, d'efficacité et de rentabilité sont d'autant plus mal adaptées aux besoins et intérêts des journalistes (Klinenberg, 2005 : 62).

1.2. Les technologies de prédilection des journalistes

Cela dit, parmi tous les outils qu'ils possèdent ou qui sont mis à leur disposition, les journalistes semblent avoir certaines préférences. En effet, s'ils ne devaient choisir qu'un seul outil pour la rédaction, l'ordinateur qu'il soit fixe ou portable, remporte la manche haut la main. Le répondant 2 : « Si c'est plus qu'un tweet ou plus qu'une note là, ça va nécessairement être le portable. Parce que sinon, c'est trop compliqué d'écrire. » Le répondant 1 abonde dans le même sens : « C'est là-dessus qu'on peut bien écrire. » Et le répondant 6 aussi : « Je préfère toujours prendre le portable parce que, bon, le clavier, comme un clavier d'ordinateur, tout est placé au même endroit. Moi j'écris sans regarder le clavier alors c'est effectivement beaucoup plus commode que tous les autres. » Ce journaliste rajoute que l'écran est aussi plus grand, qu'on y voit mieux le texte et que la possibilité d'avoir différents programmes ouverts simultanément est un net avantage.

Selon ce journaliste, les attributs d'un appareil ne sont pas les seuls garants du choix du journaliste qui peut préférer un appareil à un autre pour une simple question d'emplacement. Le répondant 5 : « C'est vraiment une question de lieu plutôt qu'un choix éditorial, c'est vraiment mon ordinateur fixe qui va me servir quand je suis à la maison, et franchement il est plus confortable que tous mes autres gadgets pour travailler. » Mentionnons que ce journaliste ne possède qu'un ordinateur fixe et un iPad avec clavier, donc, quand il n'est pas chez lui, tout

travail d'écriture se fait à partir de la tablette dont l'écran et le clavier sont plus petits que ceux de l'ordinateur. Cela dit, les journalistes sans ordinateurs portables sont plutôt rares. Aucun autre journaliste rencontré dans le cadre de cette étude ne se passait entièrement d'ordinateur portable dans ses déplacements.

Hormis les avantages de l'écran et du clavier, les journalistes préfèrent aussi l'ordinateur, portable ou fixe, pour des questions d'organisation et d'archivage, pour éviter d'éparpiller leurs données sur plusieurs appareils. Le répondant 6 : « L'usage de l'ordinateur c'est vraiment quand j'ai à écrire ou à monter un dossier complexe ou faire une recherche élaborée. Là je n'ai pas le choix parce que je veux être sûr que mon dossier est tout monté sur le même appareil. » Parfois, c'est que l'ordinateur portable est le seul outil fourni par l'employeur. Le répondant 1 fait tout à partir de son ordinateur portable seulement puisqu'il ne possède pas de téléphone intelligent. Cela dit, il est le seul parmi les journalistes rencontrés à ne posséder ni iPhone ni BlackBerry.

L'ordinateur fixe est de plus en plus rare. Le répondant 1 mentionne qu'il utilise des ordinateurs portables depuis environ une dizaine d'années. Pour d'autres, l'habitude est ancrée depuis beaucoup plus longtemps. Le répondant 3 : « Je travaille sur un ordinateur mobile depuis [...] 1979. Il faut dire qu'on est dans un métier à part en politique. On est appelés à se déplacer souvent notamment pendant la campagne électorale, ce qui fait qu'il nous faut un portable. » Dans le cas des journalistes politiques, l'habitude de la mobilité semble ancrée depuis assez longtemps.

Par contre, quand ils sont au bureau, plusieurs journalistes utilisent leur ordinateur portable comme s'il s'agissait d'un ordinateur fixe. Le répondant 2 : « À moins que j'aie un rendez-vous ou autre chose, normalement je viens ici. Là je branche mon appareil en haut, le portable devient donc ma base pour travailler ici. » Ce journaliste-ci, comme plusieurs autres, choisit assez peu de se prévaloir de la possible mobilité de l'appareil puisqu'il s'en sert essentiellement de façon fixe soit au bureau ou à la maison. Il détourne ainsi l'usage de l'outil selon ses habitudes existantes (nous présumons qu'il avait un ordinateur de bureau avant d'avoir

un ordinateur portable). On retrouve les attributs « braconnage » de Michel de Certeau puisque cet utilisateur se réapproprie ainsi les usages de l'objet (Jouët, 2000 : 502).

1.3. Les affordances des téléphones intelligents

Le risque d'erreurs est une des préoccupations principales des journalistes quand vient le temps d'écrire avec un appareil mobile et l'écran tactile s'avère un irritant majeur pour plusieurs. Le répondant 6 : « Je ne veux pas un écran tactile. Parce qu'avec un écran tactile, on fait trop de fautes. Ça [en montrant son BlackBerry], c'est précis. » Le répondant 4 : « J'essaye de répondre le moins souvent possible sur le iPhone. Ça m'irrite d'écrire là-dessus. Je suis incapable sur un iPhone d'écrire un seul mot sans faire une erreur. Et étant quelqu'un qui travaille avec les mots, je ne peux pas me résoudre à envoyer un message avec une erreur. Donc c'est extrêmement long. » Selon ce journaliste, c'est une question de génération parce que les journalistes de moins de 30 ans semblent savoir utiliser les raccourcis sans rencontrer les mêmes problèmes.

Les utilisateurs de iPhone seraient-ils plus permissifs sur la qualité de la langue que les utilisateurs de BlackBerry par la seule forme de l'appareil? Nous tenterons d'y répondre plus loin. Cela dit, les affordances d'un appareil reposent sur les capacités de perception de l'utilisateur, un petit appareil qui tient dans la main, qui est silencieux, qui comporte un clavier suggère-t-il davantage de tâches d'écriture que le iPhone, plus gros et sans clavier? Selon Merchant, la relation entre nos mains, les outils qu'on utilise pour écrire et les surfaces sur lesquelles on écrit sont d'une importance capitale dans l'évolution de l'écriture (Merchant, 2006 : 86). Les affordances d'un nouvel outil conduisent à de nouvelles façons de créer et de construire des textes selon les mouvements des mains, des doigts et des pouces. C'est que l'écriture numérique ne fait pas que changer les mouvements des mains et des doigts, elle change aussi la relation entre l'auteur et son texte. Il ne s'agit plus d'une relation directe entre un mouvement et une marque sur une page mais d'une relation médiée par le circuit informatique. (Merchant, 2006 : 87)

Cet autre journaliste a fait la transition du BlackBerry vers le iPhone. Un an plus tôt, il appréhendait l'arrivée du iPhone au journal parce qu'il appréciait le clavier du BlackBerry. Le répondant 2 : « Je ne suis pas sûr que je vais abandonner le BlackBerry parce que moi j'écris avec ça et de ce que je vois du iPhone et de ce que j'entends des gens qui s'en servent, ce n'est pas un appareil qui sert à écrire. Et moi j'écris. C'est un incontournable ça. Là-dessus, je ne peux même pas négocier là. » Quand on lui demande s'il est à l'aise avec le clavier du BlackBerry, il répond : « Oui à l'aise dans la mesure où on peut l'être. Évidemment ce sont des appareils faits pour les anglophones. »

Il faut dire que ce journaliste effectuait plusieurs tâches d'écritures sur son BlackBerry. Avec la fonction bloc-notes, il lui arrivait souvent de prendre en note les éléments qu'il voulait rajouter plus tard à un texte ou encore certaines idées qui lui venaient pour une prochaine chronique. Mais les tâches d'écriture auxquelles il s'adonnait sur son BlackBerry n'étaient pas forcément courtes et il en venait même à rédiger de longs textes à l'aide du clavier de son téléphone. Le répondant 2 : « Il m'arrive d'écrire des chroniques là-dessus. Oui quand j'ai le temps où quand je suis dans un avion par exemple. Un vol Montréal-Toronto, tu n'as pas le temps de sortir ton ordinateur, il est en haut, il faut que tu le prennes, il faut que tu le démarres, c'est plus long. Finalement le temps que tu perds avec la mécanique là, je suis mieux de sortir ça. Je l'ai tout le temps dans ma poche, je le sors et j'écris très vite avec ça maintenant même les accents. » Cela dit, il s'agit d'un cas exceptionnel. Aucun des autres journalistes rencontrés n'avait la même pratique.

Un an plus tard, le répondant 2 s'est habitué à son nouvel iPhone. Il semble s'être plié aux conséquences collectives involontaires de l'usage des autres (Fischer, 1992 : 19), mais certaines fonctionnalités du BlackBerry lui manquent encore : « Je me suis finalement sevré du BlackBerry. Ça a été long. Parce que pour écrire c'est franchement mieux. [...] Le clavier était mieux fait avec le BlackBerry, j'écrivais des chroniques là-dessus. Et je ne regardais même pas le clavier là, c'était vraiment comme un doigté. Ça fonctionnait super bien. Ça [en pointant son iPhone], c'est pas mal plus chiant, c'est pas mal moins convivial, c'est vraiment fait pour 140 caractères et moins. » Ce journaliste s'en sert donc pour tweeter mais aussi pour formuler des

réponses plus succinctes à des courriels. Quant aux notes qu'il prenait avec le BlackBerry, il en prend moins avec le iPhone parce qu'il fait plus de fautes avec le clavier tactile.

Plusieurs journalistes, dont ce dernier, malgré les multiples moyens technologiques à leur disposition, nous ont dit préférer prendre des notes de façon manuscrite. Witschge et Nygren (2009) pensent aussi que les conditions changeantes dans lesquelles les journalistes exercent leur métier exacerbent leur attachement à certaines traditions journalistiques. Ainsi, certains journalistes préfèrent recourir aux méthodes qu'ils connaissent depuis longtemps, notamment en ce qui a trait aux notes. Le répondant 2 : « Je prends des bonnes vieilles notes dans un calepin ou dans un cahier, le plus souvent. Sauf que si après ça j'ai une forme de chronique qui se forme, bon là je vais plutôt l'écrire soit sur le iPhone, soit sur mon portable. » Le répondant 6 : « La seule fois où j'ai pris des notes sur ça [le BlackBerry], j'ai eu de la difficulté. [...] Ça m'a dépanné. Mais en général, je vais prendre un crayon, je vais avoir un cahier, j'ai toujours des cahiers d'habitude. En plus, on est capables après ça de les regrouper. »

Hormis sa grande facilité d'utilisation, le iPhone présente un autre irritant en plus du clavier. Le répondant 2 : « Je me bousille les yeux aussi, je le sens de plus en plus parce que c'est vraiment un petit écran. Ça, ce n'est pas au point. Mais bon pour le reste, c'est vrai que le iPhone est tellement plus sexy que le BlackBerry. Il est tellement plus facile, tellement plus agréable. L'écran est super beau, les applications, ça fonctionne super bien. L'écran se tourne dans tous les sens. » Ce journaliste mentionne que pour Twitter, c'est vraiment l'idéal puisque l'icône est facilement accessible, il peut rapidement aller chercher des références et les tweeter. Il mentionne aussi les jeux et la musique qu'il a transférés sur ce même appareil. Si ce n'était du clavier tactile qui l'empêche de rédiger comme avant, le iPhone serait le téléphone intelligent parfait.

En effet, parmi les avantages cités du iPhone, on note surtout les possibilités d'organisation de l'appareil. Le répondant 4 : « Je n'avais qu'un cellulaire qui n'avait pas la fonction calendrier, qui n'avait pas la fonction des contacts et j'ai réalisé qu'à la longue, ça m'emmerdait et ça me pesait beaucoup plus de ne pas avoir accès. Ce n'était pas les courriels qui

me manquaient en mobilité, c'était l'agenda. » Plutôt que d'avoir plusieurs appareils, ce journaliste-ci s'est senti contraint d'en choisir un seul qui pouvait le mieux réunir toutes les fonctions utiles. « Il y a deux ans à peu près, je suis revenu sur ma position, je me suis acheté un iPhone mais les courriels ne rentrent pas directement dedans. » Ce même journaliste a tenté de contraindre ses compulsions à vérifier ses messages en rendant la tâche plus difficile à exécuter. Nous y reviendrons plus tard.

Quoi qu'il en soit, le téléphone est beaucoup moins utilisé pour ses fonctions de communications vocales. Le répondant 5 : « Depuis que le BlackBerry existe, et depuis que le iPad existe, le téléphone sonne 80 % de moins. » Les communications internes se font surtout pas courriels : « C'est ça aussi la vérité, c'est qu'ils ont cessé de nous téléphoner. Maintenant le *desk* nous parle par courriel et vice versa donc on n'a plus à se chercher par téléphone. Et puis l'horreur de voir le numéro de téléphone du journal apparaître à 7 h 30 le soir sur le téléphone à la maison là, c'est fini. » Pour ce journaliste, le téléphone a pratiquement disparu de sa pratique journalistique, la plupart de ses communications se faisant par courriel. Il peut même passer plusieurs mois à correspondre avec des interlocuteurs sans jamais avoir à leur parler.

1.4. Les journalistes intègrent-ils les tablettes à leurs pratiques?

Avec son écran plus grand et son clavier moins contraignant, le iPad est-il la prochaine panacée des journalistes? Le répondant 2 : « Le clavier est plus facile parce qu'il est plus grand. C'est un écran qui est plus grand tout simplement. À la limite, si on se place comme il faut, on peut y aller presque avec le doigté de clavier régulier. » Cela dit, les limitations du iPad sont le manque de logiciel de traitement de texte. Ce journaliste a toujours peur de perdre ses notes puisqu'il n'y a pas de sauvegarde manuelle. En fait, il pourrait complètement se passer de tablette sans voir la différence dans l'organisation et la complétion de ses tâches quotidiennes.

D'autres pensent, au contraire, que le iPad pourrait devenir l'unique appareil au travail. Dans ce cas-ci, bien que le journaliste garde un ordinateur fixe à la maison, il a déjà remplacé l'ordinateur portable. Le répondant 5 : « Je n'ai plus de portable et je n'en aurais plus. C'est fini parce que le iPad fait ça pour moi et c'est plus portatif. Je ne suis pas obligé de *loader* 56 affaires. Le iPad fait bien plus que ce que je veux. Alors je ne trainerai plus de portable. Je vois dans les aéroports que je ne suis pas le seul à être arrivé à la même conclusion. » Si la tablette est de plus en plus populaire, va-t-elle pour autant remplacer l'ordinateur portable? Ces outils peuvent-ils plutôt devenir complémentaires?

Sans nécessairement remplacer l'ordinateur portable, ce journaliste-ci apprécie cette complémentarité à ses autres outils. Le répondant 6 : « Au début, on a été faire le choix en fonction de ses capacités comme il n'y a pas de clé USB. Je pouvais donc mettre en mémoire beaucoup. Moi ce que je voulais c'était pouvoir travailler sur Internet quand je suis en mouvement et quand il n'y a pas de wifi. Parce que j'ai le wifi avec le portable, mais des fois aussi, des journées où je n'ai pas à écrire, c'est un peu lourd à traîner donc avec le iPad c'est beaucoup plus convivial pour ça. » Il semble ici que l'attrait principal du iPad soit son poids puisque le clavier tactile, bien qu'il soit plus grand que celui du iPhone, pose encore problème.

Ce premier journaliste n'a pas ce problème d'écriture avec le iPad puisqu'il s'est procuré un clavier. Le répondant 5 : « Je me suis acheté un clavier parce que je n'étais pas très bon avec leur clavier virtuel mais pour 77 \$ je me suis ramassé avec un ordinateur portable qui fait tout pour moi. » D'autres ont plus de difficulté à s'adapter à la rédaction sur iPad même avec un clavier portatif. Le répondant 6 : « L'autre fois, j'étais en auto, je devais écrire en chemin. [...] J'étais branchée sur mon clavier et j'écrivais en chemin mais bon, c'est un petit clavier, il faut faire double touche pour les accents alors à un moment donné, t'oublies là, il faut tout le temps que tu t'en rappelles. » Ce journaliste utilise donc le iPad lorsqu'il n'a pas d'ordinateur à portée de mains, mais il ne s'agit pas de son appareil d'écriture de prédilection.

Bien sûr, en ce qui concerne le iPad, l'avantage noté par plusieurs journalistes, c'est celui de la plus grande mobilité et de son format pratique autant pour ce qui est du contenant que du contenu. Le répondant 5 : « Je dirais que dans ces trois objets là (le BlackBerry, l'ordinateur de bureau et le iPad) celui qui a le plus amélioré mon mode de fonctionnement c'est certainement le iPad à cause de sa portabilité, à cause du fait que maintenant je peux me brancher dans Internet, dans un parc, assis sur un banc, dans un restaurant. Je ne suis plus à la merci du wifi de Pierre-Jean-Jacques ou du Second Cup. » Le format de l'appareil semble aussi plus pratique que celui d'un ordinateur. Le répondant 6 : « Il y a des journaux maintenant, *Le Devoir* et *La Presse*, je les lis sur le iPad, ça c'est mieux que sur l'ordi et en déjeunant, c'est mieux. C'est parce que c'est facile à mettre de côté, on ne met pas de miettes de toast dans notre clavier d'ordinateur, pas de danger qu'on y échappe notre café, bref c'est plus convivial aussi pour lire, c'est vraiment comme si on lisait le journal. »

La facilité d'utilisation pour la lecture de journaux est effectivement un argument qui revient quelques fois. Le répondant 5 : « Avant je les lisais sur mon ordinateur mais maintenant comme je peux amener mon iPad dans mon lit, je peux le lire sur le sofa, je peux lire sur la table, systématiquement je lis sur le iPad. » Ce journaliste lit notamment des applications de journaux sur son iPad. Il a même annulé ses abonnements papier à cause de ses nombreux déplacements. « Je n'en lis plus un seul sur papier, parce que je ne suis pas assez chez nous pour avoir un abonnement papier, il va traîner trop souvent sur le pas de la porte et en plus il arrivait trop tard. »

A contrario, cet autre journaliste demeure quelque peu réfractaire, notamment en ce qui concerne la lecture de journaux. Le répondant 2 : « Moi je ne vois pas l'utilité d'avoir ça. Quand j'ai le temps de lire le journal [papier], c'est parce que j'ai le temps de l'avoir avec moi là, comme si je voyage, par exemple. Je vais aller acheter un journal. Je vais certainement y arriver comme tout le monde à un moment donné. La seule chose que je vois qui pourrait m'être vraiment utile c'est pour les livres. Quand je voyage oui, parce que ça fait du poids de moins. » C'est encore une fois le poids qui vient faire l'avantage de l'outil avant les fonctions qui lui sont propres.

Ce journaliste-ci s'en sert comme aide-mémoire. Le répondant 6 : « Si je fais un téléchargement sur mon iPad, c'est comme aide-mémoire. Pour me le mettre là et j'arrive à la maison, ok j'avais un document, je voulais le conserver, souvent je vais le laisser dans le iPad mais je vais le prendre en note et je vais aller le rechercher pour le mettre dans mon ordi. » Un des seuls aspects que cet autre journaliste trouve potentiellement intéressants pour un usage professionnel serait ses possibilités d'organisation du travail. Le répondant 2 : « Je pense que ça peut devenir aussi un outil de classement intéressant. Que tu as tout le temps avec toi et qui est gros comme ça et qui ne pèse pas lourd. Tu peux avoir tous tes fichiers là, tu peux avoir l'équivalent d'un classeur au complet là-dedans. Ça peut être utile pour faire des recoupements par exemple ou faire de la recherche. » Il mentionne les avantages de pouvoir tout regrouper sur un seul appareil.

2. Les particularités du journalisme politique

Avant d'aller plus loin, il nous semble essentiel de décrire les circonstances de travail spécifiques aux journalistes affectés à la couverture de la politique, qu'elle soit municipale, provinciale ou nationale. En effet, ces journalistes sont souvent plus exposés que leurs collègues de par la nature des sujets qu'ils couvrent. Cela dit, leurs méthodes de travail sont parfois entourées d'une grande discrétion puisqu'ils font souvent affaire avec des élus. Ici, nous explorerons quelques modes de communication dont certaines spécificités sont propres au journalisme politique avant de poursuivre sur d'autres usages de la profession constatés dans le cadre de cette étude.

Dans un premier temps, comment se font ces communications avec l'entourage du pouvoir? Essentiellement par courriel, selon plusieurs journalistes. Le répondant 6 : « Ici à Ottawa, ça marche beaucoup maintenant pour les communications, ce qui est assez énervant, par courriel. » Pour certains, ce changement de paradigme du téléphone vers le courriel n'est pas sans incidence sur les relations de travail. Le répondant 5 : « C'est sûr que ça change la façon de

travailler et ça change aussi le contact. » Ce journaliste explique qu'à ses débuts, les communications téléphoniques avec les fonctionnaires se comparaient à une consultation dans une clinique médicale polyvalente. Selon lui, la plupart des dossiers traités de cette manière étaient sans grande importance. Maintenant les appels aux fonctionnaires seraient plutôt devenus des urgences d'hôpitaux auxquelles on peut avoir recours seulement en cas de véritable problème. Selon lui, plusieurs fonctionnaires sont désormais des communicateurs de messages et les échanges se sont appauvris.

En effet, un des effets les plus probants de ce système de communication entre journalistes et fonctionnaires est cette diminution d'interaction et donc moins d'explication des dossiers en cours. Le répondant 6 : « Ça m'énerve quand les ministères [...] ne répondent que par courriel parce que souvent on a d'autres questions. Il n'y a pas moyen d'avoir des interactions alors qu'avant, il y a 5 ans passés encore, on appelait, un fonctionnaire rappelait et [...] on était capables d'avoir un échange et au moins de conclure ça. Sinon on joue à la *tag* par email toute la journée, c'est fou bras, on n'arrive pas à avoir ce qu'on veut. Ah, c'est désagréable. » Ces communications par courriel ont contribué à diminuer la qualité des échanges bien que leur quantité soit plus importante maintenant qu'elles ont remplacé le téléphone.

Curieusement, le nombre de communications par courriel semble être plus grand, mais le nombre d'interactions diminue. Autrement dit, il a moins de réelle conversation. Les journalistes tentent de contourner cette nouvelle façon de faire, souvent en vain. Le répondant 6 : « Souvent ce que moi je fais, c'est que je vais laisser un message téléphonique et là je vais leur envoyer un courriel avec une idée des questions plus précises que je veux leur poser. » Devant leur refus de répondre par téléphone, ils préfèrent refuser davantage d'explications par courriel. Cette méthode, bien qu'inefficace pour le travail quotidien des journalistes, permet néanmoins à ces derniers de documenter les échanges, ce qui était impossible par téléphone. « En même temps, je n'haïs pas ça d'avoir un courriel non plus parce qu'il y a un dossier que j'ai fait avec ma collègue, le fait de l'avoir par courriel, c'est qu'on avait la preuve de toute leur opacité et leur refus de répondre avec clarté. »

Les outils de communication utilisés par les journalistes participent-ils à cette nouvelle façon de faire des fonctionnaires? Si les journalistes n'étaient pas si accessibles par courriel, les fonctionnaires auraient à trouver un autre moyen d'entrer en contact avec eux. Le répondant 6 : « Ils en profitent quand même pour éviter le contact direct. Parce qu'autrement ils auraient été obligés de téléphoner. » Ce journaliste précise que ces méthodes sont apparues avec le gouvernement fédéral actuel dans les cinq dernières années. Aucun fonctionnaire ne peut répondre sans autorisation. Pourtant, les journalistes ne contactent les fonctionnaires que pour des questions factuelles. Pour tout ce qui est politique, ils font affaire directement avec le bureau du ministre. Devant ce manque de communication, les journalistes trouvent des façons de parvenir à leurs fins qui ne plaisent pas aux élus, exacerbant du coup les tensions. « On est obligés de s'en remettre à des experts extérieurs, des gens généralement critiques du gouvernement et après ça ils chialent que leur point de vue n'est pas représenté, oui mais vous ne l'exprimez pas, qu'est-ce que vous voulez que je vous dise? »

Ainsi, avec l'utilisation de plus en plus répandue des courriels, de nouvelles stratégies émergent de part et d'autre. L'envoi tardif de courriels est l'une d'elles, selon ce journaliste : « Une grosse nouvelle qui nous arrive à 5 h 30 le soir, il y a une raison pour ça. Il y a des rapports qui sont rendus publics le vendredi à 5 h. Ben ça oui il faut en prendre note. Parce qu'il y a une volonté que ça passe inaperçu. C'est ça que ça veut dire. » De plus en plus, les journalistes portent attention à ce genre de méta-données et trouvent des explications à même les codes du courriel.

Cet autre journaliste s'inspire des heures de courriels pour dresser un meilleur portrait des personnalités politiques avec lesquelles il transige. Le répondant 2 : « Je suis capable de détecter les gens qui sont très lève-tôt ou les insomniaques. En politique, ça peut même parfois être utile pour moi de savoir que quelqu'un m'a répondu à 5 h moins quart le matin. [...] Les gens qui dorment 4 h par nuit, c'est un trait de personnalité, les gens qui se lèvent hyper tôt, au même titre que les gens qui ne répondent pas ou les gens qui répondent très vite avec un peu de colère. » Ce

journaliste se sert donc de ces petits indices consciemment ou inconsciemment intégrés au courriel pour mieux cerner les politiciens, ce qui ultimement l'aide dans la pratique de son métier.

Cet autre journaliste se montre souvent méfiant surtout lorsque les messages sont échangés publiquement, par exemple, sous ses articles mis en ligne. Par prudence, il préfère ne jamais répondre. Le répondant 5 : « Jamais dans 100 ans parce que les gens qui écrivent en dessous de mes chroniques et qu'on met sur le site du journal, d'abord je ne sais pas c'est qui, ensuite ils peuvent tous être assis dans le war room d'un parti politique ou bien d'un lobby quelconque et je n'ai absolument aucun intérêt à lire ce qu'ils écrivent. C'est une façon comme une autre d'intimider les gens, la chose la plus sensée, c'est de ne pas les lire. » Les journalistes qui couvrent la politique ont cette autre préoccupation qu'est la stratégie politique. Ils ne veulent surtout pas servir de courroie de transmission d'information d'un parti à un autre d'où l'extrême vigilance dans leurs échanges et la conscience du caractère public de leurs écrits.

Plusieurs journalistes réussissent tout de même à entretenir des relations cordiales avec certains élus. Sans parler d'amitié, plusieurs parviennent à outrepasser les tensions obligées des rencontres quotidiennes pour créer un climat de travail agréable. Après un vol avec un maire, ce journaliste raconte que même si des échanges amicaux ont lieu, chacun connaît son rôle. Le répondant 7 : « Est-ce que ça veut dire que je suis devenu super amical avec Régis Labeaume ou que demain si j'ai un scoop qui le met vraiment dans l'embarras, est-ce que je vais hésiter une seule seconde à l'écrire parce que j'étais à côté de lui dans l'avion? Je crois qu'il comprend très bien la situation, c'est le même Régis Labeaume en question là qui m'a planté en conférence de presse mais c'est correct là, je le prends pas perso. » Les journalistes, comme les politiciens savent bien jouer leur rôle au moment opportun.

