

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX PAR LES ÉTUDIANTS EN  
JOURNALISME : UNE MENACE AU DEVOIR DE RÉSERVE?

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR  
JEAN-PHILIPPE DAOUST

OCTOBRE 2017

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Je tiens d'abord à remercier ma directrice, Chantal Francoeur. Merci pour ta confiance, ta patience et ta compréhension. Merci de m'avoir accompagné à chacune des étapes de cette longue et éprouvante (!) aventure. Merci pour tes conseils, ton professionnalisme et ton sens du détail. Jamais je n'aurais pu espérer une meilleure directrice ! Merci aussi à ma famille pour son soutien indéfectible. À mes parents, surtout, qui n'ont pas cessé de me demander, ces dernières quatre années, où j'en étais rendu avec mon mémoire. Un merci tout spécial aussi à ma cousine Mariève. Sans toi, jamais je n'aurais déposé ce mémoire, pour la simple et bonne raison que je ne me serais probablement jamais inscrit à la maîtrise. Merci pour ton soutien et ton temps, surtout dans les débuts, j'en suis extrêmement reconnaissant. Je veux aussi remercier mes amis qui ont été là pour moi dans les bons moments, comme dans les moments de découragement.

En terminant, alors que s'achève mon parcours scolaire, j'ai une pensée pour tous ces enseignants et (surtout !) toutes ces enseignantes que j'ai eu la chance de croiser, de la maternelle à l'université. Non seulement vous avez contribué à façonner l'étudiant que je suis, mais aussi la personne que je suis devenue. Sans vous, je ne serais pas ici aujourd'hui. Merci.

## TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ .....	vii
LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES .....	viii
INTRODUCTION .....	1
CHAPITRE I	
PROBLÉMATIQUE.....	4
1.1 LE WEB SOCIAL.....	7
1.1.1 Des dispositifs variés .....	9
1.2 IMPARTIALITÉ ET DEVOIR DE RÉSERVE : DÉFINITIONS.....	11
1.3 LES CAS DE PIERRE SORMANY ET DE VÉRONIQUE DUBÉ .....	17
1.4 ÉTUDIANTS ET MÉDIAS SOCIAUX .....	20
1.4.1 Les étudiants en journalisme : de nouveaux agents.....	21
1.5 QUESTION DE RECHERCHE.....	23
CHAPITRE II	
CADRE THÉORIQUE .....	24
2.1 LA THÉORIE DES CHAMPS .....	24
2.1.1 Les nouveaux agents.....	30
2.1.2 L'Exemple de BuzzFeed.....	32
2.1.3 Habitus.....	35
2.1.4 Communauté interprétative.....	37
2.2 MÉDIAS SOCIAUX : UNE MENACE AU DEVOIR DE RÉSERVE? .....	40
2.3 DE L'OBJECVITÉ À L'IMPARTIALITÉ.....	43
2.4 ENCADRER LA PRÉSENCE DES JOURNALISTES DANS LES MÉDIAS SOCIAUX.....	47
2.5 UN PROCESSUS DE NORMALISATION .....	52
2.5.1 Divers usages parmi les journalistes.....	55
CHAPITRE III	
MÉTHODOLOGIE.....	57
3.1 UN DEVIS DE TYPE QUALITATIF : ENTRETIENS SEMI-DIRIGÉS .....	57
3.1.1 Schéma d'entretiens .....	60

3.1.2 Échantillonnage boule de neige.....	60
3.2 ANALYSE THÉMATIQUE.....	61
CHAPITRE IV	
RÉSULTATS.....	65
4.1 PORTRAIT DES PARTICIPANTS.....	66
4.2 NORMES ET VALEURS JOURNALISTIQUES.....	67
4.2.1 Impartialité: définition et importance.....	67
4.2.2 Devoir de réserve: définition et importance.....	71
4.2.3 Impossible objectivité, difficile apparence d'impartialité.....	74
4.2.4 Une démarche exemplaire.....	77
4.3 DES JOURNALISTES MILITANTS: ACCEPTABLE OU PAS ?.....	80
4.3.1 Militer pour un parti politique: acceptable ou pas ?.....	80
4.3.2 Militer pour Greenpeace: acceptable ou pas ?.....	83
4.3.3 Militer pour l'Association canadienne des producteurs pétroliers: acceptable ou pas ?.....	86
4.4 RESPECT (OU PAS) DES NORMES ET VALEURS: LES MOTIVATIONS.....	89
4.4.1 Apparence de conflit d'intérêts.....	89
4.4.2 Des journalistes transparents plutôt qu'impartiaux.....	92
4.4.3 Indépendance journalistique.....	93
4.5 MÉDIAS SOCIAUX: USAGES ET STRATÉGIES.....	95
4.5.1 Utilités des média sociaux.....	95
4.5.2 Rien de moins privé qu'Internet.....	98
4.5.3 Prudence occasionnelle.....	101
4.5.4 Les dangers de l'instantanéité.....	102
4.5.5 Recours à un pseudonyme.....	103
4.5.6 Traces numériques: une menace à l'impartialité.....	106
4.5.7 Mises en garde à l'école.....	108
CHAPITRE V	
DISCUSSION.....	113
5.1 UN PROCESSUS DE NORMALISATION PARTIEL.....	120
5.2 ENTRE HUMILITÉ ET IMPARTIALITÉ.....	122