Cet autre journaliste fait lui aussi bien la distinction entre la vie quotidienne et le travail et son exemple illustre bien que les politiciens la comprennent tout aussi bien. Le répondant 1 : « J'écrivais que mon ami Michel Hébert du *Journal de Québec* a été opéré au cœur. Là Jean Charest, il apprend qu'il a été opéré au cœur. Il appelle Michel au téléphone et il dit : *en tous cas,*

ça prouve que t'as un cœur. Quand j'ai su ce qui arrivait je me suis demandé si les médecins trouveraient quelque chose! Elle est bonne! Moi je l'ai trouvé drôle et Michel l'a trouvé drôle. Il dit je suis un tortionnaire de Jean Charest, je pose les questions les plus dures possibles, c'est normal qu'il me réponde ça et en même temps, c'était affectueux! »

Mis à part les rencontres de travail et les coups de fil exceptionnels comme ce dernier, une des façons privilégiées de garder ce bon contact est de le faire par messagerie BlackBerry, c'est à dire de s'envoyer des messages d'un BlackBerry à un autre. Le répondant 2 : « Je l'utilise beaucoup avec certaines personnes. Dans mon métier, c'est assez utile, dans mon secteur là, il y a certains ministres, par exemple, qui ne veulent pas être sur le serveur du gouvernement là, ou des collègues à moi, et je le sais parce que ça, ça apparaît en rouge. Donc on sait qu'on communique de l'un à l'autre directement plutôt que de passer par nos serveurs respectifs. C'est assez utile donc il faut quand même que je le garde à la vue là pendant la journée. » Le répondant 5 : « C'est un réseau qui n'a pas de résonance papier. Pour parler avec des ministres, c'est très pratique. C'est bien plus facile et d'autre part, les gens ne nous voient pas. Leur patron ne les voit pas. C'est extraordinaire. »

Ce type de communications entre journalistes et élus repose donc sur l'utilisation de ce téléphone bien spécifique qu'est le BlackBerry et s'impose quasiment lorsqu'un journaliste est affecté à la couverture politique. Le répondant 5 : « En politique, le BlackBerry sert essentiellement maintenant à communiquer avec des gens que souvent ça pourrait être embêtant pour eux qu'on soit en train de leur parler dans un couloir. Et vice versa, ça nous sauve du temps parce qu'on passe par-dessus le secrétaire de presse et tout le reste. » L'adoption du iPhone signifie donc pour certains la perte de ce canal de communication privilégié.

Certaines communications, plus publiques celles-là, ont lieu sur la plateforme Twitter. Ce journaliste a ainsi pu provoquer une rencontre de presse en dénonçant, sur Twitter, l'absence d'une telle rencontre entre journalistes locaux et politiciens en pleine campagne électorale. Le répondant 2 : « Je me souviens quand je suis rentré dans l'autobus, l'attaché du Parti libéral qui

voyageait avec nous [...] m'a regardé et il m'avait fait, tu me fais chier. Je lui ai dit, je pense que je vous ai rendu service plus qu'autre chose parce que vous étiez vraiment dans le trouble là mais en tous cas. Alors ça, ça avait super bien marché. » Ce genre de communication se fait donc non seulement indirectement mais sur la place publique ce qui oblige les journalistes comme les politiciens à ménager leur image publique.

3. Le journal comme vaisseau amiral des journalistes

Si les habitudes des journalistes évoluent, celles des lecteurs de journaux aussi et les entreprises de presse tentent de s'y adapter en augmentant les efforts investis sur diverses plateformes numériques. Cela dit, trois des sept journalistes interviewés ont insisté sur la priorité qu'ils accordent au journal lui-même. Le répondant 6 : « Internet, c'est une plateforme mais ça ne remplace pas le vaisseau amiral du journal. » Si le journal papier reste la principale locomotive, pour le répondant 4, c'est d'abord une question de structures en place et de rentabilité : « C'est l'ancienne technologie du papier ou de la télé qui permet de supporter les coûts et l'infrastructure du web, ce n'est pas le contraire. »

Cette conception du journal a également son effet sur l'effort et l'énergie que le journaliste déploie sur les diverses plateformes. Le répondant 4 : « L'analogie que j'utilise souvent c'est que le blogue, disons que je suis un musicien ou un chanteur ou un humoriste, c'est le spectacle en région. La chronique [papier] c'est le spectacle au Centre Bell. [...] Donc ça ne veut pas dire que ce n'est pas bon dans le blogue, c'est différent. C'est un peu plus *rough*. » Le répondant 2 abonde dans le même sens : « Quand j'écris dans le journal, c'est le niveau un de la prudence, de la rigueur, aussi bien dans la forme que sur le fond. Le blogue, déjà, c'est plus rapide. Je pense que je baisse un peu le niveau. » Bien que ce soit parfois involontaire, ce journaliste rajoute que le degré ultime de relâchement de la prudence s'exprime sur Twitter.

Ainsi, il semble exister un genre de gradation de la rigueur et de l'importance entre les diverses plateformes que doivent gérer et maintenir les journalistes de la presse écrite. Et cette

gradation ne semble pas passagère puisqu'elle reflète leur conception du journalisme ainsi que l'importance qu'ils accordent ou qu'ils peuvent accorder à chaque plateforme. Le répondant 3 : « Certains me l'ont dit, dans leurs commentaires, lorsqu'ils me lisent dans l'écrit sur du papier, ils me trouvent beaucoup plus sérieux que sur mon blogue. Parce que sur le blogue, je me permets de déconner un petit peu des fois. Pas beaucoup mais quand même. Alors sur le blogue on se sent un peu plus *lousse*. » Nous reviendrons plus tard sur cette notion d'identités multiples que semblent développer les journalistes dans le but de s'adapter à diverses plateformes.

Si l'utilisation de ces nouvelles plateformes de diffusion que sont les blogues et les réseaux sociaux vient avec de nouveaux codes et de nouveaux comportements, elle vient aussi avec son lot de tâches supplémentaires que le journaliste tente de gérer. Du côté des inconvénients qui viennent en tête de liste sont la lourdeur de la tâche et la connectivité permanente. Le répondant 2 : « S'il y en a un qui commence à faire ça, il faut que tu le fasses aussi. C'est comme ça que tu te retrouves sur Twitter. Après ça Twitter, il faut que tu l'alimentes, il faut que tu mettes autre chose. Ça vient avec un poids là. »

Ce journaliste fait référence à l'effet d'entraînement qui accompagne la généralisation d'une nouvelle technologie. Comme le mentionne Fischer, ce qui apparaissait comme un dispositif optionnel peut s'imposer de lui-même même si le nouvel utilisateur ne le souhaite pas (Fischer, 1992 : 19). Ainsi, l'adoption du nouvel outil peut se faire dans l'adversité plutôt que dans l'enthousiasme.

4. Une mobilité plus facile à gérer au quotidien

La plupart des journalistes rencontrés ont principalement accès à deux outils de communication, le téléphone intelligent et l'ordinateur portable. Seulement deux d'entre eux utilisaient la tablette pour le travail de façon régulière. Fait à noter, l'accès à ces nouveaux appareils tous connectés à Internet diminue l'usage de technologies plus anciennes comme le téléphone tel que nous le mentionnions plus tôt ou encore, la télévision. Le répondant 5 : « Pour

un chroniqueur, c'est extraordinaire parce que ça veut dire pas besoin d'allumer la télé. Pendant des années, la télé, les chaînes continues, Newsworld, RDI, CPAC, c'était vraiment un outil essentiel. Maintenant c'est un outil utile mais c'est moins essentiel d'abord parce que sur plusieurs sites Internet, on peut voir en direct ou même en différé des événements. » Avec leurs divers outils connectés à Internet, les journalistes ont maintenant accès à davantage de mobilité.

Les journalistes semblent éprouver le besoin d'adhérer à des pratiques qui renforcent leur statut et donc choisissent de maintenir les valeurs qui génèrent et légitiment ces pratiques. Loin d'être technophobes, les journalistes ont adopté le web dans leurs pratiques quotidiennes, mais seulement quand il convient à leurs objectifs professionnels immédiats. Ils sont beaucoup moins enthousiastes lorsqu'il s'agit d'utiliser le web pour exercer des changements radicaux dans leur travail (O'Sullivan et Heinonen, 2008 : 368). En effet, les nouvelles technologies prennent du temps à s'implanter dans une entreprise médiatique. Dans un premier temps, elles ont plutôt tendance à amplifier les méthodes existantes et deviennent des compléments aux méthodes de travail en cours (Deuze, 2008 : 11). Ainsi, on effectue certains transferts de tâches d'un médium à un autre, comme de la télé à Internet pour le suivi des actualités, mais la tâche en elle-même reste essentiellement la même. Le répondant 5 : « Maintenant mes dictionnaires sont au chalet. Ça ne me donne rien d'avoir des dictionnaires, je les ai de toute façon sur mes 56 000 gadgets. »

Les journalistes ne retourneraient pas dans un monde sans Internet et la mobilité acquise semble être un grand avantage. Les gains, selon eux, sont nombreux, notamment la vitesse, l'efficacité et l'ubiquité. Le répondant 3 : « Les nouvelles technologies nous donnent une capacité de travailler 100 fois plus vite qu'auparavant. Et n'importe où. Ça c'est extraordinaire, t'as une bibliothèque à la maison, t'as une bibliothèque en voyage, partout. » Le répondant 6 en profite aussi : « Je vais m'asseoir, je vais faire toute ma recherche, je vais tout chercher, je vais me faire mon dossier et là ben, je peux bien ne pas avoir accès à Internet, ça ne me fait pas un pli parce que je peux tout écrire, et après ça il s'agit juste que je retrouve une place qui a du wifi, et on envoie le texte. » Parmi les endroits de prédilection de ce journaliste, on retrouve les parcs, les cafés et les bibliothèques.

Parmi les plus grands avantages de l'Internet mobile, la possibilité omniprésente de transmission des articles semble être un des aspects qui a le plus facilité le travail des journalistes. Le répondant 5 : « Depuis qu'on a des BlackBerry, c'est facile de transmettre parce qu'on arrêtais de travailler et on envoyait notre chronique au BlackBerry donc on savait que où qu'on soit, on allait pouvoir transmettre notre texte. J'ai travaillé à la radio et puis après dans les journaux, ça a toujours été quelque chose qui consommait de l'énergie pour rien, l'inquiétude de savoir comment on va faire pour envoyer nos textes. » Ainsi, selon ce journaliste, c'est véritablement la mobilité et non les techniques de travail qui ont évolué. Le répondant 5 : « [En cinq ans], ça n'a pas beaucoup changé, je passe autant de temps sur la route, mais c'est plus facile de travailler sur la route. »

Ce journaliste raconte que la transmission du texte pouvait même devenir une stratégie politique. Le répondant 5 : « J'ai couvert une campagne et ce n'était pas il y a 100 ans là, mais presque, en 1985, où les conservateurs en Ontario avaient un problème de positionnement. C'était la journée où la Charte des droits entrait en vigueur, l'article 15 sur l'égalité. On avait posé des questions au premier ministre de l'époque et il y avait un problème d'accordage de violons alors pour nous empêcher de transmettre nos papiers, ils nous ont amené à un BBQ dans le fond d'un chemin de campagne de rang où il n'y avait aucun téléphone à cinq milles. Et donc, pendant deux heures, pendant qu'eux autres essayaient de se donner une réponse, on a été totalement captifs de la campagne et incapables d'envoyer un seul texte. » Ce genre de situation ne serait plus possible de nos jours à moins de confiner les journalistes à un endroit rural sans wifi.

D'ailleurs, ce journaliste se plaît à comparer ses méthodes actuelles à celles de ses débuts en journalisme. Il fallait trouver les numéros de téléphone, parler aux bonnes personnes les unes à la suite des autres alors que de nos jours, par un dimanche matin, tout est disponible sur Internet. Le répondant 5 : « C'est sûr qu'au niveau de la productivité, on est mieux informés parce qu'on est plus capables de vérifier des faits quand on les écrit. » En somme, les journalistes sont plus autonomes et plus libres de leurs mouvements. Le répondant 6 : « Avant on avait juste des lignes

fixes alors on était vissés à notre bureau. Dès qu'on partait faire un point de presse, on ratait je ne sais pas combien d'appels, il fallait faire les retours d'appels, ça ne finissait plus. Alors ça [le BlackBerry] c'est un outil qui est quand même génial d'autonomie. »

Quoique les journalistes soient plus mobiles, ils préfèrent néanmoins garder un certain flou autour de leur emplacement physique. Le répondant 5 : « Mon BlackBerry fonctionne tout le temps. Mais c'est pour les courriels et c'est aussi parce que ça permet aux gens de m'appeler et de n'avoir aucune idée où je suis. Mon téléphone est dans le 613, il n'y a personne qui sait où je suis. Ils pensent tous que je suis assis dans mon bureau, des fois c'est vrai. » Même les indicateurs de mobilité, comme les messages « envoyé de mon BlackBerry » n'indiquent pas réellement où se trouvent les journalistes et c'est ce qu'ils semblent apprécier. Le répondant 6 : « Je peux être chez moi et répondre sur le BlackBerry. Le BlackBerry, c'est toujours indiqué, pareil avec le iPad, ça me laisse un peu indifférent. Qu'ils sachent quel outil technologique j'ai utilisé, ça ne leur indique pas où je suis ni ce que je fais. »

Cet autre journaliste confirme que le message des appareils mobiles n'est pas un indicateur fiable de sa mobilité. Le répondant 7 : « Je peux être en déplacement et envoyer de mon iPhone ou de mon BlackBerry, ça ce n'est pas un signal que je suis en déplacement si je l'envoie de l'un ou de l'autre, ni de Facebook ou de Twitter. Je peux être n'importe où et envoyer ça. Je peux être en Chine et envoyer de mon BlackBerry. Ça ne renseigne pas sur l'endroit où je suis. » Ce journaliste mentionne aussi qu'il peut, selon la situation, activer les paramètres de géolocalisation pour renseigner volontairement sur son emplacement actuel.

L'utilisation de ces indicateurs de mobilité n'est pas aussi anodine qu'il y paraît à première vue. En exhibant toujours une certaine mobilité, ces journalistes cachent leurs réelles allées et venues. Ils cherchent ainsi à présenter une image cohérente d'eux-mêmes, qu'ils soient au travail ou non (Caron et al., 2012 : 18). Aussi, ils brouillent les perceptions de leurs interlocuteurs ce qui permet un plus grand contrôle de leur présentation de soi. Dans l'étude de Caron et al., l'utilisation de la technologie mobile par les chefs d'entreprise est perçue comme un

outil qui aide à projeter une image positive de quelqu'un de responsable et d'efficace qui maîtrise bien ses dossiers, qui soigne ses relations d'affaires (Caron et al., 2012 : 19). L'utilisation constante d'indicateurs de mobilité, qu'elle soit volontaire ou non, peut arriver au même résultat pour les journalistes.

4.1. Des façons de déjouer la mobilité

Les technologies ont beau être de plus en plus mobiles et permettre le télétravail beaucoup plus facilement qu'avant, les journalistes semblent pourtant privilégier la présence physique pour une meilleure collaboration entre collègues. Le répondant 4 : « Oui on a des moyens technologiques pour rester connectés, rester en interaction, rester branchés sur l'actualité, mais la force d'un journal comme le nôtre c'est ce maillage là entre des gens assez allumés. » Ce journaliste nous a raconté l'anecdote récente d'une conversation d'ascenseur avec un collègue qui lui a donné l'idée d'une chronique : « Donc c'est pour ça que c'est important pour moi de venir, aussi des fois, tu testes des idées avec d'autres, tu penses que tu as un flash de génie, tu le testes et là tu regardes tes collègues qui disent non. [...] Ça aussi c'est la force d'un journal. Voilà. »

Dans le mémoire de Leblanc, certaines alternatives, comme le travail à la maison, ont été envisagés pour désengorger la salle de rédaction de *La Presse*. Bien que les journalistes n'y aient pas été opposés, ils préconisaient là aussi l'atmosphère du journal parce qu'elle les stimulait dans leur travail. De plus, ils ont aussi mentionné que les contacts avec les collègues et l'accès au centre de documentation leur étaient indispensables (Leblanc, 1987 : 91). La situation ne semble pas avoir beaucoup évolué malgré l'accès à la mobilité.

Cet autre journaliste abonde dans le même sens surtout lorsqu'il s'agit de reportage, contrairement à la chronique ou au commentaire. Le répondant 6 : « On est toujours à la recherche de détails et au journal on a une recherchiste alors à un moment donné, il faut que tu sois là pour collaborer avec tes collègues aussi. » Cela dit, les corps de métiers journalistiques sont bien différents les uns des autres et tous n'ont pas les mêmes besoins ni les mêmes objectifs.

La mobilité ne sert donc pas à tous les journalistes de la même façon. Le répondant 5 : « Contrairement à la majorité des journalistes qui vont couvrir des événements, moi il faut que je me lève en sachant ce que je fais. » Ce chroniqueur peut donc travailler un peu n'importe où puisqu'il compte moins sur les ressources d'une équipe.

Cela dit, cette mobilité peut être d'un précieux secours lorsque certains journalistes politiques souhaitent garder une partie de leurs informations secrète. Le répondant 5 : « La vérité, c'est que quand on va à la période de question maintenant il y a une multitude de conversations qui ont lieu entre journalistes qui sont assis en haut et les gens qui sont assis en bas. Mais personne ne le sait. Personne ne sait qui est en train de parler à qui. » La mobilité est au centre des relations des journalistes et du personnel politique puisqu'il est possible de communiquer sans être vus ensemble. Ce journaliste indique que certaines de ces discussions ne sont pas partagées même avec ses collègues du même journal.

Si beaucoup d'informations circulent tout de même dans un même journal, il est généralement accepté qu'on ne divulgue pas d'informations aux journalistes des journaux concurrents. Dans un domaine où le scoop est roi, il est toujours de bonne guerre de damer le pion à la compétition. Pour ce faire, il faut éviter d'ébruiter les dossiers sur lesquels on travaille. Dans ce cas-ci, les médias sociaux viennent brouiller un peu les cartes. Le répondant 6 : « On ne met pas de la nouvelle là-dessus sinon on brûle notre propre matériel. Et il y en a qui font ça. Ils sont là, *youhou* mes compétiteurs? Voici mon histoire. Moi ça me renverse. » Bien sûr, ce journaliste suit ceux qui mettent leur matériel en ligne avant la publication. La mobilité incite à ce genre de comportement pour tenter d'être le premier à rapporter une nouvelle. Les journalistes vont alors se servir des plateformes réseautiques, parfois à partir du lieu même de l'événement, pour faire connaître l'actualité qui fera peut-être, éventuellement, l'objet d'un article.

Il semble qu'une plus grande utilisation de la technologie dans le travail des journalistes soit reliée à une intensification de la surveillance en ligne pour en apprendre plus sur les sujets de la compétition (Boczkowski, 2009 : 50). De plus, ce genre de surveillance en ligne peut avoir des

conséquences néfastes pour l'homogénéisation de l'actualité, les journalistes ayant tendance à reprendre les sujets des autres puisqu'ils ne voudraient pas être accusés d'être passés à côté d'une histoire importante (Boczkowski, 2009 : 48). Les journalistes auraient de moins en moins recours aux rencontres face-à-face pour l'échange de ce genre d'information. En ce sens, les plateformes réseautiques sont donc devenues un passage quasi obligé.

Selon Bourdieu, c'est la concurrence qui pousse les médias dans un état de surveillance permanente sur ce que font les autres dans le but de profiter de leurs échecs, d'éviter leurs erreurs et de contrecarrer leurs succès en reprenant les mêmes sujets avec les mêmes invités. Selon lui, la concurrence favorise l'uniformité de l'offre (Bourdieu, 1994 : 5). Les nouvelles technologies et la mobilité, de surcroît, accélèreraient le phénomène en facilitant cette surveillance.

5. Les plateformes réseautiques dans le travail des journalistes

Si les journalistes sont présents en ligne, ce n'est pas toujours entièrement de leur propre chef. Les patrons de presse semblent aussi les encourager à diversifier leurs présences numériques. Le répondant 2 : « En fait ce sont mes patrons ici qui nous encouragent fortement à être sur les réseaux sociaux pour une raison évidente là, parce que c'est l'avenir, c'est là que ça s'en va. Bon et ça faisait un bout de temps qu'ils m'en parlaient et puis il n'y a pas d'obligation cela dit, il n'y a pas de rétribution non plus. » Ce journaliste est d'accord avec le fait qu'une partie de la pression vienne tout de même du journaliste mais qu'il faille aussi tenter d'appartenir à son époque en essayant de redéfinir son équilibre.

Selon le répondant 6 d'un journal concurrent, les journalistes ne subissent pas d'obligation là non plus : « On peut échanger sur Twitter, et il y en a qui aiment ça, il y en a qui n'aiment pas ça, mais au journal, ils n'en font pas une obligation et c'est bien parfait. Je pense qu'il faut aimer ça. Si on n'aime pas ça, il y a un côté *m'as-tu vu* un peu là-dedans aussi : regardez, je suis là, moi je suis dans la *game*. » C'est cet aspect ostentatoire qui semble déplaire à

plusieurs journalistes surtout que la plus-value pour le travail quotidien d'écriture n'a pas réellement été démontrée. Nous aurons l'occasion de revenir sur ce marqueur identitaire un peu plus loin.

Le répondant 2 dénonce aussi ce côté ostentatoire des médias sociaux : « Facebook je trouve que c'est plus un égo trip pis un trip de chums entre eux et c'est correct je comprends ça mais Twitter est vraiment l'outil ultime de communication là. [...] Ça donne un feedback automatique, au moins je le sais, je peux tester des affaires, je peux voir, des fois c'est même les politiciens qui me répondent, il y a une vie là-dessus. Et ça me donne un fil de presse aussi, personnalisé. Le blogue là, ça ne me donne rien. Je n'ai jamais rien pogné là-dessus qui m'a été utile. » Ainsi, il existe une multiplicité de plateformes réseautiques en ligne et, selon plusieurs journalistes, elles n'ont pas toutes la même valeur pour le métier de journaliste.

Qu'elle soit justifiée ou non, la consigne actuelle est souvent celle d'investir les réseaux sociaux, mais plusieurs journalistes sentent qu'il existe bien peu de balises et qu'elles devraient venir d'une concertation avec les patrons. Le répondant 5 : « Un jour, les patrons de presse, les journalistes vont devoir s'asseoir et réfléchir aux limites de la liberté d'expression sur Twitter qui ne devrait pas être plus grande que dans le journal ou ailleurs. Tourner sa langue sept fois dans sa bouche, ça veut dire tourner ses pouces sept fois avant de toucher. » Les plateformes réseautiques mettent en cause plusieurs paramètres, comme l'image du journaliste, l'éthique professionnelle, le devoir de réserve, etc.

Que ce soit pour la fréquence des billets de blogue ou des tweets, pour plusieurs, il s'agit de technologies encore récentes dont on mesure mal l'impact sur le travail des journalistes. Ce journaliste craint l'aveuglement des patrons de presse devant de nouveaux moyens d'accélérer la diffusion de la nouvelle qui ne sont pourtant pas, faut-il le rappeler, accessible à tous. Le répondant 6 : « Le danger que moi je trouve actuellement, il n'est pas tellement dans les technologies que dans les patrons de presse qui se laissent éblouir par ça et qui pensent que c'est là qu'on va. Ah mon dieu, la réaction est rapide alors t'as l'impression que, mon dieu, il y a du

monde qui me lit. Oui mais c'est parce que t'as combien de personnes qui te suivent? Même si j'avais 15 000 personnes qui me suivaient, c'est toujours moins de lecteurs que mon journal! Il ne faut jamais l'oublier. »

En effet, si en 2011, 86 % des Canadiens avaient accès à Internet, 86 % d'entre eux avaient un compte Facebook (une baisse de 4 % par rapport à 2010) et seulement 19 % avaient un compte Twitter (même si ce chiffre représente un grand bond de 5 % en un an) (Ipsos Canadian Reid Report, 2012). Les données NETendances 2012 révèlent que la grande majorité des internautes (78,1 %, soit 64,2 % des adultes) du Québec utilise les médias sociaux, et ce, de manière régulière minimalement une fois par mois. Facebook est utilisé par 59,6 % des internautes, qui y passent en moyenne 6 h par semaine. Quant à Twitter, 10,1 % des internautes utilisent le site de microblogues, et ce, 5 h par semaine en moyenne (NETendances 2012, *Les médias sociaux ancrés dans les habitudes des Québécois* : 4). On pourrait chiffrer le nombre d'utilisateurs de Twitter à environ 625 000 au Québec. À titre d'exemple, le journal *La Presse* rejoignait en 2011, 941 200 lecteurs par semaine dont 69 % seulement avec l'imprimé (Nadbank, 2011). Sur le web, les plus récentes données comScore nous confirment que LaPresse.ca demeure le site de nouvelles numéro un au Québec, avec 2,4 millions de visiteurs uniques (Trottier, *La Presse*, 31 mars 2012).

Cela dit, bien que les réseaux sociaux ne rejoignent pas autant de lecteurs que les autres plateformes du journal, cet autre journaliste trouve fort utile les vertus de diffusion exponentielle de Twitter. Le répondant 7 : « Je te parle des 5000 personnes que je suis mais quand mon article, quand mon lien est retweeté par Guy A Lepage qui a 35 000 *followers*, en six-sept minutes, tout le Québec qui est sur Twitter l'a su. T'as un bon 10 % de la population que tu viens de toucher là juste parce que c'est parti dans tous les sens là donc c'est comme ça. » Il existe donc des moyens d'accélérer la diffusion d'une nouvelle sur Twitter, comme le mentionne ce journaliste, en faisant retweeter sa nouvelle par quelqu'un d'influent sur le réseau.

Aussi, certains journalistes y voient une nouvelle façon de discipliner leur écriture. En effet, les microblogues comme Twitter exigent une concision qui oblige leurs utilisateurs à dire l'essentiel en peu de mots. Le répondant 2 : « Les journalistes de la presse écrite, on a tendance à écrire trop long. Tu ne peux pas étirer ça indûment. Donc souvent ça va être de le réécrire pour arriver à la formule, à dire ce que tu veux dire, que ce soit clair aussi là, et que ça fasse moins de 140. » Le répondant 2 rajoute que Twitter demeure ce bon exercice si le journaliste « ne sombre pas dans la facilité des abréviations ». Nous approfondirons ce constat lorsque nous aborderons l'importance de la qualité de la langue dans un contexte de mutations identitaires.

5.1. Twitter pour l'information, Facebook pour les contacts

Twitter semble être le média social de prédilection de nombreux journalistes même s'ils n'en font pas tous le même usage. Le répondant 6 : « Je l'utilise beaucoup comme fil de presse, je surveille ce que d'autres écrivent. Je n'y vais pas souvent parce que je trouve que souvent il y a beaucoup de *traffic* inutile. Et on perd beaucoup de temps. Je dois en manquer des bons mais bon. » Le répondant 2 : « Maintenant de toutes façons, tout passe par Twitter. Ça fait très longtemps que je n'ai pas allumé une application par exemple, *New York Times* ou le *Globe and Mail*. Ils sont tous sur Twitter maintenant. Je les suis sur Twitter alors je les vois et c'est plus facile. Ça déroule en temps réel. » Ces journalistes se servent donc d'abord de Twitter comme source d'information.

La plupart des journalistes s'entendent pour dire qu'il y a des différences notables entre Twitter et le réseau Facebook, et que ce dernier est plus personnel, moins simple à gérer. En parlant de Facebook, le répondant 4 mentionne : « C'est un pignon sur rue sur le web. C'est drôle à dire mais ça peut être plus difficile de trouver mon courriel. Donc je le garde parce que si tu rentres mon nom dans Google, tu tombes rapidement sur ma page Facebook et tu peux, même si tu n'es pas mon ami, m'envoyer un message. Donc ça, ça me sert. » Cela dit, ce journaliste passe beaucoup plus de temps sur Twitter. Il encourage même ceux qui lui font des demandes d'amitié sur Facebook de le suivre sur Twitter parce qu'il y est plus intéressant. D'ailleurs, il ne crée pas

de contenu spécifiquement pour Facebook, il s'agit plutôt de tweets relayés d'une plateforme à l'autre.

Cet autre journaliste garde aussi son compte Facebook pour une simple question de contact. Le répondant 6 : « C'est, pour moi, une façon de garder, de trouver des gens et de garder le contact. D'ailleurs je le mets sur ma page, que si des gens ont des messages à m'envoyer, mon babillard est bloqué, les gens ne peuvent rien écrire sur mon babillard. Ils doivent m'envoyer les messages de façon personnelle. » Facebook permet à ce journaliste de rester en contact avec des gens qui ont quitté la politique, mais qui connaissent bien les coulisses ce qui pourrait lui être utile. Il s'agit d'un outil intéressant pour retracer des gens qu'il a perdu de vue, mais certainement pas pour devenir ami avec des lecteurs.

Cette gestion d'amis sur Facebook semble être un problème pour plusieurs journalistes. Le répondant 3 : « Au départ, j'acceptais tous les amis, sans les connaître, pour me rendre compte finalement que ça me privait des messages sur Facebook que mes vrais amis m'envoyaient parce que là si t'en as trop, tu n'as pas le temps de regarder tout ça. Je ne sais pas à combien j'étais rendu mais là je suis en train de faire le ménage là-dedans. Ça va être uniquement un outil de correspondances amicales. » Ce journaliste garde donc Facebook pour des raisons essentiellement personnelles. Celui-ci s'en servait à des fins professionnelles, mais s'est vite senti dépassé par la quantité de messages que cela supposait. Le répondant 5 : « Là je me suis dit, j'ai trop d'amis. Ça ne se peut pas, d'abord je ne peux pas écrire dessus mais en plus maintenant j'ai trop d'amis pour voir ce qu'ils font d'intéressant parce que comme ils sont 5000 et que moi j'y vais une fois par jour le matin, c'était devenu une immense corvée. Alors là j'ai commencé à regarder Twitter. »

La multiplicité de ces plateformes présuppose des journalistes plus disponibles pour leurs auditoires, mais force est de constater que plusieurs rejettent la proximité imposée par les plateformes réseautiques. Si ces dernières permettent en théorie d'accéder au journaliste directement, il n'y a pas forcément davantage de dialogue avec le lectorat. Ce journaliste avoue

répondre très rarement aux questions qu'on lui pose sur les réseaux sociaux. Le répondant 4 : « S'ils m'interpellent directement, s'ils me posent une question sur Twitter et que je la vois, je vais essayer de répondre. S'ils disent juste : "bon papier" ou "c'est vraiment nul, tu devrais devenir plombier"... »

Si les contacts se font différemment, plus en ligne que par courriel ou par lettre, la teneur des propos ne semble pas avoir beaucoup changé. Le répondant 4 : « C'est comme à l'époque où je recevais les courriels. Si quelqu'un ne me trouve pas bon, je ne peux pas essayer de le convaincre que je suis bon. Donc ça ne vaut pas la peine. Mais par rapport à il y a cinq ans, c'est ça qui a changé, c'est l'avènement des médias sociaux. On a une excellente idée de ce qu'est la nature de l'ère du temps. Ça c'est vraiment formidable, tu vois l'humeur des gens et pour les appels à tous c'est formidable. Aujourd'hui là en cinq minutes, je pourrais te trouver quelqu'un qui est au Japon. » Les plateformes réseautiques constituent d'abord et avant tout de nouvelles sources d'information pour les journalistes. Ils peuvent obtenir des informations plus rapidement et aussi mesurer plus rapidement la réaction du lectorat même s'ils ne cherchent pas davantage de contacts personnels avec les lecteurs. Cela dit, ces derniers, via les plateformes réseautiques sont eux-mêmes devenus une source d'information pour les journalistes. C'est ce que nous exposerons dans ce que nous appelons le journalisme collaboratif, un peu plus loin dans ce mémoire.

5.2. Les défis du blogue pour les journalistes

Ainsi, les journalistes n'adoptent pas toutes les plateformes en même temps et avec la même assiduité. Devant la surenchère de nouvelles activités en ligne, les journalistes peinent à trouver le temps de tout faire et choisissent de s'investir davantage dans une plateforme au détriment d'une autre. Au dire des journalistes rencontrés, c'est souvent le blogue qui pâtit. Ce journaliste choisit de plus en plus de négliger le sien. Le répondant 2 : « Je l'écris moi le blogue là, je mets ça en forme, il faut que j'aille exporter des photos et des vidéos. C'est tout moi qui fais, il n'y a personne qui fait ça là. Ma chronique, je l'écris, je la donne au pupitre, ils la mettent dans le journal. Je m'occupe plus de ça après là. Le blogue, je fais tout. Je trouve ça un peu lourd

pour ce que ça me donne vraiment là. » En somme, ce journaliste rapporte qu'un blogue demande davantage de travail que son véritable travail rémunéré de journalisme écrit.

Les journalistes politiques doivent en plus conjuguer toutes ces tâches de blogue en étant souvent sur la route. Le répondant 5 : « Et sur la route, c'est compliqué, parce que là il faut aller chercher des liens quand même et puis c'était l'enfer. » Ce qui complexifie l'alimentation du blogue dans les déplacements, c'est la fréquence des billets et là, tous n'ont pas les mêmes perceptions. « Moi je crois oui effectivement, je sais que c'est une école qui n'est pas partagée d'après ce que je lis, mais je crois qu'un blogue, pour qu'il marche, il faut, au moins deux fois par jour, aller mettre des affaires dessus. » Ce journaliste se met encore une fois sa propre pression puisqu'il n'existe pas de règles formelles en ce qui concerne la fréquence des billets de blogues.

Dans certains cas, des journalistes doivent gérer eux-mêmes le flot de commentaires des lecteurs. Le journaliste se trouve ainsi à devoir juger du contenu qui peut figurer sur le site du journal. Le répondant 3 : « C'est nous qui devons les mettre en ligne. Et il faut les lire avant de les mettre en ligne parce qu'on peut faire l'objet de poursuites en libelle diffamatoire s'il y a de la diffamation sur notre blogue. Évidemment, c'est le journal qui assumerait là mais quand même. » Le blogue représente donc aussi une tâche de tri où le journaliste se trouve à la fois joueur et arbitre. Il en fait la recherche et la rédaction puis il modère les commentaires en intervenant s'il y a lieu.

Ainsi, le répondant 3 raconte qu'il doit contrôler la teneur des propos écrits à la suite de son blogue. Le répondant 3 : « Lorsqu'il y a quelque chose de trop criant là, je leur réponds sur mon blogue en disant – ben si vous voulez dire des conneries, allez sur les autres blogues, il y en a plein. » Cela dit, il semble tout de même apprécier son rôle d'arbitre. « Parfois, il m'est arrivé, lorsqu'il y a un très bon commentaire suite à un billet de le souligner. Parfois je traite les gens avec qui je blogue un peu comme une grande famille là. Je leur souhaite un bon weekend, je leur donne congé, je leur dit de se calmer le pompon un peu, d'arrêter de se quereller, enfin c'est un monde en soi hein? Parce qu'on a des habitués là-dedans. On les connaît là. Alors c'est un monde

en soi ce qui fait que, à un moment donné, on a l'impression de leur parler. Un peu. » Ainsi, le blogue permet, lorsque c'est possible de le faire, d'identifier, de personnaliser le lectorat du journal.

Cela dit, c'est l'anonymat qui semble, pour certains, nuire à l'expérience du blogue pour les journalistes parce qu'il permettrait à certains lecteurs de réagir de façon plus agressive. Le répondant 1 : « C'est facile d'être méchant là quand on est anonyme. Je leur dis souvent, regardez-là, vous êtes anonymes, c'est un peu facile d'être méchant comme ça et de faire quasiment des appels à la haine. » Le répondant 2 abonde dans le même sens : « C'est de l'ouvrage là aussi les blogues là, c'est de l'ouvrage en amont et en aval parce que c'est moi qui modère aussi. Il faut que je fasse attention parce qu'il s'écrit n'importe quoi. Des insultes, les gens s'engueulent, les gens sont racistes, les gens sont sexistes, en tous cas, il y a toutes sortes de problèmes là-dessus. Je songe d'ailleurs fortement à imposer la signature obligatoire sous peu ce qui m'allégerait mon travail d'ailleurs et je pense que ça civiliserait beaucoup aussi. » Ce journaliste se réfère à l'un de ses collègues qui a interdit l'anonymat il y a quelques temps pour en mesurer l'effet. Selon ce que ses patrons rapportent, l'objectif principal est celui de l'achalandage et ce dernier n'en serait pas affecté. Pour ce journaliste, tout le monde en ressort gagnant puisque l'achalandage ne diminue pas et que la qualité des interventions est supérieure.

Le flot récurrent de propos agressifs n'est pas sans affecter les journalistes. Le répondant 2 : « En tous cas, moi, le blogue là j'ai de la misère avec ça. De plus en plus d'ailleurs et pas juste parce qu'on m'insulte moi, je suis capable d'en prendre. J'ai une très grande liberté de paroles, ça vient avec le prix à payer mais bon après il y a une certaine façon de s'exprimer. À un moment donné, me faire insulter 40 fois par jours sur tous les tons de la gamme là, je suis comme tout le monde. » Les journalistes ont beau éviter les messages négatifs, l'accumulation peut tout de même les atteindre. Selon ce dernier journaliste, ce serait l'une des raisons qui aurait poussé un journaliste d'un autre quotidien à cesser d'alimenter son blogue.

Si les journalistes sont plus exposés à ce genre de commentaires, c'est aussi parce qu'ils multiplient les tribunes et les occasions de se prononcer. En s'exprimant sur une plus grande variété de sujets, ils s'adressent à un plus large public. Pour certains journalistes, il peut s'agir d'un avantage. Le répondant 6 : « pour moi c'est une opportunité de pouvoir écrire plus fréquemment parce que j'ai juste trois chroniques par deux semaines. [...] C'est un avantage pour moi. Ça me permet de pouvoir au moins parler de plusieurs sujets que, autrement, j'aurais négligés. » Il faut dire aussi que le blogue est un espace privilégié de discussion où les règles du journal ne s'appliquent pas de la même manière. Le style est souvent plus informel et les sujets sont souvent plus variés allant du sérieux jusqu'au frivole (Merchant, 2006 : 92). Malgré certains aléas, les journalistes peuvent donc en profiter, mais leurs lecteurs, dans certains cas, le leur rendent bien.

6. Les nouvelles pressions des journalistes de la presse écrite

De nos jours, les journalistes semblent ressentir des pressions dans leur travail dont les sources peuvent être liées au nouveau contexte dans lequel ils exercent leur métier. Il s'agit, entre autre, de la gestion de ces plateformes réseautiques mais aussi celle des collaborations extérieures, des menaces liées aux conditions financières des entreprises de presse, de la connectivité constante et du rythme accéléré qui accompagne les innovations numériques.

6.1. L'accumulation de piges

Plusieurs des journalistes interviewés parlent d'une surenchère de travail depuis la multiplication des collaborations extérieures. En effet, en plus d'écrire pour leurs journaux respectifs, les journalistes de la presse écrite, et qui couvrent la politique de surcroît, sont amenés à collaborer à divers autres médias électroniques ce qui a pour effet d'alourdir leurs tâches quotidiennes. Selon le répondant 3, les collaborations extérieures viennent s'ajouter au travail quotidien auquel s'ajoute aussi le blogue. Dans les périodes de crise, ces spécialistes de la politique peuvent être sollicités et mis en ondes à la radio ou à la télévision dix à douze fois par semaine, nous confie-t-il.

Même constat chez cet autre journaliste d'un quotidien concurrent. Le répondant 1 : « Écoute! T'es toujours en ondes! Moi je suis toujours en ondes là! Je ne le fais pas pour mon journal, mais je le fais pour la radio, quand il y a quelque chose de gros là, le 98,5 m'appelle, Radio-Canada à Québec m'appelle, je suis en direct donc je le fais. » Selon celui-ci, c'est l'accélération de l'information qui serait en cause pour la multiplication de ces piges qui s'additionnent à leur tâche principale d'écriture dans le journal. Le répondant 3 : « Ce que l'accélération des moyens d'information par RDI et Newsworld a fait c'est que on est appelés, nous autres chroniqueurs, à aller en ondes des fois aux demi-heures pour parler des états d'âmes de Marc Bellemare ou de Jean Charest. »

Les piges aident les journalistes à cultiver une certaine notoriété car ces dernières se font en télévision et en radio. Cette notoriété ne se répercute pas seulement auprès de leur public, mais aussi auprès du pouvoir en place, celui-là même qu'ils couvrent. Le répondant 3 : « Nos entreprises nous encouragent à le faire parce que ça nous donne de la visibilité. Ça nous ouvre des portes. Moi, mon journal n'étant pas distribué à Montréal, c'est certain que le fait d'être vu souvent à Christiane Charrette m'a tellement ouvert de portes, les gens écoutaient beaucoup Christiane Charrette. Tu appelles un sous-ministre à Montréal ou un politicien à Montréal, il te connaît. Tandis que si tu travailles uniquement pour mon journal, ben là, il va aimer mieux parler à *La Presse* ou au *Devoir*. » Les piges participent à la construction de l'identité publique du journaliste dont il sera question en fin d'analyse.

Certains se plaignent de cette surcharge de travail et donc des heures prolongées de travail. Le répondant 1 : « C'est que ça crée une pression très grande sur le journaliste. Moi à Bastarache là, ce n'était pas toutes les journées mais il y a des journées où c'était huit heures directes à la télé. Avant le début des audiences, je faisais une petite entrée de blogue parce qu'il faut que je nourrisse mon blogue. [...] Après ça c'était évidemment écouter les témoignages, tweeter pendant les témoignages. À la radio, moi je suis là à 12 h 18 donc pendant que je tweete, j'envoie des messages à la radio pour dire de quoi je vais parler, quels vont être mes angles. [...]

En après-midi, encore une fois, témoignages, *breaking news*, vers 15 h 15, et quand ça se terminait à 16 h 30, je faisais Radio-Canada. [...] Après ça, je revenais ici et en plus il y a plusieurs journées où j'ai été à *24 heures en 60 minutes* à la télévision à RDI. Après ça je finissais mon texte et à 21 h 30 j'étais rendu chez nous. Ça fait des *christies* de journées ça. »

Cela dit, une nuance s'impose à ce stade-ci puisque le journaliste est maître, jusqu'à un certain point de son horaire. En effet, si le maintien d'un blogue ou d'un compte Twitter, par exemple, est habituellement fortement suggéré par la direction, les journalistes ont le choix d'accepter ou non les collaborations extérieures radiophoniques ou télévisuelles qui ne rentrent pas dans le cadre immédiat de leurs fonctions de journalistes de la presse écrite.

Effectivement, il s'agit là de travail supplémentaire volontaire de la part du journaliste. Aucun des sept journalistes interviewés ne nous a mentionné que leurs patrons exigeaient ce genre de présence médiatique. Cela dit, que ce soit volontaire ou non, les journalistes ressentent une grande pression d'être toujours présents pour diffuser la nouvelle, quelle que soit la plateforme. C'est justement cette pression qui manque de reconnaissance, selon ce journaliste, le répondant 1 : « C'est la grande pression. Il faut que ça soit reconnu aussi par les employeurs. Surtout les employeurs qui ont les moyens. » Au moment de la cueillette des données, un lock-out au *Journal de Montréal* perdurait et minait la confiance des journalistes dans les entreprises de presse en général.

6.2. L'influence du modèle économique des entreprises de presse

Les décisions commerciales des entreprises de presse ont leurs conséquences sur le travail des journalistes. La convergence, le recours aux agences de presse, plusieurs facteurs influencent la pression sur la productivité des journalistes. Certains évoquent la concentration de la presse, comme le répondant 3 : « La convergence là, c'est vraiment terrible de voir ce qui se passe actuellement. » Certains le vivent concrètement à l'interne, le répondant 7 : « QMI a été lancé à

peu près à ce moment-là et on nous demande de produire, de produire et il y a des fois où tu dis non parce que tu n'y arrives pas ou que tu n'as pas le temps. L'idée ce n'est pas de *botcher* ta job là mais il y a une logique d'entreprise aussi qui fait qu'on produit pas mal. » Ce journaliste rajoute que son journal s'étant désabonné d'une agence de presse, il ne peut plus compter sur ce genre de couverture pour rapporter la nouvelle, on s'attend à ce que tout soit couvert à l'interne.

Ce constat ne semble pas être confiné au seul domaine de la presse écrite et s'inscrit dans le journalisme comme une autre conséquence collective involontaire de l'usage des autres (Fischer, 1992 : 19). Un journaliste nous raconte avoir vu une collègue qui prenait ses propres images pour la télévision, des photos pour un journal, tout en prenant des notes et en enregistrant le son d'un *scrum*, tout ça en même temps. « Mais cette fille-là nous disait qu'on va tous faire des burn-outs. Et puis moi je vois des collègues ici qui se plaignent de ça, pas les miens là mais, dans les autres médias, mais on n'y échappera pas nous autres aussi. Ils se plaignent du paquet de petites choses qu'on leur demande de faire. »

Ces journalistes ont parfois l'impression que les patrons de presse ne reconnaissent pas les charges supplémentaires de travail demandés aux journalistes. Celui-ci abonde dans le même sens. Le répondant 3 : « Ce que je déplore c'est qu'on ne nous demande plus uniquement de faire un texte. Bon moi je fais un blogue [...] et bien le blogue est quand même là, c'est sept jours par semaine. Je le nourris tous les jours. Parfois la fin de semaine. [...] Mais ce que je déplore c'est que je vois mes collègues là qui font de la nouvelle alors ils doivent faire du *breaking news*, ils sont à l'Assemblée nationale, ils doivent envoyer une nouvelle, un *breaking news*, ils doivent alimenter Twitter, il y en a aussi qui font un blogue là-dedans. »

C'est ainsi cette multiplicité de tâches qui semble poser le plus grand problème pour les journalistes et elle renforce l'esprit de compétition qui règne entre eux puisque plusieurs plateformes permettent maintenant de diffuser la nouvelle rapidement. Le répondant 1 : « À la commission Bastarache, par exemple, on prenait conscience l'autre fois que ceux qui ont une forte demande de leurs patrons d'écrire rapidement, eux trouvent ça très difficile. [...] Mais c'est

sûr que ça rend le travail journalistique difficile, encore plus parce que il y a un nouveau défi. Par exemple, les gars du *Soleil* sont assis à côté des gars du *Journal de Québec*, et c'est à qui, au fond, va envoyer son *breaking news* le plus rapidement. » Cette compétitivité est un moteur pour certains journalistes. Nous y reviendrons plus loin.

6.3. Le temps vu par les journalistes : vitesse vs rigueur

La vitesse semble inhérente au métier de journaliste, à cela il n'y a rien de nouveau. Cela dit, Internet permet aux journalistes de la presse écrite de rejoindre leurs collègues de la radio et de la télévision dans la course de la diffusion d'une nouvelle en temps réel. « Le direct marque la victoire des médias sur les délais de fabrication et diffusion, retardant la livraison de l'information » (Deleu, 1998 : 210). Cela dit, cette accélération de la diffusion a des conséquences sur la nouvelle elle-même. Dominique Wolton parle d'un modèle d'information marqué par l'urgence et où toutes les échelles de temps se réduisent à celle de l'événement lui-même : « Le temps de l'information est littéralement réduit à la seule durée de l'instant. Il n'existe que ce qui surgit » (Wolton, 1992 : 97).

Le journaliste a maintenant le choix de sa plateforme de diffusion. Il n'est pas obligé d'attendre la publication de son journal, il peut diffuser une nouvelle d'importance dès son avènement sur les médias sociaux ou plus rarement sur son blogue (le blogue étant un espace numérique de réflexion davantage que de vitesse). L'inclusion des nouvelles technologies dans le quotidien des journalistes impose parfois un réaménagement de l'ordre de leurs priorités, de leurs tâches. Le répondant 1 : « *Breaking news*, ça va être ça maintenant là. Twitter, *breaking news* et après ça le grand texte pour le journal le lendemain. » Le rythme des réseaux sociaux s'impose et décale le travail de recherche et d'écriture. Cela dit, la vitesse n'est pas toujours la meilleure amie du journaliste et plusieurs s'en méfient. Le répondant 7 : « La vitesse est très importante, mais il faut être rigoureux. Si c'est pour être vite, être rapide pour être le premier à écrire une grosse connerie là, c'est pas l'idée du siècle. »

Cet autre journaliste dit avoir entendu le même discours, toujours cette course contre la montre qui place le journaliste devant des questions éthiques, à savoir le choix entre la vitesse ou la rigueur. Le répondant 3 : « C'est devenu un sujet de plainte là de la part des journalistes, oui. La vitesse à laquelle ils doivent travailler, ils sont obligés de tourner les coins ronds là. » Le répondant 7 : « On a de moins en moins de temps à consacrer pour des trucs essentiels. [...] Quand ils me demandent cinq articles par jour là, de facto ça ne marche pas. Où est-ce que tu vas couper? Sur la vérification des infos? Ou alors tu deviens une simple machine enregistreuse. Le ministre a dit, tu vas le répéter dans des mots bien écrits et c'est tout. Alors que ce n'est pas notre travail. Notre travail c'est la mise en contexte, c'est de dire oui, vous dites ça, mais le mois d'avant vous disiez exactement le contraire, c'est d'avoir le temps de vérifier tous ces aspects et on ne l'a pas toujours. Et ça c'est dangereux. »

Ce même journaliste croit même que la vitesse, bien qu'elle soit inhérente au métier, aurait atteint un point de cassure au-delà duquel elle ne sert plus la cause du journalisme, elle la dénature. Le répondant 3 : « On est dans une course de rats là infernale qui à mon avis tue une partie de notre métier qui est de comprendre avant de s'exprimer. » Affecté par cette crise de la vitesse, le répondant 3 est d'avis que le journalisme est en mutation. L'avenir, selon lui, appartient à diverses formes de journalisme qui devront cohabiter : « Je trouve que cette forme de journalisme là va peut-être continuer d'exister là, mais il y aura quand même un besoin pour un journalisme qui a un peu plus de temps et de moyens là. »

6.4. Les journalistes et la fin du temps mort

Il semble ainsi y avoir un certain consensus voulant que les journées soient plus longues en grande partie à cause des nouvelles technologies, mais les journalistes ont tout de même l'impression d'être plus efficaces et de tirer plus de satisfaction de leur travail qu'avant leur usage. Le répondant 5 : « C'est sûr que les courriels, ça nous a un peu rajouté une charge de travail mais dans la mesure où ça a remplacé des tonnes de temps perdu au téléphone, ça se vaut. » Maintenant, avec Internet, chaque minute peut devenir efficace. Le répondant 2 : « Je n'ai pas de moment, je n'ai pas de temps mort autrement dit pis, s'il me vient une idée, c'est comme

le bon vieux dictaphone, comme dans les films de Woody Allen où le metteur en scène a des idées à tout bout de champ et il se dicte ça sur son dictaphone. C'est ben le fun mais il faut les retaper après alors ça prend une secrétaire. »

Là où les nouvelles technologies diffèrent des plus anciennes, c'est justement au chapitre de ce temps moins productif où l'on pouvait attendre un appel, un avion, un taxi, etc. Les nouvelles technologies ont en quelque sorte remplacé ce temps mort par toutes sortes d'activités qui remplissent ainsi chaque heure, voire chaque minute de la journée. Celui-ci débute sa journée, et même aux toilettes, il reste connecté avec son téléphone. Le répondant 4 : « Avant, [...] pendant que j'étais à la salle de bain, je lisais le journal. Là ce que je fais c'est que je prends mon téléphone, c'est un peu pitoyable quand on y pense, et je regarde les actualités via mon fil Twitter. Je m'informe comme ça. Je clique sur les liens. Pendant un 10-12 minutes là, Twitter est devenu mon tableau de bord d'information pour commencer la journée. »

Chaque moment de la journée, du début jusqu'à la fin est comblé par une activité technologique. Plusieurs en profitent, par exemple, pour éliminer les courriels de leur boîte de réception. Le répondant 3 : « Quand je suis dans une salle d'attente, je vais supprimer ceux que j'aurais à supprimer, ça tue le temps, finalement. » C'est la même chose pour le répondant 6 : « Le BlackBerry ça, constamment, j'attends l'autobus, je nettoie, je suis au magasin à la caisse, je nettoie, je suis toujours en train de nettoyer. Tout le temps. » D'autres combinent les moments d'attente avec des activités plus ludiques. Le répondant 5 : « Si je m'en vais faire une émission de télévision et que je vais têter là pendant une demi-heure avant et 15 minutes entre les deux, j'amène mon iPad parce que j'ai le temps d'aller lire ce qui se passe sur Internet, mon livre est dedans, etc. » Le répondant 2 : « Quand je fais des trucs en ville par exemple, on a des rendez-vous d'affaire, dans une salle d'attente de dentiste, bon, ça va m'être utile pour lire les journaux ou en fait je joue au Scrabble plus qu'autre chose sur le iPad. »

Avec ce remplissage systématique de chaque instant, une constante impression de manquer de temps rythme le quotidien des journalistes. Chacun tente de minimiser la perte de

temps qui finit par devenir la bête noire de ces derniers. Aussi, la quantité de messages reçus devient-elle agaçante pour les journalistes. Le répondant 4 : « La merde absolument incommensurable d'attachés de presse qui croient vraiment que je couvre des vernissages et des ouvertures de forums sur les décideurs agricoles, qui m'envoient ces affaires-là. Ça, je perds un temps fou à gérer ça. » D'autres ont de la difficulté à gérer cette quantité d'information sur les médias sociaux. Le répondant 2 : « Il y a beaucoup de distraction. Il y a beaucoup de bruit effectivement. Il y a beaucoup de perte de temps. Parce qu'on y va. On va voir. Je suis en train d'écrire ma chronique, là j'ai un petit blanc, ah regarde, je vais aller voir mon compte Twitter, je vais aller voir le fil. Par contre c'est vrai que comme outil de travail, c'est un formidable fil de presse. » Bien sûr, là aussi, le journaliste doit trier les bons tweets des moins bons.

Cela dit, cette perte de temps n'est pas forcément reliée à l'utilisation des nouvelles technologies et des diverses plateformes. Elle existait auparavant mais semblait peut-être un peu moins grave dans un contexte de nouvelles moins rapides. Le répondant 1 : « Si on se fait bouffer par l'outil, on va perdre beaucoup de temps. Reportons-nous 30 ans en arrière, des journalistes qui passaient leur journée à placoter au téléphone, est-ce qu'ils utilisaient bien le téléphone? Chaque outil au fond pose ce défi-là, c'est-à-dire oui, il y a des avantages, il n'y a personne qui va nier qu'il faut utiliser le téléphone à un journaliste, sauf que si tu passes ta journée à placoter et que t'as des trop longues conversations, que tu ne vas pas à l'essentiel et que tu perds ton temps, c'est la même chose, il n'y a rien qui a changé là par rapport à ça là. »

Ce qui semble avoir changé, en revanche, c'est la perception de cette perte de temps qui s'inscrit dans un système d'information plus rapide qu'auparavant. Certains arrivent à dater cette ère d'accélération de l'information, en partie avec l'arrivée des chaînes d'informations télé en continu. Le répondant 6 : « C'est sûr que ça s'est accéléré avec l'arrivée des chaînes de nouvelles continues, le rythme de production de nouvelles s'est accéléré, tous les partis, tout le monde fonctionne avec les BlackBerry. » Cet autre journaliste acquiesce, le répondant 3 : « J'ai vu l'impact de Newsworld. [...] Alors là, ça c'est le début de l'accélération de l'information. Avant même qu'on ait le temps de réfléchir à ce qui se passait, il fallait réagir. Bon ben ça a été le début de la fin ça. »

C'est dans ce contexte, donc, que s'inscrit l'utilisation de ces nouvelles technologies et de certaines des frustrations qui l'accompagnent. Le répondant 6 : « L'outil électronique dans un contexte de nouvelles plus rapides, c'est sûr que ça devient nécessaire et donc plus le délai de réponse, le refus de réponse, il est encore plus évident avec ces outils-là. On le ressent davantage. » En ce qui concerne le délai de réponse des courriels, selon plusieurs, le délai acceptable serait environ de deux heures et ils sont sensibles au respect de cette règle non-écrite. Le répondant 6 : « Ça je l'ai toujours été comme journaliste. Moi quand je place un appel et que deux heures après je n'ai même pas eu de nouvelles de personne, même à savoir que le message a été pris, je rappelle sinon j'envoie un autre courriel. Et si ça traîne encore et que le *deadline* approche, je mets de la pression. »

Cet autre journaliste abonde dans le même sens. Le répondant 3 : « Avec tous les outils de communication qu'on a là, on n'a pas de raison pour ne pas réagir assez rapidement parce que ça fait la différence, c'est le jour et la nuit hein? Dans le cas d'une nouvelle d'actualité, moi je ne fais pas d'actualité, je fais de la chronique, mais quand même, c'est le jour et la nuit et si tu fais poiroter quelqu'un pendant deux heures sans lui répondre, ça peut retarder et faire la différence entre la présence d'un texte dans le journal le lendemain ou non. »

6.5. Avantages et revers de la connectivité

Si les journées sont plus longues, c'est d'abord parce que les journalistes sont constamment connectés, selon certains. Le répondant 7 : « Twitter, les téléphones intelligents, la connexion tout le temps. On ne l'avait pas il y a cinq ans, être connectés tout le temps et aussi facilement. » Le répondant 1 : « Dans ma pratique journalistique, je suis soit ici, soit à l'Assemblée nationale à côté, et à l'Assemblée, il y a maintenant un réseau depuis un an et demi. Je me sens toujours connecté. » Cela dit, pour cet autre journaliste, il semble que cette connectivité permanente soit inhérente au métier. Le répondant 2 : « Ça ne sera jamais un travail comme les autres, ça ne sera jamais du 9 à 5 le journalisme, surtout pas le journalisme au

quotidien là, et politique de surcroît. Et en plus chroniqueur, *sur le gun* là tout le temps, c'est sûr que ce n'est pas une job comme les autres, ce n'est pas une job de tout repos, mais là on est toujours en lien. »

La technologie aide certainement le journaliste à rester connecté aux autres et à son travail en tout temps. Pour certains, chaque appareil a sa fonction qui permet au journaliste de ne rien manquer. Le répondant 6 : « L'archivage et la rédaction ça, c'est sur l'ordi. Le iPad, il y a un peu plus d'aspects ludiques pour des journées moins chargées. Mais dès que je me retrouve par exemple dans les *scrums* au parlement d'un endroit à l'autre, c'est le BlackBerry là qui est toujours là. » Ce journaliste a même du mal à se passer de ses appareils quelques instants dans une journée, mais ce n'est pas forcément pour ne rien manquer, c'est parfois aussi pour ne pas déranger les autres. « Je ne vais même pas à la toilette sans mon BlackBerry pour la simple et bonne raison parce que je ne veux pas qu'il sonne et qu'il dérange mes collègues et que je ne sois pas là pour répondre. » Ce journaliste, comme plusieurs autres, se trouve donc presque toujours à proximité d'un appareil lui permettant d'être rejoint.

Étant très souvent connectés, les patrons de ces journalistes ont maintenant un accès facilité à eux en tout temps. Le répondant 5 : « Pendant des années, les journaux et les patrons de presse ont tenté de convaincre les gens de garder leurs cellulaires allumés les fins de semaine et ils ne réussissaient pas, mais le jour où le BlackBerry est arrivé, ils ont réussi. Parce qu'on est tellement curieux que finalement, on garde notre cellulaire allumé. » Et si ce n'est pas par le téléphone qu'il rejoint le journaliste, le patron peut toujours passer par les médias sociaux. Ce journaliste raconte avoir voulu fermer ses téléphones un dimanche mais son patron a réussi à le rejoindre en lui envoyant un message direct sur Twitter. Le répondant 7 : « J'étais en train de twitter en même temps, donc il voyait que forcément j'allais le voir alors je l'ai appelé, je lui ai dit, t'as su comment hein? Je ne peux pas moi me cacher une fois de temps en temps, je suis incapable là. » Avec les nouvelles technologies, les moyens d'entrer en contact avec les journalistes n'en sont que multipliés.

C'est justement cet aspect du métier qui en pousse certains à se fixer des balises pour mieux encadrer leurs pratiques. Ce journaliste explique que son BlackBerry reste ouvert jusqu'à environ 22 h tous les soirs, après quoi il l'éteint. Le répondant 3 : « La nuit, je le ferme. Il faut dormir! [rire] Non, ça devient fou quand même là. » Des tactiques sont utilisées pour faire respecter ces balises et s'assurer de ne pas toujours être disponible ou en tous cas, de ne pas donner l'impression de toujours l'être. Le répondant 2 : « Si j'envoie un courriel très tard le soir, je me dis que je suis peut-être mieux d'attendre demain là parce que je ne veux pas que ces gens-là pensent que je travaille tout le temps là, que je suis disponible non plus, ça c'est clair. »

Hormis ce soucis de la perception des autres, Internet a apporté une flexibilité d'horaire accrue qui permet à certains de travailler selon les heures qui leur conviennent. Le répondant 5 : « Il fut un temps où travailler le matin, moi je travaille tôt le matin, 5 h ou 6 h le matin, c'était totalement inutile parce que quand on avait besoin moindrement d'un renseignement, d'un morceau de papier, de quoi que ce soit, le reste de la terre dormait. » Avec toutes les informations disponibles sur Internet, ce journaliste peut maintenant travailler aux petites heures du matin ou la fin de semaine s'il le souhaite. Il peut gérer son temps de manière plus efficace. Pour cet autre, Internet est plutôt perçu comme ce qui contribue à rallonger la journée. Le répondant 7 : « Je suis pas mal à une moyenne par semaine de 50 h. Et je ne parle pas là de tout le reste là. Quand je me réveille le matin à 7 h 30 et que je tweete, ce n'est pas compté là-dedans. Et quand je vais rentrer en soirée là et que je vais tweeter, ça ne comptera pas là. »

Si la connectivité constante peut parfois être lourde à porter, la célérité de la nouvelle qui l'accompagne demeure l'une des sources de satisfaction les plus puissantes du journalisme. Le répondant 7 : « Ils vont savoir que j'étais le premier à le twitter par exemple. Ça c'est cool. » Ou encore le répondant 1 : « On reçoit une nouvelle. Là je vais regarder l'heure et je vais aller sur Twitter je vais le faire le plus vite possible. » Nul doute que les médias sociaux comme Twitter ont accéléré le rythme de la nouvelle puisque c'est d'abord là qu'elle se retrouve avant d'être sur le site web du journal ou dans ses pages. Or, dans les médias sociaux, les journalistes ne sont plus seuls, ils rivalisent de vitesse entre eux mais aussi avec les citoyens qui peuvent aussi rapporter les événements dont ils sont témoins.

Journalisme-citoyen à part, la notion de compétitivité entre collègues et entre journaux semble être bien importante. Il semble primordial d'être le premier sur la nouvelle, peu importe la façon d'y arriver. Le répondant 1 : « Je me suis dit, mon journal n'est pas vraiment équipé pour que j'envoie tout de suite un *breaking news*. On est équipés mais pas encore autant qu'on va l'être dans quelques années. Et ce que j'ai fait c'est que je me suis précipité au café, il y a un Tribune Café dans le Palais de Justice, je me suis branché sur le sans-fil et j'ai tout de suite tweeté. J'ai été le premier à le faire. » Dans ce cas-ci comme dans plusieurs autres, Twitter permet au journaliste de demeurer chef de fil dans la diffusion d'une nouvelle. Cela dit, si ce journaliste avait eu un téléphone intelligent, il aurait pu diffuser la nouvelle beaucoup plus rapidement plutôt que de chercher une borne wifi avec son ordinateur portable.

Dans un métier aussi compétitif, il paraît crucial pour ces journalistes de sauver un maximum de temps dans leurs tâches quotidiennes pour demeurer les plus rapides, les plus efficaces. Ce facteur de la vitesse influence aussi, la plupart du temps, le choix de la technologie qu'ils utilisent. Le répondant 2 vérifie toujours son BlackBerry le matin pour consulter ses courriels. Pour ces derniers, il préfère le téléphone à l'ordinateur pour cette tâche parce que sa manipulation exige moins de temps. Le répondant 2 : « Je n'allume pas l'ordinateur, je n'ai pas le temps le matin. Entre les toasts, les enfants et le café, je n'ai pas le temps. » Même son de cloche pour cet autre journaliste. Le répondant 3 : « Je regarde mes courriels non pas sur mon ordi mais sur mon BlackBerry parce que c'est plus rapide alors la rapidité c'est vraiment la clef du succès dans ce monde-là. »

Ainsi, la notion du temps elle-même en vient à changer. Ce journaliste rappelle qu'un temps d'attente moins productif n'est plus acceptable. Le répondant 4 : « Maintenant, on est habitués, on arrive chez soi, on ouvre notre ordi, c'est instantané. Avec la clé Rogers que je possède, c'est un bon 50 secondes avant d'embarquer sur Internet et 50 secondes, c'est délirant comme ça nous affecte. Donc il faut que le rapport coût-bénéfice soit assez important pour que je

sorte l'ordi si je ne suis pas au bureau ou à la maison. » Ici, c'est le temps d'accès à Internet qui détermine l'outil à utiliser, hormis toutes les considérations de clavier ou de confort.

Il en va de même pour les réponses aux courriels, c'est souvent le manque de temps qui détermine s'il y aura une réponse ou non et si oui, quelle forme elle prendra. Le répondant 2 : « Le premier critère, c'est si j'ai le temps. Si je n'ai pas le temps, ça règle le problème. Je ne réponds pas. Ce qui est généralement le cas. Après ça, j'ai plutôt des critères pour ne pas répondre. » Ce journaliste-ci ne signe pas toujours ses courriels en invoquant le manque de temps. Le répondant 5 : « Je les termine des fois quand j'ai le temps. J'écris thanks! si c'est approprié. » Ainsi le remplissage systématique de tous les instants évoqué plus tôt finit par être perçu par un manque chronique de temps.

Aussi, plusieurs apprécient le temps qu'ils sauvent grâce aux nouvelles technologies. Celui-ci, par exemple, apprécie les sites qui font l'agrégation des nouvelles de la journée, ce qui sauve du temps de recherche et de lecture. Le répondant 6 : « Souvent le lendemain, je me rends compte que je n'ai plus besoin de lire certains journaux ce qui fait que ça devance ma journée, ça m'enlève pour le lendemain beaucoup plus. » Ce journaliste-ci profite des avantages du courriel chaque semaine pour gagner du temps dans la préparation de ses piges. Le répondant 5 : « Pendant des années, quand on faisait l'émission de télévision, la réalisatrice nous appelait chacun notre tour et on se parlait éternellement pendant 45 minutes, ce qui compliquait grandement sa vie. Et la nôtre, parce qu'il fallait qu'elle nous trouve. Moi j'étais souvent en chemin, dans un train mais maintenant on reçoit les idées de questions, et on donne des idées de réponse et on ne se parle plus. Il y en a qui trouvent ça triste mais moi mes journées sont longues et je n'ai pas beaucoup de temps. Et franchement, c'est plus facile aussi de dire non là-dessus. » Le courriel permettrait ainsi plus de transparence dans les relations de travail.

Cela dit, il faut savoir doser cette transparence. Si le courriel permet une plus grande franchise, il faut aussi ménager ses interlocuteurs et ne pas répondre trop promptement à un courriel. Le répondant 4 : « Aujourd'hui, tu réponds à des courriels sur le coup de l'émotion,

c'est très dangereux que d'avoir accès à ça. Moi je pense qu'il y a beaucoup d'amitiés, de relations professionnelles qui sont abîmées à cause de ça. » Le courriel est une façon de communiquer plus rapidement, mais il vient avec son lot de règles non-écrites auxquelles les journalistes tentent de s'adapter. Le caractère asynchrone du courriel lui permet de communiquer sa pensée sans recevoir de réponses ou de conséquences immédiates. Cependant, l'outil utilisé peut aussi avoir des répercussions sur la forme et le contenu du courriel envoyé.

Paradoxalement, quand il s'agit d'obtenir une réponse rapide, rien ne vaut la vieille technologie du téléphone. Le répondant 6 : « Ça reste quand même la façon d'avoir la réponse la plus rapide, tu as la personne au bout du fil, tu l'as tout de suite la réponse. Tu n'as pas à attendre qu'elle voit le courriel. Ce n'est pas tout le monde qui est tout le temps, comme ça en train de vérifier. Oui donc le délai pourrait être trop grand. » La synchronicité du téléphone permet davantage de vitesse que l'asynchronicité du courriel. Le clavardage ou les messages textes pourraient combiner une méthode rapide et directe de conversation écrite mais aucun des journalistes n'en faisaient usage, mis à part la messagerie BBM des téléphones BlackBerry à laquelle nous avons auparavant fait allusion.

7. Un journalisme collaboratif : quand le public participe

Dans sa quête de rapidité et d'efficacité, le journaliste peut maintenant compter sur un nouvel allié : le public. En effet, cette collaboration au contenu des journalistes semble être l'un des principaux attraits des médias sociaux pour les journalistes rencontrés. Par exemple, celui-ci utilise Facebook pour cibler certaines demandes. Le répondant 4 : « [...] Quand j'ai des appels à tous à faire, ça peut être plus personnel, ça peut être plus professionnel, des fois ça ne me tente pas de l'envoyer à 25 000 personnes, ça me tente de l'envoyer juste à 4000. Alors je fais ça. » Cet autre journaliste aime aussi recevoir les suggestions du public, le répondant 6 : « Il y a un monsieur, un économiste, moi j'écris souvent sur les finances publiques alors il va m'écrire pour me dire qu'il a trouvé ça intéressant et pour me suggérer telle lecture. Les gens me suggèrent des lectures, ils vont me référer à des documents. Moi, j'apprécie. »

Pour certains, le blogue peut aussi servir cette même fonction d'alimentation en information du lecteur au journaliste. Le répondant 3 : « Le blogue t'apporte de l'information quand même, des commentaires, des opinions, même si parfois c'est une caricature là. Ce qui a changé je dirais c'est avant ça, on était connectés sur RDI [...], tandis que maintenant là, il y a beaucoup d'informations qui ne proviennent plus de RDI mais proviennent d'ailleurs. » Les plateformes réseautiques participent à une multiplication des sources. Lorsque les plus grands changements de la profession sont évoqués, cet aspect revient souvent. Le répondant 4 : « Ce qui a changé beaucoup c'est justement le robinet sur l'intelligence et le savoir collectif. Ça, ça a énormément changé. »

Si le public assiste parfois les journalistes dans les idées ou la documentation, il se permet aussi de le faire pour corriger les éventuels oublis des journalistes. Le répondant 7 : « Des fois je twitte mon article à 10 h 30-11 h et il y a toujours quelqu'un qui me dit : oui c'est beau mais t'as fait une erreur dans le prénom d'un tel. Donc je suis connu pour mes appels au pupitre à 22 h 30 pour leur dire. Oui oui ça aide. Ou dire c'est un bon coup mais t'as oublié cet aspect. [...] Cette collaboration avec le monde elle est vraiment le fun là. » Les lecteurs deviennent donc plus que de simples correcteurs, ils participent même à la recherche d'angles aux articles.

Cet autre journaliste bénéficie aussi de la vigilance du lectorat. Le répondant 5 : « Notre *desk* a largement disparu alors maintenant si j'écris le nom du premier ministre de Terre-Neuve qui a eu un père illustre, j'écris le nom, le prénom de son père et personne ne s'en est aperçu. Oui, un lecteur mais pas personne au *desk* et maintenant on ne peut plus présumer, ça s'appelle *spell check*. » La structure des postes du journal de ce journaliste ayant changé, ce dernier pallie avec des logiciels et l'aide du public. Dans ce cas-ci, ce n'est pas systématique, mais d'autres comptent sur cette collaboration de façon régulière.

Ce journaliste se sert de son blogue pour tester certains arguments ou la formulation de ses idées pour ses prochains articles. Cette rétroaction contenue dans les commentaires lui permet

aussi d'améliorer la précision de son travail. Le répondant 6 : « C'est étonnant de voir ce que les gens retiennent des arguments. Mais des fois ça m'a permis aussi de réaliser qu'il y avait des arguments que j'avais mal formulés. Ok, la prochaine fois que j'en parle, je serais mieux de le dire comme ça. » Ce journaliste explique qu'il développe des formules pour expliquer certains dossiers complexes alors quand il sent qu'elles sont bien comprises, il les garde pour un prochain article.

Un autre journaliste se dit conscient de l'image qu'une telle pratique de collaboration avec le public peut avoir, mais selon lui, les bénéfiques dépassent les inconvénients. Dans une discussion avec un blogueur qui le traitait de paresseux en faisant faire son travail par le public, il explique qu'il sauve beaucoup de temps en cherchant une réponse dans un large bassin de personnes. Le répondant 4 : « Je suis bien plus intelligent si j'ai l'avis de 50 personnes plutôt que mon seul avis et celui de mon voisin de bureau. De la même façon que ce n'est pas de la paresse de prendre ta voiture pour aller à Québec plutôt que de marcher, tu sais. C'est une conception fautive de la réalité et de mon travail. Évidemment je ne vais pas faire un appel à tous si ça concerne quelque chose d'hyper sensible mais pour d'autres papiers, absolument. » Le recours au public permet ainsi au journaliste de multiplier ses sources d'information, mais il ne remplace pas son travail d'observation, d'analyse et de vérification.

Cette collaboration se fait même parfois en temps réel et le journaliste retient quelques fois l'information demandée comme pour fidéliser son lectorat. Via ces échanges virtuels, le journaliste fait la promotion de ses propres informations à être divulguées sur le web ou dans le journal. Il se sert de l'information qu'il détient pour inciter et maintenir l'attention de son lectorat à son travail. Quand une lectrice demande une question spécifique dans le cadre d'un voyage du premier ministre, ce journaliste ne se gêne pas pour la renvoyer à ses articles. Le répondant 7 : « Je viens de poser la question au premier ministre, la réponse plus tard sur le site du journal et dans l'édition papier de samedi. Donc je fais mon branding là. [...] Je dis la réponse plus tard sur le site Internet donc ça l'oblige à revenir sur le site. » Ce mécanisme d'autopromotion sera analysé plus loin lorsque nous considérerons la construction identitaire des journalistes concomitante à leur utilisation des plateformes réseautiques.

Cela dit, l'importance des échanges entre un journaliste et son lectorat existait avant les nouvelles plateformes que sont les blogues et les médias sociaux. Ils se faisaient sous forme de lettres manuscrites. Ce qui transforme l'expérience de contact, c'est la facilité et la rapidité avec laquelle les échanges peuvent se faire. Le répondant 3 : « Avant c'était compliqué là pour accéder à un journaliste là, il fallait que tu cherches le numéro de téléphone au journal, l'appeler, tomber sur lui, lui parler, boîte vocale, etc. Là tu twittes quelque chose et tu sais qu'il va le voir là donc c'est cool pour les lecteurs aussi. »

7.1. L'avènement de nouvelles relations entre journalistes et lecteurs du journal

Parmi les courriels de lecteurs, le journal papier reste la forme d'expression qui génère le plus de commentaires malgré toutes les interventions radio et télé auxquelles participent ces journalistes. Bien sûr, les courriels sont une façon de communiquer avec les journalistes mais on peut aussi réagir sur le site du journal sous l'article en question ou encore commenter des billets de blogues. Habituellement, les journalistes n'y répondent pas mais c'est tout de même une bonne façon de mesurer l'impact d'un sujet. Le répondant 4 : « De toute façon, le nombre de commentaires qui sont laissés à la suite d'un billet, c'est un grain de sable sur la plage. Je peux avoir 20 000 lectures d'un billet par exemple. Ça arrive fréquemment. Et avoir 100 commentaires ou 150 commentaires, c'est beaucoup. »

Ce ne sont pas tous les sujets qui déclenchent des réactions de la même ampleur. Le répondant 2 : « Il y a certains sujets qui sont vraiment des *hot buttons* là, ça on le sait. À chaque fois qu'on parle de la langue, de l'identité, des accommodements raisonnables, quand on parle des assistés sociaux, ça c'est un grand classique là, ça déferle. Tous les sujets populo, autrement dit, les mêmes sujets que les politiciens populistes emploient au Québec, évidemment. » Pour celui-ci, ce sont les sujets universels qui rallient le plus de commentaires. Le répondant 3 : « Je dirais les meilleures chroniques là tu vas recevoir entre 10 et 15 courriels. Alors j'ai toujours

essayé de répondre à tout le monde, mais quand je dis c'est les meilleurs chroniques, c'est celles vraiment là qui vont chercher le monde. Tu n'as pas ça à toutes les semaines là ni à tous les mois. »

En attendant, ces relations qui s'installent en public peuvent être bénéfiques pour le travail des journalistes. Il s'agit d'une sorte de baromètre instantané de leur travail parce que, de nos jours, les réactions ne se font pas attendre. Le répondant 5 : « Avant, nos chroniques n'allaient pas en ligne avant le lendemain, comme un bon journal qu'on était mais c'est plus comme ça alors maintenant on envoie nos chroniques à 3 h et on commence à recevoir des courriels de bêtises à 5 h. C'est toujours agréable. » Il y a donc beaucoup moins de marge temporelle entre la publication et les réactions. Le répondant 1 : « Souvent j'ai des articles la fin de semaine, j'aime ça voir quels sont les effets, les réactions aux articles. Je n'ai pas de moment particulier la fin de semaine où je vais le faire mais je vais toujours le faire un petit peu, ça dépanne. »

En effet, il est tentant pour les journalistes de vérifier ce qui se dit sur le web à propos de leurs écrits. Certains journalistes y prennent goût et recherchent cette appréciation rapide de leur travail que leur procure le web. Le répondant 3 : « Quand t'as un blogue, t'es toujours tenté d'aller voir les réactions à ton dernier billet. Alors au début j'y allais aux demi-heures! Maintenant, avec le temps, on s'assagit là. » Ces commentaires sont-ils un gage de valorisation pour le journaliste? Les réactions dépendent-elles de la qualité du travail, de la notoriété du journaliste ou du type de sujet abordé? La réponse se trouve certainement dans l'amalgame des trois options.

Cela dit, selon plusieurs journalistes, les lecteurs semblent avoir changé leur manière d'entrer en contact avec les journalistes. Le répondant 3 : « Les lecteurs qui m'écrivent là, il y en a moins maintenant. Je pense qu'ils se défoulent sur le blogue au lieu de se défouler dans les courriels. » Pour cet autre journaliste, ce sont plutôt les médias sociaux qui servent d'exutoire pour le lectorat. Le répondant 4 : « Avant, les gens, quand ils voulaient interagir avec moi, ou ils m'envoyaient un courriel ou ils m'envoyaient un message sur mon blogue. Aujourd'hui, les gens

vont tout simplement commenter sur leur page Facebook en mettant un lien vers mon papier ou sur Twitter. Donc je reçois moins de courriels de réactions de nos jours. [...] Par exemple, j'ai écrit la semaine passée, j'ai oublié c'était sur quoi, un nombre correct de réactions par courriel, mais j'ai eu 1000 "j'aime" sur Facebook. »

Selon cet autre journaliste, les lecteurs ne chercheraient plus tant à entrer en contact avec le journaliste mais plutôt à interagir entre eux. Le répondant 6 : « Maintenant les gens peuvent réagir directement sur le site. Alors il y en a que c'est là qu'ils réagissent parce qu'ils ne veulent pas nécessairement m'écrire à moi. Ils veulent avoir une conversation avec les autres lecteurs, continuer le débat sur le sujet. » Cela dit, le répondant 4 précise que les commentateurs se répondent beaucoup entre eux alors il faut plutôt compter environ 75 initiateurs de commentaires. C'est une possible explication pour la diminution de nombre d'interactions avec les journalistes. Des différences culturelles pourraient-elles également expliquer cette situation? Possiblement.

En effet, les francophones semblent se distinguer des anglophones dans la fréquence des réactions. Le répondant 2 : « Les lecteurs francophones, pour une raison que j'ignore, interagissent beaucoup moins par courriel que mes collègues anglophones, à qui je parle là. [...] Il semble y avoir une habitude un peu sociologique de participer davantage avec les médias. » La participation est-elle réellement moindre ou se présente-t-elle différemment dans le lectorat francophone?

Parmi ces lecteurs francophones, ceux qui écrivent encore des courriels le font plus en longueur, comme si le courriel avait progressivement remplacé la lettre manuscrite comme lieu d'analyse et de réflexion. Le répondant 4 : « Ce que je note c'est que j'ai moins de réactions directes par courriel sauf que les gens qui se donnent la peine de le faire, écrivent plus longtemps. » Les lettres manuscrites, cependant, ne sont pas entièrement disparues et il arrive encore que certaines populations, plus âgées ou en milieu carcéral, aient recours à ce type de correspondance. Le répondant 1 : « J'ai reçu une lettre de 12 pages l'autre jour. Un gars dans un

pénitencier qui parlait d'un blogue, c'est un prisonnier là qui m'a écrit. Et c'était un peu délirant donc non je n'ai pas répondu. »

7.2. Les réactions des journalistes aux messages reçus

Les messages que peuvent recevoir les journalistes semblent assez souvent polarisés. Ils sont soit des éloges, soit des invectives et parfois des questionnements. L'heure à laquelle le message est écrit en dit déjà beaucoup sur son contenu et les journalistes tiennent compte de ce nouveau paramètre. Le répondant 7 : « Un autre à 10 h du matin, plus fouillé, il va avoir plus de valeur à mes yeux qu'à 4h du matin. Je vais abandonner. Je ne vais pas répondre et ça va finir là. » Le répondant 2 : « Parfois le ton du courriel s'explique par l'heure parce que je comprends très bien que le gars était sur la brosse et il est rentré chez lui puis il s'est mis à m'écrire des niaiseries. On le voit. On le voit dans les blogues même des fois. J'ai des collègues féminines, c'est toujours dans ces heures là qu'elles se font envoyer des niaiseries. C'est la nuit et c'est clair que c'est un gars sur la go qui a pris une bière de trop. » L'heure de l'envoi du message mène donc à une meilleure compréhension du message et la nuit semble effectivement être porteuse de messages plus négatifs. Le répondant 4 : « Je vais leur dire, écoutez, à 3 h du matin là vous devriez penser à autre chose qu'au chroniqueur du journal. Faites quelque chose d'autre, ce n'est pas sain là. »

Si plusieurs considèrent que l'heure d'envoi d'un message du public est importante pour contextualiser son contenu, d'autres ne s'en formalisent pas. Ils vérifient plutôt l'heure d'envoi quand il s'agit de collègues ou de contacts politiques. Le répondant 3 : « Je vais vérifier à quelle heure ils l'ont envoyé parce que lorsqu'il s'agit du boulot, tu ne veux pas faire traîner les gens inutilement. Lorsque ce sont des messages de lecteurs, là il n'y a pas d'urgence. C'est très rare que je vais voir à quelle heure le message est rentré en ce qui a trait aux lecteurs. » Ici, l'heure devient un facteur de pression et de performance professionnelle et moins un indicateur de contenu.

Certains choisissent néanmoins de répondre aux lecteurs qui écrivent la nuit malgré le contenu souvent dérogatoire, mais pour cet autre journaliste, il est inutile de jeter de l'huile sur le feu. Le répondant 5 : « S'ils n'écrivent pas pour me dire vous êtes un méchant séparatiste et on devrait vous congédier, si on a une base de conversation civilisée, je leur réponds au moins merci pour qu'ils sachent que j'ai lu leur courriel. S'ils prennent le trouble de se rendre jusqu'à ma boîte de courriel, je vais leur répondre. Ceux qui sont des *achalants* professionnels et qui écrivent des folies de tous ordres, j'ai un mécanisme pour ça qui s'appelle mettre des gens en quarantaine. » Ce journaliste a donc mis au point un système pour filtrer lui-même les courriels provenant de certains individus. Plus souvent qu'autrement, les courriels négatifs n'obtiennent pas de réponse.

Effectivement, il est souvent beaucoup plus aisé de répondre aux éloges bien que ce journaliste-ci prenne le soin de répondre à tous les courriels sans chercher à prolonger la discussion. Le répondant 1 : « Ils nous font souvent des reproches donc je réponds mais poliment là. Je ne me pogne pas avec mes lecteurs. » Les journalistes ont donc cultivé de nouvelles habitudes de correspondance pour entretenir le lien avec le lecteur, surtout lorsqu'il s'agit de réponses à des commentaires positifs. Le répondant 3 : « Alors lui il m'envoie un gros courriel de félicitations là, documenté, pondéré, respectueux. Bon. Alors ces gens-là, tu leur réponds, tu comprends? Mais en même temps, on ne passe pas une demi-journée à leur répondre et à leur dire qu'ils sont fins [...] là je vais mettre leur nom très souvent, soit en avant, soit dans le texte. Parce que c'est flatteur d'avoir son nom dans le texte. C'est personnalisé. »

Ce même journaliste en développe presque des amitiés avec certains lecteurs en nous décrivant le ton humoristique de ses échanges. Le répondant 3 : « Il s'agit de quelqu'un que je connais bien, qui est un lecteur mais en même temps un informateur et qui me fait un commentaire sur ma chronique de dimanche. [...] C'est très amical parce que c'est une relation avec un informateur qui est effectivement devenue très amicale. » Le ton décrit n'est donc pas représentatif des courriels habituellement échangés entre lecteurs et journalistes, mais il montre tout de même qu'il est possible de tisser des liens.

Ces relations en deviennent presque épistolaires à l'occasion. Le répondant 6 : « À un moment donné il y a aussi un lecteur qui m'avait envoyé un très long courriel pour me dire qu'il y avait lu un article sur des questions carcérales qui l'avait beaucoup touché et là il m'a raconté son histoire. Il dit je peux vous écrire de temps en temps? J'ai dit ben oui, ça me fait plaisir. Ce n'est pas grave. Je ne répondrai pas à chaque fois mais ça m'intéresse de voir votre réflexion sur le sujet parce que c'est un ancien détenu. Alors ça donne un point de vue qui peut être intéressant. » Dans d'autres circonstances, pour ce journaliste-ci, il peut devenir important de répondre aux lecteurs pour clarifier ses positions. Le répondant 6 : « Si je réalise que la personne n'a vraiment pas compris un point, alors je dis : je pense que j'ai dû mal m'exprimer, je trouve une formule polie pour dire qu'elle a mal compris et que ce que je voulais dire c'était tel ou tel point. Je n'aime pas que ça reste sur un malentendu. »

7.3. De nouvelles normes d'interaction

Cette nouvelle conversation entre lecteurs et journalistes entraîne une autre dimension dans le quotidien du journaliste qui, avant les nouvelles technologies de communication, avait moins à se soucier d'entretenir une relation soutenue avec son lectorat. Et de plus en plus, cette relation naît de façon publique. Le répondant 6 : « Je ne vais pas répondre aux lecteurs qui vont réagir sur le site du journal ou le site du magazine. Ça, je ne réponds pas parce que là je ne veux pas avoir de conversations publiques avec mes lecteurs. Eux peuvent répondre comme ça mais moi si je leur réponds, c'est à eux que je réponds, pas à l'ensemble de l'univers. »

La perception de ce journaliste est reliée à la perception traditionnelle de son journal comme média de masse (« one-to-many »). Cela dit, Internet est plutôt celui des télécommunications interpersonnelles (« one-to-one ») qui exige davantage d'interactions (Pélissier, 2000 : 926). Selon certains chercheurs, le journalisme deviendra une profession qui offrira des services non pas aux collectivités mais aux individus comme citoyens, mais aussi

comme consommateurs, employés et clients (Bardoel et Deuze, 2001). Cela dit, ce changement de paradigme ne semble pas s'être entièrement opéré parmi nos participants.

L'avènement de cette nouvelle correspondance influence la forme que prennent les messages que les journalistes envoient à leurs lecteurs. Le répondant 2 : « C'est important pour moi de répondre poliment [...] c'est important parce que je me dis, les gens vont probablement très mal l'interpréter. Ce sont nos clients ça, c'est eux autres qui nous font vivre là si on les envoie promener... » Cette notion de clientèle revient aussi dans le discours d'un autre journaliste. Lorsqu'on parle de répondre aux courriels des lecteurs, le répondant 3 parle du « service après-vente. » Selon Kovach et Rosenstiel, le lectorat est un consommateur davantage qu'un client. L'information n'est pas un service que l'on vend. On offre plutôt au public-cible un lot de relations basées sur des valeurs journalistiques. C'est ce lien qui est ensuite monnayé par les publicitaires (Kovach et Rosenstiel, 2007: 64).

Ainsi, certains journalistes, comme celui-ci, se retrouvent ainsi dans une relation à deux sens qu'ils n'ont pas choisie avec le métier tel qu'ils le connaissaient avant Internet. Le répondant 5 : « Moi ce que j'écris dans la vie, ce n'est pas des courriels. Je ne tiens pas une correspondance, je ne me cherche pas des *penpals*. J'écris des chroniques dans un journal, on peut les lire sous n'importe quel format. Je suis très heureux qu'on puisse les lire sur plusieurs formats et donc qu'ils soient accessibles à quelqu'un qui est à Montréal comme à Vancouver. Mais autrement ce que je fais dans la vie, c'est écrire des chroniques qui font 650 mots, qui ont un début, un milieu, une fin dans laquelle les faits qui sont rapportés sont exacts. C'est tout. » En effet, il y a fort à parier que si Internet devait venir à manquer du jour au lendemain, les journalistes se plaindraient davantage de la perte de sources d'information et de vérification plutôt que de la source d'interaction (O'Sullivan et Heinonen, 2008 : 367). Ils envisagent souvent ce dialogue comme une tâche supplémentaire qui ne cadre pas dans leur mandat premier qui est celui d'aller chercher l'information et de la vulgariser pour le public (de Maeyer, 2010 : 58).

Ce flot accru d'échanges déstabilise-t-il le journaliste et son rapport à son lectorat? Il amène à tout le moins une vigilance accrue du point de vue du journaliste. Celui-ci mesure la justesse d'un message à la possible réaction d'un journaliste concurrent. Le répondant 4 : « Dans les courriels là, qu'importe à qui j'écris, mon *motto* c'est si Paul Arcand lit ça le matin, disons que quelqu'un lui envoie, voici ce que [le répondant 4] lui a envoyé, Paul Arcand lit ça, est-ce que je suis capable de ne pas rougir? Des fois je peux être très dur avec des lecteurs. J'essaie de rester poli. » Caron et Caronia (2005) parlent de l'influence de l'audience dans l'évolution de la conversation téléphonique fixe vers la mobilité (Caron et Caronia, 2005 : 155). Le web pourrait aussi représenter ce regard extérieur qui altère les échanges entre journalistes et lecteurs. « Même si son intervention ne se traduit pas en paroles qui viennent se mêler à la conversation, le seul fait qu'on le [le tiers inclus] sache présent entraîne des contraintes, et ouvre des possibilités qui affectent le déroulement de la conversation. » (Caron et Caronia, 2005 : 155).

Ces nouvelles relations numériques doivent ainsi être gérées adéquatement et imposent un nouvel apprentissage. Un journaliste nous a raconté comment il se doit de s'abonner au fil Twitter d'un de ses collègues de travail même s'il n'y trouve aucun intérêt. Ces plateformes imposent ainsi une gestion des relations de travail en plus des relations avec le public. Et cet intérêt, cette nouvelle proximité sans intermédiaire peut être interprétée à tort par une certaine forme d'approbation. Le répondant 4 : « En fait, il ne faut pas confondre. On confond ami sur Facebook avec ami. Et là-dessus, on peut avoir tendance à confondre gens qui nous suivent et gens qui nous aiment. »

Ces journalistes ont vécu des expériences de ce genre et en tirent de nouvelles façons d'appréhender le médium. Celui-ci modère donc les codes qui font allusion à une fausse proximité. Le répondant 4 : « Quand tu parles de bonhommes sourire et tout, j'essaie de me calmer le pompon et de me dire que ça peut faire le tour du monde. Avec mon nom à côté et mon boss qui ne sera pas très content. » La conscience d'éventuelles conséquences entraînent l'apparition de nouvelles pratiques qui imposent l'utilisation de ces nouveaux codes. Le répondant 4 : « L'écrit se prête très mal à l'ironie, au clin d'œil, ce que les Anglais appellent *tongue-in-cheek* donc des fois quand j'écris quelque chose et que je taquine quelqu'un, je mets un

sourire pour que la personne comprenne que je badine. C'est très facile de provoquer des chicanes qui n'étaient pas nécessairement préméditées. »

Il paraît important pour certains journalistes d'éviter l'apparence d'automatisation et d'authentifier leurs réponses aux lecteurs. Pour d'autres, le besoin d'authentifier ses réponses n'est pas ressenti de la même façon et le manque de personnalisation dans ses réponses au public ne lui déplaît pas. Le répondant 5 : « Généralement des courriels privés où je dis que j'annule un voyage, là je vais mettre mes initiales pour que le monde se rende compte là que c'est, oui c'est une vraie communication, c'est moi. Autrement, non. » Certains se préoccupent donc plus que d'autres de la manière dont ils seront perçus par leur auditoire. Nous en arrivons ainsi à l'image des journalistes et comment ils gèrent leur identité, autant hors ligne qu'en ligne.

8. Les identités multiples des journalistes

La question de l'identité est intimement liée au journalisme sur quatre aspects : l'identité partagée, l'identité modulaire, l'identité rêvée et l'identité paradoxale. L'identité partagée est une nouvelle réalité inconfortable pour les journalistes. « Cette position-carrefour trouve ses origines dans l'extraordinaire "plasticité" de la profession, qui a conduit les journalistes d'antan à exercer leur métier de façon concomitante avec d'autres, et qui amène aujourd'hui de nombreuses professions concurrentes (en provenance du monde de l'informatique, des réseaux, du management ou de la communication) à devenir "Producteurs de contenus informationnels", occupant ainsi le territoire traditionnel du journalisme » (Pélissier, 2000 : 914).

L'identité modulaire fait quant à elle référence à ces frontières souvent floues de la profession ou de la semi-profession. Les contraintes exercées sur les frontières se sont toujours avérées, mais cette fois, l'agression est triple : l'urgent, l'argent et les gens (Bougnoux, 1995 dans Pélissier, 2000 : 914). L'identité rêvée est celle qui est produite par une mythologie véhiculée dans la profession, tant dans les écoles que dans les entreprises et chez les journalistes entre eux. Enfin, l'identité journalistique demeure paradoxale dans la mesure où l'aspect vocationnel du

métier confère une large place au senti, à l'implicite, à l'intuition contrairement au discours institutionnel qui veut que le journalisme soit une somme de techniques bien précises qu'il suffit d'appliquer (Pélissier, 2000 : 916).

Les nouvelles technologies et Internet auraient amplifié cette complexité identitaire du journaliste. Dans le quotidien, le journaliste se crée et maintient plusieurs identités qui lui permettent de mieux gérer les diverses pressions du métier. Le répondant 7 gère ses identités avec ses deux comptes personnel et professionnel. Cela dit, son compte personnel est plus populaire que son compte professionnel, ce qui lui a permis d'avoir accès à certaines informations privilégiées. « C'est quasiment inquiétant pour le journal là. » Le journaliste profite donc de la confusion de ses deux identités au profit de son journal. La séparation des comptes est venue en réponse au désir du journaliste de conserver sa liberté de parole sans engager directement son employeur. Le répondant 7 estime qu'un journaliste est un citoyen comme les autres qui a aussi le droit de conserver sa liberté de parole. Il dit maintenant posséder « un fil professionnel plate et il va y avoir un fil personnel le fun ».

Ce dernier journaliste est donc conscient des limites que doit respecter un journaliste qui représente un journal sur le web. Toutefois, quand un média jouit d'une bonne réputation en ligne, selon plusieurs, la perception d'une éventuelle identité privée du journaliste n'est en fait que le reflet de sa notoriété professionnelle. Le répondant 2 : « Ce n'est pas moi là. Parce que je n'aurais pas le nombre d'abonnés que j'ai si ce n'était que moi, soyons honnêtes. Comme je le dis tout le temps, c'est la même chose, on m'invite à la télé parce que c'est virgule *Le journal*. Enlève virgule *Le journal* et personne ne va m'inviter là. J'en suis conscient donc il faut que je fasse attention, je ne peux pas envoyer n'importe quelle bêtise. » Ce journaliste mentionne aussi qu'il est toujours alerte, qu'il est toujours préoccupé par le regard du public.

Le répondant 4 profite aussi de la notoriété que son travail lui offre mais en sachant qu'il ne s'agit pas réellement d'une approbation personnelle : « C'est le concept du voisin gonflable. En fait, c'est aussi le reflet de tes tribunes. Moi je fais de la télévision, je suis dans le journal...

dans le fond, je n'ai pas beaucoup de mérites. À un moment donné, j'ai vu Régis Labeaume, le maire de Québec qui est arrivé sur Twitter, 0 tweet, ne suit personne mais en 24 heures il avait quelques milliers de *talonneux*. » Ces journalistes sont donc conscients que leur rôle de chroniqueur vedette et de personnalité publique leur attire tout naturellement des abonnés. Ils sont devenus populaires grâce à leurs tribunes et ces dernières font en sorte que le public a l'impression de se rapprocher de l'individu.

Cette notoriété attire l'attention et la curiosité. Il existe donc une divulgation volontaire, mais aussi une divulgation involontaire de détails privés. Cette dernière peut venir du journaliste lui-même comme le démontrait l'exemple précédent du répondant 7, mais il peut aussi venir de l'extérieur, à l'insu du journaliste, auquel cas, le journaliste perd le contrôle de sa propre identité personnelle en ligne. Pour le répondant 5, les médias sociaux peuvent servir à nuire aux journalistes : « Ça donne des armes et ce qui est très dangereux, c'est que maintenant, avec Youtube, avec Twitter, avec Facebook, avec nos amis les journalistes citoyens, il n'y a plus d'espace privé pour les journalistes. Si quelqu'un qui va quelque part et qui fait une crise de nerfs, une crise de vedettes dans un supermarché, il va se ramasser sur Youtube. [...] ça ne change pas la façon d'exercer sa profession, ça change la vie, c'est pire. » Ce journaliste nous confie d'ailleurs avoir vu plusieurs faux comptes Twitter à son nom divulguer de fausses informations à son sujet.

En règle générale, les journalistes préfèrent tenter de contrôler leur image sur le web en ne divulguant pas de détails ou de photos privées. Ils demeurent méfiants à l'égard des réseaux sociaux et des nouvelles possibilités dont jouissent leurs utilisateurs. Les réseaux sociaux resteront-ils donc importants dans le quotidien des journalistes? Le répondant 6 : « Je pense que les gens vont se calmer un peu avec les Twitter de ce monde. Parce que les gens vont se rendre compte qu'il y a là un éparpillement mental assez important. Je pense que les gens vont être beaucoup plus vigilants à cause de l'aspect de vie privée. Moi c'est pour ça que je n'écris rien et que je ne mets rien là. » Dans ce cas-ci, présenter et conserver une seule identité en ligne peut s'avérer plus difficile à faire que de jongler avec plusieurs identités.

8.1. Les plateformes réseautiques et l'autopromotion des journalistes

Un des atouts importants des réseaux sociaux pour les journalistes est la capacité de les utiliser comme outils de promotion pour leurs articles. Pour certains, c'est même ce qui constitue leur usage principal des médias sociaux. Le répondant 6 : « Moi je ne tweete pas beaucoup, je tweete surtout mes chroniques, je vais tweeter mon blogue. [...] C'est susciter du *traffic*, je sais qu'il y a bien du monde qui font ça comme ça. Mais c'est bien rare que je tweete là pour faire de l'anecdote. » Les plateformes réseautiques servent donc aussi à bâtir l'identité numérique du journaliste.

Le répondant 3 s'en sert pour promouvoir ses publications de blogue, quant au répondant 7, il le fait pour ses articles. Même son de cloche du côté du répondant 1 qui se sert de Twitter comme d'une extension de son travail de journaliste : « Je fais juste promouvoir finalement mes articles, mes entrées de blogue et aussi profiter de ce qu'on appelle de faire du *live tweeting*, soit à l'Assemblée nationale soit à la commission Bastarache. » Selon lui, c'est ce que ces outils amènent le journaliste à faire, à promouvoir son travail. Il se sert même de sa signature électronique de courriel pour faire la promotion de son plus récent livre.

Les journalistes tirent-ils des avantages marqués de cette autopromotion? Selon le répondant 3, il s'agit surtout d'un vecteur de notoriété : « Quand j'ai lancé mon blogue, je voulais que ça marche, je voulais battre mes collègues de Montréal en termes de commentaires donc à ce moment-là j'annonçais beaucoup sur Twitter et sur Facebook mais maintenant j'ai des beaux chiffres là, je n'ai plus besoin de faire ça. » Ce journaliste a ainsi cessé son autopromotion lorsque son auditoire s'est rendu directement sur son blogue. Pour lui, les réseaux sociaux étaient un tremplin vers le blogue.

À plus long terme, pour d'autres, c'est la récurrence de cette activité de promotion qui risque de surcharger la tâche du journaliste. Celui-ci compte bien s'en prémunir. Le répondant 5 : « Ce qui l'aurait alourdi c'est si je décidais de devenir quelqu'un qui écrit sur Facebook, sur Twitter, qui s'annonce sur Twitter, qui écrit sur Facebook pour se ré-annoncer, qui maintient un blogue, et qui fait le reste, ah ben oui mais là je mourrais. » Ce journaliste-ci ne voit pas l'utilité de multiplier les plateformes d'échanges. Il préfère s'en tenir à ses seules activités d'écriture. Aujourd'hui, ce même journaliste a peut-être un peu revu sa position puisque son abonnement Twitter est parmi les comptes de journalistes les plus populaires et il y promeut régulièrement son travail.

Cette lourdeur anticipée est largement compensée par la satisfaction qui vient avec un article plus largement diffusé grâce aux réseaux sociaux ou d'autres médias traditionnels. Le répondant 7 : « Ça rajoute mais ça à un moment donné... J'ai sorti qu'il y avait des membres de la famille Ben Ali qui étaient arrivés. Ça a été l'article le plus *facebooké* de l'histoire du portail donc c'est sûr qu'il y a d'autres qui peuvent avoir de l'intérêt. » Les médias sociaux, dans ce cas-ci, Facebook, permettent au journaliste d'acquérir de la notoriété.

Cette notoriété acquise permet au journaliste de se distinguer de sa publication telle qu'exposée plus tôt. Le répondant 7 : « Les gens qui me diraient moi je ne lirais jamais le Journal, c'est de la marde, [...] ils l'ont lu parce que je l'ai tweeté. Je le sais parce que les gens il faut aller les chercher là où ils sont. Pis là où ils sont c'est là-dessus. Donc tu peux faire l'article et bien le placer sur le site du journal, si personne ne va sur le site du journal, il ne le verra pas. » Pour ce journaliste, l'utilisation des plateformes réseautiques est essentielle à la diffusion du travail des journalistes. La seule publication papier ou web de leur travail ne suffirait plus à réunir le lectorat potentiel.

Les médias sociaux permettraient aussi d'aller chercher le lectorat qu'ils n'ont pas avec les médias traditionnels? En tous cas, ils offrent une nouvelle plateforme journalistique sans fioritures ni longueurs excessives. Certains apprécient ce nouvel espace d'expression. Le

répondant 1 : « Sortir de la nouvelle au fond sans avoir à faire un texte journalistique, je trouve que c'est un avantage moi. Tu vas direct à la nouvelle. Tu écris juste 140 caractères. » Les journalistes en viennent à utiliser un médium où la nouvelle est reine et où, parfois, certaines règles identitaires de base du journalisme, comme la qualité de la langue française, tendent à perdre de leur importance pour certains. Pour d'autres, la qualité de la langue française en ligne et en mobilité doit, plus que jamais, défendre les frontières de la profession.

8.2. La conscience d'une image publique

Selon Aldridge (1998), la perception de Giddens selon laquelle la quête d'identité est réflexive et inscrite dans un processus simultané de changement social et personnel, s'avère particulièrement instructive dans le cas des journalistes. L'auteur se réfère au journalisme comme à une communauté occupationnelle selon le terme de Salaman (1974), c'est-à-dire, une communauté dont les membres ne séparent pas leur vie professionnelle de leur vie personnelle; dont l'image des membres est centrée sur leur rôle occupationnel, leur métier; et qui partagent des valeurs à propos de la façon dont le travail se fait et comment il devrait se faire. Ici, il s'avère que les identités multiples de certains journalistes sur Internet bousculent l'image professionnelle du journaliste, celle-là même qui assure la crédibilité et la légitimité au métier.

Certaines utilisations d'Internet et des réseaux sociaux peuvent en effet modifier les perceptions du lectorat envers le journaliste mais aussi celles des journalistes entre eux. Le répondant 2 : « J'ai découvert du monde sous un tout autre jour depuis qu'ils sont sur Twitter et que je les suis et que je vois passer leurs tweets... du monde que je ne nommerai pas là parce que notamment ils sont dans la même *business* que moi, c'est des gens avec qui je travaille et soudainement tu dis, oui, double personnalité. Cette personne-là, je la connais depuis des années et c'est drôle parce que le ton des tweets c'est pas du tout la même chose, c'est comme Dr Jekyll et Mr Hyde là. » Cet autre journaliste semble aussi mal à l'aise avec le comportement de ses collègues en ligne. Le répondant 3 : « Je trouve qu'il y a certains de mes collègues qui se permettent des commentaires là-dessus qui n'ont pas leur place là. Il y a quand même une ligne

qu'il ne faut pas franchir. On reste des journalistes ou des chroniqueurs ou des éditorialistes alors il y en a qui franchissent la ligne. Parfois. »

Pour certains, ce n'est pas tant que les journalistes n'aient pas encore trouvé le bon mode d'emploi pour faire cohabiter diverses plateformes de diffusion avec les mêmes codes ou la même éthique que sur papier, c'est peut-être tout simplement le nouvel ordre des choses comme l'indique le répondant 2 : « C'est un peu comme quelqu'un qui va manger dans un grand restaurant, là chez Toqué ici à côté, un soir là, c'est formel et bien habillé mais que deux heures après, il est dans une boîte de nuit en train de se défoncer avec des *shooters*. C'est vraiment l'image qui me vient. » Internet permettrait donc l'expression d'identités multiples qui seraient contraires à l'image souhaitée et cohérente du journalisme. Selon Giddens, dans la structuration de son identité, l'individu dirige les diverses narrations de soi vers des auditoires différents. Or, il semblerait que le Web brouille les frontières entre les communautés auxquelles ils appartiennent. Ainsi, chaque communauté peut recevoir plusieurs narrations du même individu, ce qui ajouterait à la confusion autour de l'identité du journaliste.

Ces identités multiples peuvent coexister en ligne mais les journalistes se sentent peu encadrés dans ces nouvelles pratiques même si des codes de conduite officiels existent. Dans l'attente de consignes claires, les journalistes font des essais et parfois quelques erreurs ou en tous cas, quelques entorses à une image plutôt fixe jusque-là. Le répondant 2 : « Des fois ils sont surpris. Si je dis *christ qu'on est bien* dans un courriel, dans un tweet, là les gens disent hein? Ça, à la limite, je trouve ça plutôt drôle, surtout s'ils savaient comment on parle dans le milieu politique. » Internet permet au lecteur d'avoir accès au journaliste en dehors de ses chroniques et de ses interventions professionnelles à la radio et à la télévision. Ainsi, le journaliste est beaucoup plus souvent exposé au public et conscient plus que jamais de l'image qu'ils reçoivent.

Les journalistes semblent souvent penser à la perception des autres, en particulier de leur auditoire, soit à la lecture des textes reçus de la part du public ou dans la correspondance que les journalistes peuvent entretenir avec ce même public. Le répondant 2 : « Oui oui je suis assez *self-*

conscious là-dessus là, moi, à chaque fois, ça me fait un petit pincement au cœur. [...] Une fois de temps en temps, j'essaye de m'acheter un morceau de conscience en écrivant dans une chronique, au fait, *by the way*, je sais que vous m'écrivez, j'apprécie beaucoup mais vous êtes nombreux et je veux que je vous sachiez que je vous lis mais que je n'ai pas le temps de vous répondre. » Ce journaliste mentionne qu'il trouve dommage de ne pas prendre le temps de répondre à ceux qui lui écrivent mais il rappelle qu'avec ses piges, ses chroniques régulières, ses voyages et ses enfants, c'est souvent là qu'il doit couper.

L'angoisse de ce journaliste est certainement reliée à cette surveillance constante de son environnement. Giddens parle d'anxiété existentielle dans cette quête récurrente d'informations structurantes pour l'identité (Walsham, 1998 : 1087). Et si la gestion de la réputation et de l'image du journaliste passe beaucoup par cette correspondance, cette dernière revêt pour certains une grande importance. Le répondant 4 : « C'est important parce que je ne suis pas dans une tour d'ivoire. Et je veux que les gens le sachent. » Un autre journaliste évoque les hésitations de ses lecteurs à le contacter. Le répondant 2 « Moi je reçois beaucoup de courriels de gens qui me disent, *c'est vraiment la première fois que j'écris à un journaliste* et on sent qu'ils sont très intimidés de le faire. Alors que ça devrait être une habitude. Ou en tous cas, ça ne devrait pas être intimidant là, ça c'est sûr. » Ces journalistes aimeraient avoir une image de journalistes ouverts et accessibles. Il reste cependant à trouver l'équilibre entre la vie privée et publique du journaliste.

8.3. Les frontières poreuses entre la vie publique et la vie privée

Certains journalistes tentent de protéger les frontières entre leur vie publique et leur vie privée, comme pour ne pas mélanger la personne et le journaliste dans l'esprit du lecteur. Le répondant 2 : « Il m'arrive de faire des jeux de mots là où des fois, envoyer un truc court ou *punché* ou juste pour un peu pour provoquer là c'est sûr mais d'abord, je n'irai pas sur ma vie personnelle, je ne dirai pas à mon monde que je suis en train de magasiner des souliers chez Browns là ou que je viens de sortir d'un restaurant que je vous recommande chaleureusement

là. » Il trouve hasardeux de jouer sur les deux fronts (privé et professionnel) et s'il est prêt à aborder divers sujets en ligne, c'est parce qu'il en traite déjà dans son journal : « Moi le plus loin que j'irais là personnellement et j'y pense là, c'est peut-être à l'occasion dire aux gens qui me suivent et qui s'intéressent aux vins comme moi, j'ai eu une bouteille d'un truc, c'est vraiment bon. [...] C'est purement professionnel. Je n'irai pas plus loin que ça dans ce que je raconte là. »

Quels risques existe-t-il pour le journaliste qui aborde certains aspects de sa vie privée dans les médias sociaux? Le répondant 2 : « C'est-à-dire que ça risque même parfois de devenir un peu vulgaire. Vulgaire dans le sens pas sexuel mais vulgaire dans le sens, tu te montres sous un jour qui est pour avoir l'air *friendly*, pour avoir l'air *in*, pour faire *hip*, tu envoies quelque chose, je ne sais pas. » En somme, ce journaliste n'est pas à l'aise de jouer avec l'image qu'il renvoie en tentant de se rendre plus sympathique aux yeux du public par diverses voies. Ce journaliste-ci en veut à son confrère de travail de divulguer les détails de sa vie privée sur les réseaux sociaux. Le répondant 1 : « On est allés jouer au tennis, l'autre fois, il m'a battu 6-0, 6-0. Je vais sur Twitter après pis je vois qu'il dit *je vais être délicat, je vais laisser [le répondant 1] parler du score*. Là, j'ai dit, un peu de vie privée, tu sais. » Chacun semble se fier à son jugement mais tous n'ont pas la même définition de la vie privée.

Si certains le font, pour d'autres, il peut aussi arriver que les journalistes divulguent eux-mêmes accidentellement leur vie privée sur le web. Certains incidents, comme celui-ci, illustrent bien la confusion possible des identités sur Twitter. Le répondant 1 à propos d'un journaliste : « Il racontait comment sa blonde s'engueulait avec son ordinateur et ça donnait l'impression qu'il s'engueulait aussi avec sa blonde. Donc il est en train de *live-tweet* une chicane avec sa blonde sauf que son fil Twitter était reproduit sur le journal! » Suite à cet incident, le journaliste a séparé ses comptes avec un compte privé et un compte professionnel. Cela dit, l'omniprésence des moyens de connexion et des outils de communication efface certaines lignes que l'époque analogique avait clairement tracées. Avec ses propres moyens de diffusion, le journaliste peut décider seul de ce qu'il publie ou non, et cela peut aussi lui jouer des tours.

Pour un des journalistes, cette façon de mêler vie privée et publique n'augure rien de bon pour la profession. Le répondant 5 : « Je ferais avec Twitter ce que je fais avec le reste de ma vie. Je présumerais que ce n'est pas mon journal intime. Parce que ça c'est un problème que je n'ai pas mais que ma profession a, l'idée que Twitter et autres a libéré le moi profond. Ce n'est pas une très bonne idée de libérer le moi profond de professionnels. Je n'aimerais pas ça moi, savoir que mon médecin a toutes sortes de fantasmes, ça changerait ma perception de son professionnalisme quand je vais le voir pour un examen médical. Ça vaut aussi pour les journalistes. » Ce journaliste s'inquiète des discours contradictoires que les journalistes peuvent envoyer aux autres. Ainsi, il s'avère parfois que l'image qu'ils projettent ne corresponde plus tout à fait à la réalité.

8.4. L'image décalée du journaliste

Entre journalistes, l'adoption d'un nouvel outil ou d'une nouvelle plateforme ne passe généralement pas inaperçue. Quand un journaliste apporte un nouvel outil au travail, il se fait tout de suite remarquer. Le répondant 6 : « Ah quand on utilise le iPad les gens nous trouvent ben ben techno. » Ce journaliste emploie le mot « techno » dans un sens positif, comme s'il était souhaitable que les autres le perçoivent ainsi même si ce n'est pas toujours volontaire. Les journalistes aiment donc être perçus à tort ou à raison comme des êtres très branchés. Certains sont bien flattés lorsqu'on remarque leur dextérité avec leur appareil. Le répondant 7 : « Moi il y a quelqu'un qui m'a dit, hé, je n'ai jamais vu quelqu'un d'aussi vite que toi sur un iPhone là. » Pour ce journaliste, son adresse à utiliser le clavier tactile le démarquait des autres utilisateurs et contribuait à le valoriser et à le conforter dans son choix.

Cela dit, bien qu'ils projettent souvent une image d'individus très férus des technologies, les journalistes, pour la plupart, semblent se situer dans la moyenne de la population urbaine. À ce sujet, le répondant 5 précise que « le journalisme, c'est un métier où tout le monde est assez connaissant de technologies même si ce n'est jamais des gens qui sont des *techies* ». Le répondant 4 rajoute que les perceptions des journalistes à ce sujet sont effectivement parfois

erronées : « Parce que dans les médias traditionnels, j'ai été un des premiers à bloguer, je suis vu comme quelqu'un qui connaît ça. Ce qui est absolument faux. Ben non, je ne suis pas un expert! Tantôt tu m'as dit est-ce que c'est un iPhone 4, absolument pas. Je ne suis pas un *early adopter*. Pas du tout. Je suis quelqu'un qui embarque dans le train en même temps que tout le monde. Donc les autres me perçoivent probablement comme plus connaissant que je ne le suis vraiment. » Pour ce journaliste, son utilisation précoce du blogue dans le cadre de son travail a modifié la façon dont les autres le percevaient. Cette modification, dans ce cas-ci, s'est avérée positive et très souvent utile.

En fait, ce journaliste est le premier à ne pas tenter de défaire cette image positive du journaliste connaisseur des nouvelles technologies : « Non je trouve qu'il y a assez de perceptions par rapport à moi que j'aimerais démonter avant de démonter celle-là. [...] En fait on me présente comme le blogueur le plus lu au Québec, bon. Si tu n'as pas fait ta recherche et que tu ne me poses pas la question, ben vas-y, c'est correct, je vais te laisser courir le mythe. » L'image mythologique du journaliste perdure aussi parce qu'elle est maintenue et véhiculée tant par le public, les institutions que les journalistes eux-mêmes. « Certes, comme le rappelle Jacques le Bohec, ces mythes correspondent de moins en moins au vécu quotidien des professionnels. Cependant, ils fournissent au corps journalistique des outils efficaces de management identitaire et de clôture fonctionnelle au sein des rôles prédéfinis et bien précis » (Pélissier, 2000 : 915).

Les perceptions erronées du métier de journaliste concernent aussi la nature de leur travail quotidien. Le répondant 5 : « Ah oui les gens pensent que c'est très excitant être chroniqueur mais en fait c'est excessivement [rire] solitaire. C'est vivre comme un moine. D'abord parce que la première chose qui saute, pour la plupart des chroniqueurs, c'est la capacité d'être en party la veille. C'est très difficile d'écrire quand on a mal dormi et qu'on a trop bu. Alors premier problème et deuxième problème, on enrage beaucoup de gens alors forcément être tout seul, c'est mieux. » Ce journaliste fait ici référence à l'image du métier sous les feux de la rampe que suscite son statut de vedette de l'information. Le fait d'avoir accès au pouvoir et aux plateaux de télévision ne change pas la solitude et une certaine austérité nécessaire à son travail de réflexion. Il y a donc les apparences et ensuite la réalité vécue.

Devant les perceptions des autres, justes ou non, les journalistes doivent composer avec le jugement des autres, qu'il soit juste ou non. Le répondant 2 : « Quand le courriel commence par, on le sait ben *estie* de fédéraliste qui travaille pour Power, bon ben regarde, c'est correct là, j'ai été jugé, condamné. Ou à l'inverse vous couchez avec le Bloc. Bon c'est toujours la même affaire de toute façon. Ce qui me rassure, c'est que j'en reçois autant d'un bord que de l'autre. Je suis probablement à la bonne place. Non, moi ils ne sont pas capables de m'étiqueter. » Pour ce journaliste, il est inutile de tenter de renverser l'image projetée, un camp se sentira forcément mal représenté. Il a bien conscience que ce genre de phénomène échappe à toute forme de contrôle.

8.5. Résister à la perte de contrôle

La question du contrôle en est une intrinsèquement liée au travail des journalistes. La prise de décision et le jugement sont des principes fondateurs du statut et de l'autorité journalistique (Lewis, 2012 : 15). Si les journalistes redoutent parfois les nouvelles technologies, ce n'est pas toujours par désintérêt, au contraire. Ils redoutent l'excès d'intérêt qui pourrait être néfaste pour le contrôle de leur vie et de leur travail. Le répondant 1 : « J'aime beaucoup ça là, ces affaires-là donc c'est un peu comme un alcoolique qui ne veut pas qu'il y ait de bouteille dans la maison. [...] J'ai découvert Twitter il y a à peu près six mois. Il y a un vrai danger, je pense, pour les gars comme moi, d'accoutumance. » Il cite son collègue d'un journal concurrent comme étant le pire. Sa principale crainte? « Je ne veux pas que ça bouffe notre vie là, déjà que ça la bouffe pas mal. »

L'usage des nouvelles technologies s'accompagne de certains nouveaux comportements qui changent les habitudes des journalistes. C'est le déplacement de compétences dont parlait Akrich (1993). Avec ces changements vient l'anxiété liée à l'apparition de nouvelles façons de faire (Meyer, 2009 : 609). Plusieurs tentent d'abord de résister à leur adoption. Ils craignent l'envahissement de ces appareils et de ces plateformes dans leurs vies. Le répondant 6 : « Moi

j'ai résisté longtemps à avoir le BlackBerry, j'ai dit c'est de la folie furieuse, pour finir on est toujours là-dessus. » Le répondant 1 abonde dans le même sens en parlant de ses collègues qui l'ont incité à s'ouvrir un compte sur Twitter : « C'est même enregistré dans une émission de télévision où je disais il n'est pas question que j'embarque là-dessus, j'ai trop peur, toujours à l'accoutumance. Finalement je trouve que je me débrouille bien et je réussis à en tirer je crois, les aspects les plus intéressants professionnellement. »

C'est en partie ce sentiment de perte de contrôle que les journalistes semblent redouter avec l'arrivée de nouveaux appareils ou de nouvelles plateformes de diffusion, comme si la technologie dictait le comportement et non l'inverse. Le répondant 2 : « Quand je les vois les gens qui marchent avec leur truc dans l'oreille et qui parlent tout seul sur le trottoir là, je trouve ça débile. Et je trouve qu'on devient complètement accros donc c'est ça qui te mène. Alors que, alors que ce n'est qu'un outil-là. C'est comme si tu te sentais obligé tout le temps de rouler sur l'autoroute parce que t'as une auto. [...] C'est comme si l'auto te forçait à aller conduire. Faut que t'ailles rouler, t'as une auto! Alors c'est pour ça qu'il faut vraiment apprendre à travailler avec ça, mais je ne suis pas un modèle là je travaille là-dessus. » Encore une fois, ce journaliste réfute la thèse du déterminisme technique.

L'utilisation de nouveaux outils entraîne ainsi de nouveaux comportements pour mieux l'encadrer. Le répondant 2 : « C'est d'arriver à s'en détacher. Comme là je le vois que j'ai un message parce qu'il *flashe* rouge là. Il ne faut pas que ça devienne une obsession. Il ne faut pas que ça dicte ma journée. Alors des fois je me force vraiment, je me discipline vraiment à dire même s'ils attendent un peu, ce n'est pas grave là, ils attendront. » Lors de l'entrevue, ce journaliste a pris soin de retourner son téléphone intelligent face contre table pour éviter de voir le voyant lumineux rouge et d'être incité à regarder ses messages.

Si certains réussissent à adopter une quelconque discipline pour contrôler l'utilisation de ces technologies, d'autres vont beaucoup plus loin et choisissent délibérément une approche contraignante qui rendra leur utilisation de leurs technologies moins facile et donc moins

envahissante. Le répondant 4 : « J'ai largué le BlackBerry parce qu'il avait pris le contrôle sur ma vie. » Il explique qu'avec ses multiples tribunes, la gestion d'horaire était d'abord facilitée avec un BlackBerry. « Une bibitte très utile, formidable. Le problème c'est que je suis un chroniqueur d'opinion donc les gens m'envoient leurs réponses et leurs opinions à toute heure de la journée. Donc quand la petite lumière rouge clignotait, [...] que ce soit à trois heures du matin parce que je me lève pour aller à la salle de bain [...] que ce soit le samedi dans un souper avec des amis, je pouvais répondre. » Il se sentait contraint de répondre même si le message contenait des insultes. Le voyant lumineux appelait une réponse immédiate. « Donc je pouvais être physiquement en un endroit mais d'esprit être complètement ailleurs. [...] Ça devenait un problème que d'être toujours facile à contacter et que d'être toujours sur le point de répondre. »

Avec un simple changement d'appareil et en choisissant non pas la facilité mais davantage de contraintes, ce journaliste a paradoxalement retrouvé une partie de sa liberté. Avec son nouveau iPhone, il a donc modifié les paramètres pour que les courriels soient plus difficiles à consulter en s'obligeant à ouvrir un fureteur pour aller dans sa messagerie web. « Il n'y a rien de convivial là-dedans. Je dois agrandir une fenêtre, rétrécir, ça rend les choses compliquées. L'analogie que j'utilise c'est un peu comme tous les obstacles qu'on met dans les pattes des fumeurs de nos jours. C'est-à-dire qu'avant, quand un fumeur travaillait au 17^e étage d'un immeuble, il allumait une cigarette. Aujourd'hui, de mettre son manteau, de prendre l'ascenseur, de descendre, de mettre sa tuque, de s'allumer, de remonter, semble-t-il que ça fait baisser les taux de tabagisme. Et en matière d'Internet mobile, c'est la même chose pour moi. » Il rajoute que s'il retrouve la fonction des courriels reçus directement sur son appareil, il limitera drastiquement le nombre de personnes ayant accès à cette adresse de messagerie.

Le journaliste explique qu'il a écrit une chronique dans les pages de son journal sur son abandon du BlackBerry pour cause d'excès de facilité. « Ce papier là est un des papiers qui se retrouve dans mon top cinq en matière de retentissement parce que j'ai touché une corde sensible, c'est un thème universel. On connaît tous un épais comme moi qui sacrifiais des soupers du samedi soir pour répondre à des courriels. » Selon ce journaliste, ce genre d'erreurs est

attribuable à la nouveauté du phénomène. « La généralisation d'Internet a 15 ans. Mais la mobilité c'est beaucoup plus jeune. »

8.6. La technologie et l'acte d'écriture

Les journalistes que nous avons rencontrés sont, pour la grande majorité, très attachés au respect de la langue, peu importe le médium utilisé, bien que les nouvelles plateformes posent parfois des embûches en rendant les formes traditionnelles d'écriture plus difficiles à livrer. Cela dit, il ne faudrait pas sombrer dans le déterminisme technologique. Les changements vécus dans les règles d'écriture ne sont pas directement liées aux innovations technologiques. Ce sont plutôt des outils de communication qui sont apparus dans une société en mutation où les relations entre individus se multiplient et engendrent même une façon différente de se percevoir (Giddens, 1991 dans Merchant, 2006 : 94).

Si l'écran est le médium de l'époque, l'écriture numérique est le marqueur de cette époque (Merchant, 2006 : 85). Les courriels, les réseaux sociaux, les entrées de blogues, les messages textes, tous ces nouveaux modes de communication semblent posséder leurs propres codes et leurs propres niveaux de langage. Ainsi, parmi les changements de codes qui irritent le plus les journalistes quant à l'écriture, on retrouve en tête de liste, la qualité du français. Le répondant 6 : « J'essaie d'éviter autant que faire se peut les abréviations et plutôt trouver une formule qui est très brève. Sinon je trouve que ça finit par être ésotérique pour le lecteur et ceux qui ne sont pas familiers et qui veulent juste venir explorer. Ils sont tellement intimidés, ils ne comprennent rien. Alors ils se disent et bien je n'y vais plus. »

Selon Merchant, dans notre société contemporaine, l'écriture est une technologie qui remplit en elle-même une grande variété de fonctions sociales et personnelles dont celle de la représentation de soi (Merchant, 2006 : 86). Si les utilisateurs des divers codes se retrouvent et se reconnaissent entre eux, les journalistes aiment délimiter les frontières de leur propre groupe avec la qualité du français en ligne. C'est ce qui leur permet de délimiter les frontières entre eux,

professionnels de langue et les autres. Quand ce journaliste parle de différents codes selon les générations, il tente aussi par le fait même de concrétiser son appartenance à son groupe. Le répondant 2 : « Les jeunes sont rendus qu'ils se parlent dans un dialecte, ils se comprennent. C'est une espèce de dialecte, c'est du français dégénéré finalement là. Je ne dis pas qu'il faut mettre les formes et écrire en alexandrins quand on dit à ses amis que on est en train de regarder un spectacle là mais, mais d'un autre côté, si on dilue complètement la langue tout le temps, si on foule du pied toutes les règles de grammaire, ça donnerait quoi à un moment donné, on peut se parler en code aussi, on peut se trouver du morse. » L'apparition de nouveaux codes auxquels il ne souscrit pas ne fait que renforcer son attachement aux formes traditionnelles d'écriture.

Deuze (2005) perçoit les journalistes comme étant surtout réfractaires au changement. S'ils adoptent plusieurs des nouveaux modes de communication, ils n'en adoptent pas toutes les règles. Les genres et les sous-genres d'écriture numérique jouent aussi beaucoup avec les marqueurs de formalité et d'informalité, d'autorité et de pouvoir (Merchant, 2006 : 88). C'est le cas du message texte. En règle générale, les journalistes n'utilisent que très peu les messages textes dans un contexte professionnel. Le répondant 4 : « Les textos, ça c'est les gens qui ont mon numéro de portable donc c'est des amis, ça dépend. Et là avec eux je peux déconner mais des textos professionnels? Très rare. » Cet autre journaliste n'utilise les messages textes qu'en cas de boîte de réception de courriels trop pleine. Le répondant 2 : « Je ne peux pas aller faire le ménage de ma boîte pour m'en servir, j'essaye d'envoyer un message à quelqu'un, ça bloque. Alors là je vais plutôt lui envoyer un SMS qui est un autre canal tout simplement. Mais je ne suis pas un gros utilisateur de SMS parce que je n'en ai pas besoin et ce n'est pas quelque chose dont je me sers. » Selon lui, il s'agit d'un outil plus utile à ceux qui n'ont pas de BlackBerry ou qui n'ont pas de forfait qui comprend ce type de messagerie.

Quand ce journaliste-ci utilise les messages textes, c'est surtout là aussi dans un contexte personnel et il tente de déjouer les nouveaux codes de ce mode de communication. Le répondant 7 : « Je n'écris pas en langage SMS. J'essaye de faire des phrases complètes même en *chattant*. Je ne fais pas en tous cas avec en TK là, ça m'agresse. Quand mon frère m'écrit BN pour Bonne nuit et MDR ou LOL et tout ça là... Non je n'écrirai pas ça. Il n'y aura pas de MDR ni de LOL ni

de je sais quoi, NSFW not safe for work ou des trucs comme ça. » Bien qu'il utilise la voie de transmission que sont les messages textes, ce journaliste refuse d'en adopter les particularités langagières bien qu'il soit le plus jeune des journalistes rencontrés aux fins de cette étude. En somme, comme plusieurs autres journalistes rencontrés, il n'adapte pas son français au type de communication (courriel, lettre, blogue, tweet, etc.).

Contrairement au courriel, les communications par clavardage ou par messages textes sont synchrones et sont plus souvent associées à une forme proche du langage verbal (Merchant, 2006 : 89). La conception de l'espace-temps n'est pas la même. La relation à l'interlocuteur laisse aussi présager davantage d'intimité. Il n'est donc pas étonnant que les journalistes n'utilisent que très peu l'option du message texte. En revanche, le PIN du BlackBerry réinstaure cette intimité professionnelle entre certains journalistes et députés comme nous l'avons abordé page 63.

Pour certains, c'est la mobilité qui peut permettre quelques relâchements pour une question de rapidité. Le répondant 4 : « Je vais changer quelques mots. Comme quelques fois, je vais écrire kk ou qq. » L'autre endroit, plus commun parmi les journalistes, où des abréviations sont susceptibles d'apparaître, c'est sur Twitter. Le répondant 1 : « Twitter, c'est vraiment difficile des fois là de ramasser son idée en 140 caractères. Quand on fait du *live tweeting* là, c'est difficile des fois. Les gens disent quelque chose qu'il faudrait mettre en perspective et on n'y arrive pas. On y arrive en résumant, en mettant des lettres, au lieu de Québécois, on met juste un Q. » Quand le direct est roi, le journaliste peut se permettre certains raccourcis à l'écrit qu'il ne se permet pas ailleurs même si la vitesse est toujours intrinsèquement liée à son travail.

D'ailleurs, il est intéressant de constater que les journalistes continuent d'utiliser les formes des lettres manuscrites dans leurs courriels. Le répondant 4 : « La formule de la lettre écrite sur du papier avec le cadre reconnu, l'étiquette là disons là, oui j'ai comme un peu exporté ça au 21^e siècle. » Cela dit, selon lui, les formes de présentation propres à certains types d'échange comme les lettres sont de moins en moins visibles. Le répondant 4 : « Il y a une uniformisation, on s'embarrasse pas beaucoup de formules, il n'y a pas l'adresse du

correspondant en haut ou ceux à la fin, veuillez agréer l'expression de mes sentiments les plus distingués. Je pense que c'est encore réservé au papier ça. [...] C'est drôle parce que les *kids* de 20 ans ne les connaissent probablement pas, ils n'ont jamais vu ça! »

Avec l'évolution rapide des technologies, les manières de faire peuvent évoluer très rapidement et ne plus avoir de sens pour la génération suivante. Le répondant 2 : « L'autre fois, il y a une jeune en haut, elle doit avoir 22 ans, elle ne savait même pas c'était quoi. Elle me dit, qu'est-ce que tu fais là? Ben j'envoie un fax. Il a fallu que j'explique c'était quoi! » Ce décalage générationnel se ressent aussi bien dans les technologies utilisées que dans la manière d'utiliser les technologies. Le langage développé à même les plateformes mises en commun comme le courriel, par exemple, peut aliéner une partie des journalistes qui ne comprend pas toujours les diverses adaptations du langage, par exemple l'usage des émoticônes. Le répondant 2 : « Même des fois, je ne suis pas sûr que je comprenne le message qu'il y a là-dedans. J'ai l'impression que j'y vois d'autre chose mais c'est vraiment une question de génération. [...] Ils vont mettre un truc avec un clin d'œil et tout ça. C'est vraiment un truc que moi je n'utilise pas. [...] La seule réaction que j'ai par rapport à ça c'est de voir à quel point je suis déjà un dinosaure, je le dis souvent à la blague. »

Ici l'affordance selon Norman nous permet de mieux comprendre l'importance des normes traditionnelles de la langue malgré les possibilités offertes par les diverses plateformes ou appareils. Selon lui, les affordances sont le résultat de l'interprétation mentale des objets, selon nos expériences et nos connaissances passées qu'on applique ensuite à notre perception des choses qui nous entourent (McGrenere et Ho, 2000 : 2). Si les journalistes semblent réfractaires à l'utilisation de nouveaux codes comme ceux des messages textes et de Twitter, par exemple, c'est peut-être parce qu'ils vont à l'encontre de toutes leurs expériences passées surtout en ce qui a trait au respect que le métier impose pour la qualité de la langue française.

8.7. L'importance de la qualité de la langue

Cela dit, si la plupart du temps, les nouvelles plateformes ne découragent pas les journalistes à utiliser un français correct, la technologie peut parfois dégager le journaliste de ses responsabilités langagières pour des questions techniques. Le répondant 4 : « Oui aller chercher des accents c'est plus difficile mais ce que je fais quand je tweete, avec le iPhone, ou bien quand je prends des courriels, je m'autorise à ne pas mettre d'accents. Et là je prends pour acquis que les gens comprennent que je sais qu'il y a un accent aigu normalement sur ce "e" là mais parce que je suis avec un iPhone, par exemple... [...] On sait que notre correspondant sait, surtout s'il est journaliste là, où vont les accents graves, circonflexes, aigus. Mais que fort probablement, il écrit avec un clavier tactile. » Ce journaliste se fie donc aux aprioris de ses interlocuteurs envers les journalistes, à savoir qu'un journaliste prête habituellement beaucoup d'attention à la qualité de la langue qu'il utilise. Il s'appuie sur le mythe du journaliste partagé non pas juste par les journalistes mais entériné par le reste de la société pour fermer les yeux sur cette nouvelle pratique.

Ce journaliste ose se permettre ces quelques entorses à ses habitudes parce que les nouvelles technologies, en particulier le téléphone, sous-entend plus de rapidité d'exécution. Selon lui, il ne faut pas s'attendre aux mêmes exigences de rigueur et d'exactitude avec la vitesse inhérente à l'utilisation des téléphones intelligents. C'est, en quelque sorte, le prix à payer pour aller plus vite. Le répondant 4 : « Le monde qui est dans le même monde que moi, on est tous pressés par le temps. Ça, ça nous permet d'être à plusieurs endroits en même temps mais je ne m'attends pas à des grandes formules de politesse et je ne m'attends pas toujours à un texte impeccable, parce que je sais qu'on est pressé. » Ce n'est donc pas tant l'appareil ou la plateforme réseautique qui soient responsables de ces nouvelles formes de français mais bien la vitesse qu'ils permettent d'atteindre.

Un collègue du même journal se situe à l'opposé et considère que la technique ne devrait jamais être une excuse pour faire une entorse à cette valeur fondamentale du journalisme qu'est la qualité de la langue. Pour ce journaliste, le courriel, qu'il soit envoyé à partir d'un téléphone ou

d'un ordinateur, n'est jamais une excuse pertinente pour déroger des règles traditionnelles d'écriture. Le répondant 2 : « Non, parce que c'est trop facile là. Il y a déjà assez de monde qui ne savent pas écrire et qui parlent un mauvais français là si en plus ça devient une excuse. Surtout pas pour moi, pas pour un gars qui gagne sa vie en écrivant. Moi je gagne ma vie avec la langue. Bon ça pourrait être l'anglais, c'est parfois l'anglais mais il se trouve que c'est surtout en français. Alors moi je n'ai pas le droit, je pense, de commencer à dilapider mon fonds de commerce finalement? Ce n'est pas une excuse. C'est trop souvent une excuse, même que beaucoup de collègues se sont trouvés une petite formule à la fin. Ça dit ce message est envoyé de mon terminal BlackBerry, souvent sans accent. » Pour lui, ni la technique, ni la vitesse, ni la mobilité ne justifie des erreurs de français mais elles en sont les complices.

Pour certains, la forme ne doit jamais l'emporter sur le fond. Le répondant 2 : « C'est sûr que c'est beaucoup plus difficile parce qu'il faut vraiment être concis donc c'est un exercice intellectuel intéressant mais l'autre travers qui est d'utiliser toutes sortes d'abréviations et de faire des lignes incompréhensibles, tant qu'à moi c'est un appauvrissement de la langue là. En plus, tu le sens des fois, qu'il y a des gens qui ne se forcent absolument pas là. Ils balancent des trucs, c'est plein d'abréviations. » Pour lui, l'abréviation est ainsi synonyme d'un manque d'effort et d'attention à la langue. Si Twitter facilite voire encourage ce genre de pratique, ce journaliste prône la défense d'une forme traditionnelle d'écriture. Celui-là comme plusieurs autres qui utilisent les abréviations indiquent que la plateforme ne leur laisse pas beaucoup le choix. Le répondant 7 : « Évidemment il y aura des acronymes des fois, mais c'est plus parce que Twitter ne permet pas beaucoup de caractères donc on n'a pas le choix de raccourcir mais j'essaie de faire le minimum possible. » Bien que l'outil le permette, ce journaliste conserve un certain malaise quant il s'agit d'abrégé certains mots.

Il existe un discours généralisé, souvent médiatisé par des journalistes d'ailleurs, où des non-experts de la langue deviennent des « hygiénistes verbaux » (Meyer, 2009 : 609). Ils prennent la liberté de tenter de réguler l'usage de la langue et se prononcent sur leurs propres stratégies tout comme celles que les autres devraient suivre dans le but d'atteindre une soi-disant compétence linguistique. Ce discours tient souvent pour responsable la médiation technologique

pour le déclin de la qualité de la langue. Si l'on considère le langage comme un acte social, la narration qui concerne le courriel, entre autres, révèle une certaine anxiété par rapport aux technologies émergentes dans l'évolution du courriel lui-même mais ultimement dans l'évolution de la langue. Cette nature d'acte social confère aux entorses des codes du courriel le même poids qu'un faux pas d'étiquette à table, par exemple. Cela suggère même qu'un style de courriel correct serait en voie de devenir un marqueur de classe et s'inscrit parmi les autres codes culturels (Meyer, 2009 : 611).

L'importance du français relève donc du respect de la langue mais aussi beaucoup d'une forme de civilité et de savoir-vivre. Le répondant 6 : « Je n'écris jamais en abrégé. Jamais. Je trouve ça d'une impolitesse totale. Je n'écris pas à des gens avec qui j'ai gardé les vaches. Ce n'est pas mon frère, même à lui je n'écris pas comme ça. De toute façon, je n'en suis pas capable. » Ce journaliste mentionne qu'il ne reçoit jamais de messages écrits sans accents parce que les francophones seraient de toute façon vexés de recevoir de tels messages. Selon lui, la première leçon d'utilisation des téléphones intelligents est souvent la façon de faire des accents, d'où l'importance de toujours les faire et surtout de ne pas blâmer l'objet pour notre décision de ne pas les inclure dans nos messages.

Cela dit, pour d'autres, la question des accents revêt une forme davantage relative parce qu'elle n'influencerait pas tant que ça la perception du journaliste par le lectorat. Ainsi, si son image n'en souffre pas, ce journaliste peut se permettre des raccourcis parce que le type de journalisme qu'il pratique tend à polariser l'auditoire de toute façon. Le répondant 4 : « La leçon de ça c'est : je ne peux pas me battre contre la perception des gens. Il y a un vieil adage qui dit que quand tu fais de l'opinion, il y a 50 % des gens qui seront d'accord avec toi et 50 % des gens qui ne seront pas d'accord et c'est à peu près vrai. [...] Je me dis que la plupart des gens, même parmi ceux qui ne m'aiment pas, ont la bonne foi de reconnaître que si j'écris dans un journal, je sais accorder un participe passé. » Cela dit, ce journaliste confesse que ses collègues jouent parfois le rôle d'hygiénistes verbaux : « J'ai mon style particulier alors quand tu dis la qualité de la langue c'est important, pour moi oui mais il y a des fleurons de la profession qui me diraient que je suis un barbare parmi les illuminés là. »

Si la mobilité n'est pas un gage absolu de mauvais français, elle peut tout de même permettre moins de forme que les correspondances écrites à partir d'ordinateurs. Le répondant 2 : « La seule chose c'est que peut-être je vais avoir tendance à faire un peu plus court avec le BlackBerry parce que c'est un peu plus difficile d'écrire là-dessus, c'est un peu plus difficile pour les yeux ou c'est parce que je suis dans l'auto. » Surtout dans les messages plus longs, certains journalistes préfèrent aussi éviter la mobilité. Le répondant 6 : « Dès que c'est un courriel qui est un peu plus long, un peu plus élaboré, auquel il faut que je mette une pièce jointe et tout ça, je préfère le faire sur l'ordinateur. Parce que je trouve que j'ai un meilleur contrôle de l'environnement technologique qui est là. L'écran est plus grand et puis c'est plus facile à opérer avec plusieurs programmes en même temps, avoir plusieurs plateformes ouvertes en même temps et d'aller d'une à l'autre. C'est plus simple. Donc je préfère dans ce temps là parce que je suis sûre qu'il n'y a pas d'erreurs dans ce que j'envoie. »

Malgré la nature rapide des échanges par courriel, il s'agit d'un mode de communication essentiellement asynchrone. Les journalistes peuvent se permettre de choisir l'outil de leur choix puisqu'une réponse spontanée n'est pas attendue de l'interlocuteur. Par contre, il est aussi possible de penser que le choix de la technologie est influencé par la façon dont le journaliste aimerait être perçu. S'il souhaite être perçu comme quelqu'un qui ne fait jamais de fautes et que l'écriture à l'ordinateur permet d'atteindre cet objectif, alors il sera naturel qu'il soit l'outil de prédilection. Selon Merchant, l'innovation dans la production et la consommation d'écriture numérique tend vers des changements radicaux des relations traditionnelles entre lecteurs, auteurs et textes (Merchant, 2006 : 92). L'importance d'éviter des erreurs revient souvent placer l'importance de la qualité de la langue au centre des préoccupations des journalistes. Même ceux qui se permettent des altérations de la langue, le font en autant que les autres (collègues, public, patrons, etc.) les perçoivent toujours comme des utilisateurs compétents de la langue, comme dans les règles du jeu sous-entendues dans la représentation de soi de Goffman où les participants acceptent de soutenir un fragile équilibre qui permet à l'autre de ne pas perdre la face.

Discussion

L'histoire du journalisme, selon Danielle Leblanc, s'explique par une perte de contrôle progressive de la production journalistique par les journalistes eux-mêmes. Au début du 18^e siècle, « le journaliste était responsable du processus de production du journal du début à la fin donc il accomplissait toutes les étapes de production, en se servant de son habileté, de son jugement, de son esprit d'initiative et de sa créativité. D'autre part, cette polyvalence lui donnait la possibilité de jouir d'une latitude considérable dans son travail puisqu'il contrôlait le rythme et l'emploi de son temps. Ainsi, le journaliste d'autrefois était typographe, imprimeur et créateur, responsable et libre de ses faits et gestes » (Leblanc, 1987 : 11).

Les temps ont évidemment changé. Les journalistes semblent avoir perdu une grande partie du contrôle qu'ils exerçaient sur leur travail. Dominique Wolton parle d'un modèle d'information marqué par l'urgence dans ce qui ressemble à une dictature du moment présent qui laisse moins de place à la réflexion (Wolton, 1992 : 97). En effet, l'utilisation des nouvelles technologies vient aussi avec un rythme plus rapide qui place le journaliste dans un difficile exercice de jonglerie entre la rigueur et le scoop. Ce nouveau rythme va même jusqu'à réorganiser les priorités des journalistes en mettant d'abord l'accent sur les réseaux sociaux pour une diffusion rapide de la nouvelle et ensuite sur la rédaction de l'article, qui constitue, rappelons-le, le travail principal du journaliste de la presse écrite.

Ce facteur du temps influence souvent le choix de la technologie que les journalistes utilisent. Ils choisissent l'outil qui exige moins de temps et d'attention pour sa manipulation. Et s'ils cherchent à gagner du temps, c'est qu'ils ont toujours l'impression d'en manquer. Les nouvelles technologies ont en quelque sorte remplacé tous leurs temps morts par toutes sortes d'activités qui remplissent chaque heure, voire chaque minute de la journée. La journée, du début jusqu'à la fin, est comblée par une activité technologique parce tous ces outils imposent avec leur utilisation un certain nombre de tâches (comme vider sa boîte de réception de courriels, par exemple). Le modèle d'information étant plus rapide qu'auparavant, c'est surtout la perception de

la perte de temps qui change. Même les temps d'attente moins productifs ne sont plus acceptables.

Les journées des journalistes sont donc plus longues qu'avant l'utilisation généralisées des médias sociaux et d'Internet. En fait, elles pourraient ne jamais finir à moins qu'ils ne fixent eux-mêmes des balises dans cette connectivité permanente. En effet, cette dernière a aussi ses effets pervers puisque les patrons de ces journalistes ont maintenant un accès facilité à eux en tout temps. Ainsi, l'appropriation de nouveaux outils entraîne ainsi de nouveaux comportements pour mieux encadrer son utilisation. D'après nos données, les journalistes ne se laissent pas imposer les affordances de leurs appareils. Reprenons l'exemple de ce journaliste qui a rendu plus difficile la manipulation de ses courriels à partir de son téléphone pour reprendre le contrôle de l'usage. En choisissant davantage de contraintes, il a paradoxalement retrouvé une partie de sa liberté.

Là où les plateformes réseautiques bousculent aussi les habitudes du journaliste politique de la presse écrite, c'est dans son rapport à son lectorat. Le métier de journaliste est encore, dans la plupart des cas rencontrés, relié à un média de masse (« one-to-many ») qui se trouve à l'opposé des reconfigurations relationnelles qui accompagnent Internet (« one-to-one ») et qui exigent davantage d'interactions (Pélissier, 2000 : 926). Les journalistes se retrouvent à gérer des relations aux lecteurs beaucoup plus fréquentes qu'à l'époque des quelques lettres publiées dans les pages du journal. Ce rapport à un public plus réactif est probablement l'aspect du métier qui a le plus évolué depuis les 20 dernières années.

Pourtant, les journalistes semblent continuer d'adhérer à une vision traditionnelle des médias. Ils envisagent donc le mouvement participatif actuel comme celui d'un public « récepteur actif » qui agit quand la nouvelle arrive et réagit quand les journalistes la rapportent (Lewis, 2012 : 15). Or, la donne a changé et les utilisateurs n'ont fait que se prévaloir des affordances des nouvelles technologies dans l'atteinte de leurs propres objectifs de créativité et d'instrumentation (Lewis, 2012 : 11). Pour le public, comme pour les journalistes, l'action dépend de la perception des attributs d'un objet ainsi que des connaissances antérieures de

l'utilisateur. La culture qui accompagne les nouvelles technologies encourage cette participation dans la création et la circulation des médias (Lewis, 2012 : 12). C'est ainsi que le public est arrivé dans le système d'information en place et que de nouveaux rapports se sont installés.

Cela dit, il serait faux de croire que ce type de dialogue entre journalistes et lectorat est une conséquence directe de l'arrivée d'Internet et des nouvelles technologies. Par contre, la quantité de rétroaction reçue était autrefois réduite et souvent limitée à la rubrique du courrier du lecteur dont le contenu était filtré et choisi par des journalistes. Les formes numériques de participation du lecteur représentent un tout autre volume et couvrent un terrain beaucoup plus vaste. Sans contraintes de temps ni d'espace, les possibilités de contributions du lecteur semblent quasi infinies (Lewis, 2012 : 14).

Parce que le public participe au travail quotidien des journalistes, on parle désormais de journalisme collaboratif. En ceci, les plateformes réseautiques constituent d'abord et avant tout de nouvelles sources d'information pour les journalistes. Ils peuvent les obtenir plus rapidement et aussi mesurer automatiquement la réaction du lectorat même s'ils ne cherchent pas davantage de contacts personnels avec les lecteurs. Le recours au public permet ainsi au journaliste de multiplier ses sources d'information mais il ne remplace pas son travail d'observation, d'analyse et de vérification.

Dans une ère comme la nôtre, contrairement aux débuts du journalisme, l'information n'est plus rare, difficile à produire ou à partager (Lewis, 2012 : 3). Il faut dire que les technologies numériques et surtout les cultures participatives qui les accompagnent confrontent les journalistes dans leurs habitudes de contrôle de la création, du filtre et de la distribution de la nouvelle (Lewis, 2012 : 2). Nous sommes dans un contexte où les journalistes se sentent menacés par une cohorte de para-journalistes qui ont les possibilités de remplir les mêmes fonctions de publication, de filtre et de partage d'information qu'eux.

Mais la plupart des journalistes demeurent sceptiques. Le répondant 1 : « Oui les gens peuvent regarder la période de question ou Bastarache mais ils ne peuvent pas la regarder comme

nous. [...] Nous, on est spécialisés là-dedans et on met en relief certains aspects en direct. On le fait dans les textes le lendemain souvent mais on peut le faire en direct aussi. » Cet autre journaliste compte sur la loi pour déterminer ce qui est du journalisme et ce qui ne l'est pas. Le répondant 5 : « Gentiment, la Cour suprême dans un jugement a rappelé que les gens qui écrivent des blogues et qui occupent l'espace public sont soumis aux mêmes règles de rigueur que les journalistes. Alors la limite du journaliste citoyen me semble un petit peu évidente. »

Les journalistes retombent donc dans une logique de défense professionnelle qui suit des valeurs et des idéaux professionnels. Les pressions que peuvent ressentir les journalistes ont tendance à renforcer les valeurs de base du journalisme (Witschge et Nygren, 2009) et à favoriser un retour à certaines formes traditionnelles du métier. On a ainsi pu constater un attachement au journal papier qui demeure, dans l'esprit de plusieurs, le centre névralgique de l'écosystème médiatique, alors que les activités en ligne sont considérées comme complémentaires à cette plateforme reine. Les journalistes n'accordent ainsi pas la même rigueur ni la même importance à leur travail en ligne mais c'est tout de même là que s'est déplacée la conversation avec le lectorat. D'ailleurs, il semble que ce dernier réagisse maintenant en ligne surtout aux articles de journaux et moins aux autres interventions des journalistes (blogues, pages radio et télé, etc.).

Cela dit, les journalistes sont loin d'être technophobes et ils ont tendance à suivre le pas des autres dans l'adoption d'une nouvelle technologie. Nous revoyons encore ici les principes de conséquences collectives involontaires de l'usage des autres de Fischer (Fischer, 1992 : 19). Cependant, les journalistes adoptent ces avancées technologiques dans leurs pratiques quotidiennes, mais seulement de façon à ce qu'elles conviennent à leurs objectifs professionnels immédiats. Ils apprécient la technologie lorsqu'elle améliore leurs méthodes actuelles, mais beaucoup moins lorsque des changements radicaux surviennent dans leur travail (O'Sullivan et Heinonen, 2008 : 368).

Cette mentalité n'est pas récente dans l'industrie journalistique comme nous le démontrait le mémoire de Danielle Leblanc. La productivité semble souvent avoir été le moteur d'adoption de nouvelles technologies (Leblanc, 1987 : 129). Quand un nouvel outil ne remplit pas ses promesses d'efficacité, il n'est pas adopté avec la même ardeur. Dans le cas de la tablette

électronique, par exemple, comme elle ne permet pas d'accélérer ou de rendre plus efficace le travail déjà effectué avec un ordinateur portable, elle suscite moins d'intérêt chez la plupart des journalistes rencontrés.

Ainsi, malgré l'avènement de multiples outils et plateformes dans les dernières années, l'outil essentiel aux journalistes demeure le traitement de texte sur un ordinateur. La difficulté d'écrire facilement avec les autres outils, que ce soit la tablette ou le téléphone, inhibe l'enthousiasme du journaliste. Le risque d'erreurs est une des préoccupations principales de journalistes quand vient le temps d'écrire avec un appareil mobile et l'écran tactile semble poser beaucoup de problèmes à plusieurs des journalistes rencontrés. En ce sens, le BlackBerry a un net avantage par rapport au iPhone en ce qu'il permet de bien écrire sur un clavier physique en plus de permettre plus d'intimité dans les rapports aux élus grâce à la messagerie cryptée. Si plusieurs font le saut vers le iPhone, c'est souvent plus par effet d'entraînement que par préférences personnelles.

L'écriture numérique semble être le marqueur de notre époque marquée par la surabondance d'écrans (Merchant, 2006 : 85). Si l'écriture remplit plusieurs fonctions sociales et personnelles dont celle de la représentation de soi, les journalistes semblent délimiter les frontières de leur propre groupe avec, entre autre, le respect de la qualité du français. Par exemple, un journaliste nous confiait que Twitter pouvait devenir un bon exercice de synthèse sans pour autant sombrer dans la facilité des abréviations. C'est une question de civilité mais aussi et surtout, une question d'image car ceux qui se permettent des altérations à la langue écrite dans leurs communications numériques, le font en autant qu'ils aient l'impression que les autres (collègues, public, patrons, etc.) les perçoivent toujours comme des utilisateurs compétents de la langue.

Tous les médias sociaux ne sont pas égaux, pour les journalistes rencontrés. Les journalistes peinent à trouver le temps de tout faire et choisissent de s'investir davantage dans une plateforme au détriment d'une autre. Facebook reste un lieu de gestion de contacts tandis que Twitter sert davantage comme fil de presse. Cela dit, dans un cas comme dans l'autre, ils se servent des réseaux sociaux pour les aider dans leur travail et non pas pour accroître leur

accessibilité. D'ailleurs, la gestion d'amis sur Facebook semble être un problème pour plusieurs journalistes. Ainsi, la multiplicité des comptes de ces journalistes sur ces plateformes présuppose qu'ils soient plus disponibles pour leurs auditoires, plus ouverts aux échanges mais force est de constater que plusieurs rejettent la proximité imposée par les plateformes réseautiques.

Twitter semble être le média social de prédilection de nombreux journalistes même s'ils n'en font pas tous le même usage. Plusieurs l'utilisent comme fil de presse, d'autres comme outils de surveillance en ligne. En effet, il semble qu'une plus grande utilisation de la technologie dans le travail des journalistes soit reliée à une intensification de la surveillance en ligne pour en apprendre plus sur les sujets de la compétition (Boczkowski, 2009 : 50). La compétition profite du réflexe d'autopromotion des journalistes sur les réseaux sociaux. C'est que bien souvent, les plateformes réseautiques servent à promouvoir le travail des journalistes pour attirer un lectorat différent et le faire converger vers le site du journal. La notoriété du journaliste aide bien sûr la diffusion numérique de son travail. Et comme un journaliste écrit pour être lu, il sait qu'il a tout intérêt à investir ces plateformes. Certains dénoncent le côté ostentatoire de ces plateformes mais leurs piges et leurs blogs participent à la construction de leur notoriété numérique.

En effet, les journalistes entretiennent cette notoriété acquise au fil des piges à la radio ou à la télé et de l'intensification de leur autopromotion en ligne. En effet, la pression ressentie chez nos participants semble en partie autoproduite. Les collaborations extérieures viennent s'ajouter au travail quotidien auquel s'ajoute aussi le blogue. Cela dit, il s'agit là de travail supplémentaire volontaire de la part du journaliste. Aucun des sept journalistes interviewés ne nous a mentionné que leurs patrons exigeaient ce genre de présence médiatique. Ce que les employeurs recommandent fortement, par contre, c'est une présence en ligne sur les médias sociaux. Les journalistes semblent beaucoup utiliser les plateformes réseautiques pour faire la promotion de leurs articles ou chroniques. Bien sûr, cette activité se rajoute aux autres tâches mais cette lourdeur est, pour plusieurs, largement compensée par la satisfaction qui vient avec une plus large diffusion en ligne.

L'identité du journaliste est au cœur des mutations médiatiques du moment parce que certaines utilisations d'Internet et des réseaux sociaux peuvent en effet modifier les perceptions

du lectorat envers le journaliste, mais aussi celles des journalistes entre eux. Les identités multiples de certains journalistes sur Internet bousculent l'image professionnelle du journaliste, celle-là même qui assure la crédibilité et la légitimité au métier. Les nouvelles technologies s'accompagnent d'une porosité des sphères publiques et privées que les journalistes tentent de contenir pour mieux contrôler la teneur du message qu'ils envoient. Selon la théorie de la structuration de Giddens, l'individu dirige les diverses narrations de soi vers des auditoires différents. Or, il semblerait que le web brouille les frontières entre les communautés auxquelles ils appartiennent. Ainsi, chaque communauté peut recevoir plusieurs narrations du même individu, ce qui ajouterait à la confusion autour de l'identité du journaliste.

Les nouvelles technologies et Internet auraient en effet amplifié la complexité identitaire du journaliste. Même si leurs employeurs ont mis au point des guides d'utilisation des médias sociaux, les journalistes font encore des essais et parfois quelques erreurs ou, en tous cas, quelques entorses à une image plutôt fixe jusque-là. Quelques-uns s'ouvrent même des comptes personnels et professionnels séparés pour se soustraire aux règles internes. Par contre, ces comptes personnels amènent un rétrécissement de leur espace privé devant l'intérêt que suscitent leurs statuts en ligne. Les frontières du privé et du public s'entrecroisent d'ailleurs de façon consciente mais aussi de façon involontaire (ouverture de faux comptes, par exemple).

Certains journalistes demeurent méfiants à l'égard des réseaux sociaux et des nouvelles possibilités dont jouissent leurs utilisateurs. Celui-ci pense même qu'une participation aux nouvelles plateformes numériques dénature une partie du métier de journaliste. Le répondant 5 : « Je sais là c'est un peu dépassé comme conception de la vie mais il ne me semble pas qu'ils me payent pour envahir l'univers de tout le monde autant que pour regarder les univers des autres. »

L'entente tacite entre le lecteur et le journaliste a été brisée avec l'avènement du web et des nouvelles technologies. On voit ici les conséquences d'une dérogation à la structure en place comme le décrivait Goffman (Roth dans Mokros, 1996 : 176). Le modèle traditionnel était basé sur un accord à propos de la manière dont la société devrait s'occuper de la cueillette, du triage et de la distribution de l'information (Lewis, 2012 : 3). Les rôles de tout un chacun étaient plus

clairs. Le monopole de dire la vérité sur ce qui se passait dans le monde revenait aux journalistes. Autrement dit, les journalistes ont pris pour acquis que la société avait besoin d'eux comme journalistes puisqu'eux seuls pouvaient chercher la vérité, la publier, tout en étant indépendant, rapide et éthiquement rigoureux (Lewis, 2012 : 10). Du point de vue des journalistes, la numérisation de l'information et les formes participatives qui l'accompagnent sont plutôt chaotiques comparés au désir professionnel de contrôle qui ancre les valeurs journalistiques (Lewis, 2012 : 14).

Comme le contrôle fait partie de l'ADN des journalistes, ils aiment bien contrôler comment circule l'information, surtout lorsqu'elle est sensible. Le contrôle de cette information ramène également au contrôle de leur présentation de soi. Par exemple, en utilisant la mobilité de façon récurrente, ils cherchent à présenter une image cohérente d'eux-mêmes, qu'ils soient sur la route ou non (Caron et al., 2012 : 18). Ainsi, bien qu'ils soient plus mobiles qu'avant, ils aiment néanmoins garder un certain flou autour de leur emplacement physique. Plusieurs journalistes semblent craindre une perte de contrôle et un envahissement de leurs vies en adoptant de nouveaux outils. Cet exemple illustre la tension dont parle Toussaint entre l'intérêt et le besoin d'appartenir à son époque et les craintes et les hésitations que suscitent l'adoption des nouvelles technologies (Toussaint, 1992 : 131).

Avec ces changements de paradigme dans la société, le journaliste du futur ne pourra plus parler « ex cathedra » comme il l'a toujours fait. Il devra prendre en compte une vision davantage horizontale des communications et remplacer une vision verticale et paternaliste du journalisme (Bardoel et Deuze, 2001 : 104). Les nouvelles technologies nivellent le travail d'information et les journalistes ne deviennent qu'une des voix qu'on retrouve sur Internet (Deuze, 2008 : 12). Ils se retrouvent donc pour une rare fois à devoir défendre leur légitimité et leur pertinence.

Conclusion

Les nouvelles technologies mobiles, Internet et les plateformes d'échanges réseautiques ont-ils un effet tangible sur les habitudes de travail des journalistes? Comment ces nouveaux outils participent-ils à la construction identitaire du journaliste? Influencent-ils sa façon de se percevoir et la façon dont les autres le perçoivent? Comment affectent-ils ses relations au travail mais aussi avec son lectorat?

Ces questions s'inscrivent dans l'ère de mutation que traverse le journalisme écrit actuel qui connaît des pressions d'ordre économique, culturel et identitaire. Dans le but de mieux comprendre le contexte de travail et de construction identitaire des journalistes, nous avons choisi d'analyser le rôle qu'occupent les nouvelles technologies dans leur quotidien, tant du point de vue de leurs pratiques que du point de vue de leurs perceptions. Les sept journalistes interviewés nous ont permis de mieux cerner les libertés mais aussi les contraintes, souvent identitaires, qui accompagnent l'adoption de nouveaux outils technologiques ou de nouvelles pratiques qui y sont rattachées.

Bien sûr, cette recherche ne s'attarde qu'à un groupe très restreint du journalisme écrit et nos résultats peuvent difficilement être généralisés à l'ensemble du journalisme qu'il soit numérique ou électronique. Le journalisme politique demeure un domaine privilégié du journalisme où se retrouve une certaine élite journalistique. De plus, nous nous sommes attardés principalement aux journalistes politiques du Québec. Il serait intéressant de voir si les mêmes pratiques sont observables chez leurs confrères du Canada anglais. À la lumière de certains commentaires relevés dans le cadre de cette recherche, nous avons des raisons de croire que les cultures numériques entre le Québec et le reste du Canada diffèrent chez les journalistes de la presse écrite. Nous croyons aussi que les relations entre le lectorat et les journalistes sont historiquement plus soutenues au Canada anglais. Il serait intéressant de reprendre certaines des conclusions de l'étude Pritchard et Sauvageau (1999) à cet égard (chapitre 5) et de les valider à nouveau dans le contexte actuel.

Notre recherche montre que les journalistes interviewés, bien qu'ils aient adopté relativement rapidement plusieurs nouveaux outils et plateformes réseautiques, subissent beaucoup de pression au quotidien dans le but d'assurer une présence sur chacune des tribunes qu'ils ont (papier, web, réseaux sociaux). Cela dit, c'est le changement de relation avec l'auditoire qui marque le plus leurs perceptions de ces dernières. Les journalistes sont plus souvent exposés à cette relation qui tend à prendre plus de temps et de place qu'auparavant. Ils continuent d'apprendre à gérer leurs identités multiples dans l'œil vigilant d'un public toujours plus actif. Selon Kovach et Rosenstiel, cette transformation du rôle de l'auditoire est au moins aussi marquante que l'avènement du télégraphe et de la télévision (Kovach et Rosenstiel, 2007 : 20). Ce nouveau dialogue devient ainsi une partie intégrante de l'évolution de la nouvelle.

Les nouvelles technologies et les plateformes réseautiques ne sont pas que de simples outils de travail, ils redéfinissent le rôle du journaliste dans la société. Hormis les adaptations quotidiennes qu'elles supposent dans les changements de méthodes de travail, elles contribuent à déstabiliser le journaliste dans ses valeurs traditionnelles les plus solidement ancrées. Ces nouveaux outils deviennent le lieu d'échanges accrus où le journaliste se retrouve, bien malgré lui, à devoir défendre un rôle qui lui était autrefois acquis. Vecteurs d'autovalorisation pour le public, ils sont plus souvent le lieu de résistance pour les journalistes.

Dans la conception réflexive et évolutive de l'identité selon Giddens (Roth dans Mokros, 1996), la surveillance constante de son environnement en quête d'informations structurantes pour la construction identitaire peut mener à une anxiété, au doute. Les sphères publiques et privées se brouillent, les contextes et les narrations de soi se multiplient. Si l'identité journalistique n'a jamais été immuable, elle est plus que jamais secouée dans ses valeurs traditionnelles.

Et si la clé de la progression du journalisme se trouvait dans l'amélioration des perceptions du lectorat? À la fois client et collaborateur, ce public est peut-être plus souvent perçu comme un mal nécessaire alors qu'il pourrait devenir le garant d'une information de qualité capable d'être relayée à tous. Jules Verne, dès 1891, avait non seulement entrevu ce rapport

direct entre le journaliste et son lecteur, mais il avait aussi vu la globalisation de l'information et même le support essentiel à sa diffusion qu'est devenu Internet. « Comme au crépuscule du XIX^e siècle, l'enjeu technique ou technologique révèle une crise d'identité profonde et complexe qui brouille, pour ceux qui la vivent, la vision de l'avenir » (Delporte, 2005 : 212). D'où l'importance d'entrevoir l'avenir en regardant de temps en temps vers le passé.

Un bon métier, le métier de journaliste à la fin du vingt-neuvième siècle!

La journée d'un journaliste américain en 2889, Jules Verne, 1891.

Bibliographie

- Akrich, M. (1993). Technique et médiation. *Réseaux*, 11 (60), 87-98.
- Aldridge, M. (1998). The tentative hell-raisers: identity and mythology in contemporary UK press journalism. *Media Culture & Society*, 20, 109-127.
- Aldridge M. et Evetts, J. (2003). Rethinking the concept of professionalism: the case of journalism. *British Journal of Sociology*, 54 (4), 547-564.
- Arnold, M. (2003) On the phenomenology of technology: the “Janus-faces” of mobile phones. *Information and Organization*, 13, 231–256.
- Associated Press and the Context-Based Research Group (2008). *A New Model for News : Studying the Deep Structure of Young Adult News Consumption*. Repéré à <http://fr.slideshare.net/alirafat/studying-the-deep-structure-of-youngadult-news-consumption>
- Bardini, T. (2007). Retour sur une (d)ébauche : Une problématique communicationnelle du changement technique. *tic&société* [En ligne], 1: (1), mis en ligne le 15 février 2008, URL : <http://ticetsociete.revues.org/245>
- Bardoel, Jo et Deuze, M. (2001). Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review* 23 (2), 91-103.
- Barker, C. (2000). *Cultural Studies: Theory and Practice*. Oxford: Sage Publications.
- Boczkowski, P. J. (2009). Technology, Monitoring, and Imitation in Contemporary News Work. *Communication, Culture & Critique*, 2 (1), 39–59.
- Bougnoux, D. (1995). *La Communication contre l'information*. Paris : Hachette.
- Bourdieu, P. (1994). L'emprise du journalisme. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102, 3-9.
- Breton, P. & Proulx, S. (2002). *L'Explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle*. Montréal : Boréal.
- Caron, A.H. et Caronia, L. (2005). *Culture mobile : les nouvelles pratiques de communication*, Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.
- Caron, A.H., Hwang, J., Brummans, B., Caronia, L., (2013) Identity on the Go: Executives' Presentation of Self through E-mail Communication in Everyday Work Life. Document soumis pour publication.

- Carpentier, N. (2005). Identity, contingency and rigidity: The (counter-)hegemonic constructions of the identity of the media professional. *Journalism*, 6(2), 199-219.
- Centre d'étude sur les médias (2010). *Comment les Québécois s'informent-ils?*, en collaboration avec le Consortium canadien de recherche sur les médias, Québec : Université Laval.
- Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO) (2011). *NETendances 2011 : L'informatisation du Québec en 2011*. 2(8). Repéré à http://www.cefrio.qc.ca/fileadmin/documents/Publication/NETendances_8_LR_.pdf
- Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO) (2012). *NETendances 2012, les médias sociaux ancrés dans les habitudes des Québécois*. 3 (1). Repéré à http://www.cefrio.qc.ca/fileadmin/documents/Rapports/NETendances_1-reseaux_sociaux_LR_.pdf
- Chandler, D. (1995). *Technological or Media Determinism*. Repéré à <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/tecdet/tecdet.html>
- Deleu, C. (1998). Médias et nouvelles technologies: le journaliste pressé. *Les Cahiers du journalisme*, 5, 206-216.
- De Maeyer, J. (2010). Être journaliste dans un environnement 2.0 : les médias belges face aux innovations technologiques. *Les cahiers du numérique*, 6 (1), 157-178.
- Delporte, C. (2005). Jules Verne et le journaliste. Imaginer l'information du XXe siècle, *Le Temps des médias* 1(4), 201-213.
- Desilets C. (2010). L'asymétrie des revenus publicitaires des médias traditionnels et modernes : le point de vue de trois publicitaires québécois. Repéré à http://www.etatdelinfo.qc.ca/sites/etatdelinfo.qc.ca/files/attaches/rapport_c_desilets.pdf
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Deuze, M. (2008). The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture. *Observatorio (OBS*) Journal*, 7, 103-117.
- Fenton, N. (2009). Drowning or Waving? New media, Journalism and Democracy. *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*, Londres: SAGE Publications Ltd.
- Fischer, C. (1992). Technology and modern life. *America calling: a social history of the telephone*, chapter 1. Berkeley: University of California Press.

- Forlano, L. (2010). Social Construction of Technology. *International Collaborative Dictionary of Communication*, The Media Research Hub, New York: Social Science Research Council.
- Gaver, W. W. (1991). Technology Affordances. Robertson, Scott P., Olson, Gary M. and Olson, Judith S. (eds.) *Proceedings of the ACM CHI 91 Human Factors in Computing Systems Conference*, April 28 - June 5, New Orleans, Louisiana, 79-84.
- Gibson, J.J. (1977). *The Theory of Affordances. Perceiving, Acting, and Knowing: Toward an Ecological Psychology*. Robert Shaw & John Bransford (Ed.). Hillsdale : Lawrence Erlbaum.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press, 264 p.
- Giddens, A. (2000). The trajectory of the self. Dans Du Gay, Evans et Redman (dir.), *Identity: A Reader*. London: Sage.
- Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec (2010). *L'information au Québec : un intérêt public*, repéré à http://www.etatdelinfo.qc.ca/sites/etatdelinfo.qc.ca/files/attaches/gtjaiq_rapport_2010.pdf
- Hall, S. et al. (1992), *Modernity and Its Futures*. London: Polity Press / The Open University, 274-295.
- Holstein, J. A. et Gubrium, J.F. (2000). *The Self We Live By: Narrative Identity in a Postmodern World*. Oxford: Oxford University Press.
- Hutchby, I. (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology*, 35 (2), 441-456.
- Innovation, (2001). *Innovations in Newspapers: The 2001 World Report*. Repéré à <http://www.innovation-mediaconsulting.com/wan-2001>
- Ipsos Reid, (2012). *The Ipsos Canadian inter@ctive Reid Report, 2012 Fact Guide, The Definitive Resource on Canadians and the Internet*. Repéré à http://www.ipsos.ca/common/dl/pdf/Ipsos_InteractiveReidReport_FactGuide_2012.pdf
- James, W. (1890). *The principles of psychology (Vol. 1)*. New York: Henry Holt & company.
- Johnson, J.A. (1995). A comparison of user interfaces for panning on a touch-controlled display. *CHI'95 Conference Proceedings*, 218-225.
- Jouët, J. (1993). Pratiques de communication et figures de la médiation, *Réseaux*, 60, 99-120.
- Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18 (100). 487-521.

- Joulain, C., & Labasse, B. (1998). Information et réseaux : à nouvelles technologies, vieilles techniques. *Les Cahiers du Journalisme*, 5, 8-21.
- Karrelman, D. et Alvesson, M. (2001). Making Newsmakers : Conversational Identity at Work, *Organization Studies*, 22(1), 59-89.
- Klinenberg, E. (2005). Convergence: News Production in a Digital Age, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597, 48-64.
- Kovach, B. et Rosenstiel, T. (2007). *The Elements of Journalism : What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press.
- Leblanc, D. (1987). *Les effets de la bureautique sur l'organisation du travail chez les journalistes de La Presse*. Mémoire de maîtrise, Université de Montréal.
- Lévy, P. (1990). Les technologies de l'intelligence. *L'avenir de la pensée à l'ère informatique*. Paris : La Découverte.
- Lewis, S. C. (2012). The tension between professional control and open participation. *Information, Communication & Society* 2012, 1-31.
- Ling, R. S. (2004). *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. San Francisco: Morgan Kaufmann.
- Love, (2005). The Mobile Connection:The Cell Phone's Impact on Society (Book Review) *International Journal of Technology and Human Interaction*, 1(4), 101-104.
- McGrenere, J. & Ho, W. (2000). Affordances: Clarifying and Evolving a Concept. *Proceedings of Graphics Interface*, Montréal, 1-8.
- Merchant G. (2006). A sign of the times: Looking critically at popular digital writing. Dans J. Marsh and E. Millard (dir.), *Popular Literacies, Childhood and Schooling*. London: Routledge. 86-100.
- Merchant G. (2006). Identity, Social Networks and Online Communication. *E-learning*, 3 (2), 235-244.
- Meyer, C. (2009). Evolutions in Email Style and Usage: a qualitative analysis of email prescriptivism in print-based media. *Science and Technology for Humanity (TIC-STH), 2009 IEEE Toronto International Conference*, 26-27 sept., 609-612.
- Miel, P. et Faris, R. (2008). *News and Information as Digital Media come of Age*. Cambridge: Berkman Center for Internet and Society at Harvard University.

- Millerand, F. (1999). Usages des NTIC: les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (2e partie). *COMMposite*, 99 (1), 1-20.
- Millerand, F. (2001). Le courrier électronique : artefact cognitif et dispositif de communication. *Actes du colloque "La communication médiatisée par ordinateur : un carrefour de problématiques"*, 69e congrès de l'ACFAS, Sherbrooke. Repéré à <http://grm.uqam.ca/cmo2001millerand>
- Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (2011). Pour une information au service de l'intérêt public – Orientations du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine - Document de consultation, Direction des médias et des télécommunications. Repéré à http://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/consultation/Document_consultation_Francais.pdf
- Nadbank (2011). *Étude 2011*. Repéré à http://www.nadbank.com/fr/system/files/Pointssailantssurlalecture2011_0.pdf
- Norman, D. A. (1990). *The Design of Everyday Things*. NY: Doubleday.
- Norman, D. A. (1999). Affordances, conventions and design. *Interactions*, 6(3), 38-43.
- OECD (2009). *Communications Outlook 2009*, September. Repéré à <http://www.oecd.org/sti/broadbandandtelecom/oecdcommunicationsoutlook2009.htm>
- O'Sullivan, J. et Heinonen, A. (2008). Old Values, New Media. *Journalism Practice*, 2(3), 357-371.
- Palmer, M. (2005). Les urgences de l'écriture de l'information : Intention-rédaction-transmission...pour quelle réception? *Recherches en communication*, 23, 133-148.
- Pavlik, J. (2000). The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies*, 1469-9699, 1(2), 229 – 237.
- Pélissier, N. (2000). Les mutations du journalisme à l'heure des nouveaux réseaux numériques. *AFRI 2001*, 2, 912-930. Repéré à <http://www.afri-ct.org/IMG/pdf/pelissier2001.pdf>
- Pritchard, D. et Sauvageau, F. (1999). *Les journalistes canadiens : Un portrait de fin de siècle*. Québec : Les presses de l'Université Laval.
- Proulx, S. (2001). Usages des technologies d'information et de communication : reconsidérer le champ d'étude?. *Émergences et continuité dans les recherches en information et en communication*, Actes du XIIe Congrès national des sciences de l'information et de la

- communication, UNESCO (Paris), du 10 au 13 janvier, Paris : Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC).
- Proulx, S. (2005). Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances. *Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels*, t.1, Lise Vieira et Nathalie Pinède, eds., Bordeaux : Presses universitaires de Bordeaux,7-20.
- Russo, T.C. (1998). "Organizational and Professional Identification: A Case of Newspaper Journalists" In *Management Communication Quarterly*, 12 (1), p. 72-111.
- Roth, N.L. (1996). *Identity, Subjectivity, and Agency in Conversations about Disease. Interaction and identity: Information and Behavior, Volume 5*. Mokros, H.B. (dir.).New Brunswick, NJ: Transaction.
- Sabourin. P. (2003). L'analyse de contenu. *Recherche sociale : de la problématique à la collecte de données*. Québec : Presses de l'université du Québec.
- Salaman, G. (1974). *Community and occupation: An exploration of work/leisure relationships*, 4. London: Cambridge University Press.
- Sammer, C. et Combes, Y. (1994). Évolutions structurelles : des espaces temps revisités à travers l'étude de pratiques d'outils mobiles en milieu professionnel. *Technologie de l'information et société*, 6 (4), 353-374.
- Silverman, D. (2006). *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction* (Third edition). London: Sage.
- Statistique Canada (2012). *Population¹ du Québec, 1971-2012*. Repéré à http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/demographie/struc_poplt/qc_1971-20xx.htm
- Thierry, D. (éd.) (1998). *Nouvelles technologies de communication : Impact sur les métiers*. Paris : L'Harmattan Communication.
- Tremblay, G. (2007). De Marshall McLuhan à Harold Innis ou du village global à l'empire mondial. *tic&société* [En ligne], 1 (1). Repéré à <http://ticetsociete.revues.org/222>
- Toussaint, Y. (1992). La parole électrique. Du minitel aux nouvelles « machines à communiquer ». *Esprit*, 186, 127-139.
- Trottier, Er. (2012). *Une progression exceptionnelle du lectorat de La Presse*. Repéré à <http://www.lapresse.ca/actualites/201203/31/01-4511267-une-progression-exceptionnelle-du-lectorat-de-la-presse.php>
- Vaughan, L.C. (1997). Understanding Movement. *CHI 97 Conference Proceedings*, 548-549.

- Vedel, T. (1994). Sociologie des innovations technologiques des usagers : introduction à une socio-politique des usages. *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, A. Vitalis (dir.), Rennes : Éditions Apogée, 13-43.
- Verne, J. (1978). *La journée d'un journaliste américain en 2890*, Villelongue d'Aude : Atelier du Gué, (rééd.).
- Vyas, D., Chisalita, C. & van der Veer, G.C. (2006). Affordance in Interaction. *Proceedings of 13th European Conference on Cognitive Ergonomics (ECCE' 06)*, NY: ACM Press, 92-99.
- Walsham, G. (1998). IT and Changing Professional Identity: Micro-Studies and Macro-Theory. *Journal of the American Society for Information Science*, 49 (12), 1081-1089.
- Wiik, J. (2009). Identities under construction: professional journalism in a phase of destabilization. *International Review of Sociology*, 19:2, 351-365.
- Witschge, T. et Nygren, G. (2009). Journalism: a profession under pressure?. *Journal of Media Business Studies*, 6 (1), 37-59.
- Wolton, D. (1992). *Espaces publics, traditions et communautés*. Paris : Éditions du Centre national de la recherche scientifique.

Annexe 1

Protocole d'entrevue

Introduction

Au cours de cette entrevue, j'aimerais discuter des diverses utilisations que vous faites des technologies de communication mobile (Blackberry, Iphone, Ipad, ordinateur portable, etc.) dans le cadre de vos activités professionnelles quotidiennes et, plus spécifiquement, en ce qui concerne vos courriels, messages textes ou l'écriture de lettres ou d'articles. Nous excluons toutes formes de communications personnelles et vocales.

Nous discuterons du choix de certaines technologies selon la tâche que vous cherchez à accomplir (rédaction d'articles, envoi de messages, prise de notes, etc) et comment ce choix influence la tâche en cours.

Nous nous intéressons également au choix de l'utilisation de certaines technologies selon le type de destinataire et comment ce choix affecte le type de messages que vous envoyez (en gros, votre vie professionnelle avec les nouvelles technologies mobiles).

Tous les enregistrements de même que les données colligées demeureront confidentiels et anonymes.

Parlons d'abord de la façon dont vous communiquez dans votre vie professionnelle de tous les jours et comment ces technologies vous rendent plus (ou moins) productif.

(1) Dans une journée typique de travail, quels types d'outils de communication mobile utilisez-vous? Décrivez de façon spécifique comment vous utilisez ces technologies dans une journée normale de travail versus votre ordinateur portable ou de bureau.

Décrivez une journée typique au travail. Comment débutez-vous votre journée? Quels types d'activités faites-vous tout au long de la journée? Que faites-vous à la fin d'une journée?

(2) Trouvez-vous que ces nouvelles technologies affectent votre façon de travailler d'une façon particulière? Comment pensez-vous qu'elles affectent la façon dont les autres vous perçoivent?

(3) Si vous comparez ces technologies entre elles, dans quels types de situations choisissez-vous l'une plus que l'autre? En d'autres termes, quelles sont les raisons qui vous poussent à utiliser une technologie spécifique dans une situation donnée? (Courriel, rédaction d'articles, prise de notes sur un ordinateur vs un téléphone intelligent)

(4) Y a-t-il une technologie que vous préférez utiliser pour les courriels? Pourquoi? Combien de courriels pouvez-vous recevoir dans une journée? Aussi, quelles technologies préférez-vous pour la rédaction de vos articles? Pour la prise de notes? Pourquoi?

(5) Portez-vous attention à l'heure du jour ou à la rapidité de la réponse à vos messages? Pensez-vous à la façon dont le récipiendaire de votre message vous percevra selon l'heure d'envoi de votre message ou le délai d'envoi de votre réponse?

(6) COURRIEL (début)

Le type de récipiendaire auquel vous envoyez un message influence-t-il le choix de la technologie à utiliser (supérieurs, collègues, lecteurs)? A-t-il une influence sur la façon dont vous débutez votre message? Et influence-t-il d'autres éléments de votre écriture comme le ton ou le style, l'usage de bonhommes sourire, etc.?

la façon dont vous débutez votre message est-elle semblable ou différente selon le type de technologie que vous utilisez (téléphone, tablette, ordinateur)? Et influence-t-il d'autres éléments de votre écriture comme le ton ou le style, l'usage de bonhommes sourire, etc.? Votre perception de la qualité de l'écriture change-t-elle avec l'usage de certaines technologies (par exemple, messages texte)?

Comment débutez-vous habituellement vos messages (courriel vs messages texte)?

Ces facteurs varient-ils en fonction de la langue utilisée? Comparez la forme de vos messages en anglais et en français.

Décrivez la différence entre les messages en réponse au public et ceux qui vous servent dans l'exercice de vos fonctions.

(7) COURRIEL (fin)

Comment terminez-vous habituellement vos messages? Qu'est-ce qui influence le choix de l'une ou l'autre des formules de politesse?

Lorsque vous terminez un message, comment décidez-vous de signer votre nom? Par exemple, dans quelle situation décidez-vous d'utiliser votre prénom? Votre nom complet? Votre surnom? En majuscules ou en minuscules?

Pour quelles raisons décidez-vous d'inclure une signature électronique à la fin d'un message spécifique? Dans quelles circonstances décidez-vous de ne pas l'inclure?

Votre signature électronique inclut-elle une citation? Si oui, pour quelles raisons avez-vous décidé de l'inclure?

Laissez-vous la mention d'envoi du Blackberry ou du iPhone à la suite du message?

(8) RÉDACTION

Le type d'article (blogue, billet, chronique, etc.) que vous devez écrire influence-t-il le choix de la technologie à utiliser? Influence-t-il certains éléments de votre écriture comme le ton ou le style, l'usage de bonhommes sourire, etc.?

Avez-vous remarqué comment le type de technologie que vous utilisez peut avoir une influence sur la façon dont vous écrivez votre article? Et influence-t-il d'autres éléments de votre écriture

comme le ton ou le style, l'usage de bonhommes sourire, etc.? Votre perception de la qualité de l'écriture change-t-elle avec l'usage de certaines technologies (par exemple, messages texte)?

Ces facteurs varient-ils en fonction de la langue utilisée? Comparez la forme de votre écriture en anglais et en français.

Utilisez-vous Twitter, Facebook, un blogue ou toute autre plateforme de communication électronique? Si oui, quelles règles d'écriture, de ton et de délai de réponse appliquez-vous?

9) A quel point vous sentez-vous concerné par la façon dont votre interlocuteur vous percevra à travers le choix d'une technologie? A quel point êtes-vous sensible à la perception de votre interlocuteur face à votre façon d'écrire (début et fin du message, le ton, le style, etc.)? En d'autres termes, quelles sont vos préoccupations en ce qui concerne l'impression que peut laisser le choix d'une technologie et d'un style d'écriture dans l'esprit du récipiendaire?

Comparez vos techniques de travail actuelles à celles d'il y a 5 ans. Qu'est-ce qui a changé?

Conclusion

Afin de clore cette entrevue, puis-je obtenir certaines données démographiques? Si oui, pouvez-vous me dire le lieu de votre naissance? Le niveau d'éducation le plus élevé que vous ayez atteint? Votre âge? (A obtenir autrement)

Avons-nous omis d'aborder un détail qui vous semble important pour ma compréhension de vos habitudes de communication?

Merci beaucoup de votre participation. J'apprécie grandement que vous ayez pris le temps de me parler.