CONCLUSION.....	126
LIMITES DU PROJET DE RECHERCHE.....	128
BIBLIOGRAPHIE .....	130

## RÉSUMÉ

Ce mémoire s'intéresse à l'usage des médias sociaux par les étudiants en journalisme et à l'impact que cette utilisation pourrait avoir sur leur perception des normes et valeurs journalistiques traditionnelles, comme l'impartialité. S'appuyant sur la théorie des champs du sociologue Pierre Bourdieu, ce mémoire cherche à savoir s'il est de plus en plus difficile pour les étudiants en journalisme et les journalistes récemment diplômés, qui sont, pour la plupart, des «natifs du numérique», de respecter un devoir de réserve. Ayant grandi avec les médias sociaux, des dispositifs qui encouragent la transparence et l'expressivité, les étudiants en journalisme et les jeunes journalistes ont-ils la volonté de respecter un devoir de réserve lorsqu'ils y interviennent?

Une méthodologie qualitative a été retenue pour ce projet de recherche de nature exploratoire. Une série de six entretiens de type semi-directif a été réalisée (quatre avec des étudiants en journalisme et deux avec des journalistes récemment diplômés). Une analyse thématique a ensuite été menée, l'objectif étant de dégager des indices à savoir si, oui ou non, l'usage que font les étudiants en journalisme des médias sociaux représente une menace aux normes et pratiques journalistiques traditionnelles.

Pour préserver leur apparence d'impartialité, la très grande majorité des participants s'impose un devoir de réserve au moment d'intervenir dans les médias sociaux. S'ils n'aspirent pas à devenir des êtres impartiaux, la plupart des étudiants et des diplômés en journalisme souhaitent préserver leur apparence d'impartialité aux yeux du public. Certains participants ont toutefois avoué contrevenir, à l'occasion, à leur devoir de réserve, en prenant position sur des enjeux qui leur tiennent à cœur, par exemple. Seulement un des six participants est d'avis qu'il pourrait être bénéfique pour les journalistes de délaisser la valeur d'impartialité, au profit de la transparence journalistique.

\*\*\*

Journalisme | Médias sociaux | Impartialité | Devoir de réserve | Théorie des champs

## LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

BBC	British Broadcasting Corporation
CÉFRIO	Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations, à l'aide des technologies de l'information et de la communication (TIC).
CPQ	Conseil de presse du Québec
FPJQ	Fédération professionnelle des journalistes du Québec
NPR	National Public Radio
SRC	Société Radio-Canada
UQÀM	Université du Québec à Montréal

## INTRODUCTION

Non seulement les médias sociaux font-ils maintenant partie intégrante de la profession journalistique, mais ils ont aussi été largement investis par la prochaine génération de journalistes actuellement sur les bancs d'école. Étant pour la plupart des «natifs du numérique», les étudiants en journalisme et les journalistes récemment diplômés ont grandi avec les médias sociaux (Prensky, 2001 ; Lynch, 2007). Pour eux, il est même difficile d'imaginer pratiquer le métier de journaliste sans le Web social et les dispositifs que ce dernier met à la disposition de la profession journalistique. Ayant grandi avec les médias sociaux, qui, de par leur nature interactive et collaborative, encouragent l'expression d'opinions et le dévoilement de soi (Proulx et al., 2012), est-il plus difficile pour les étudiants en journalisme et les jeunes journalistes de respecter un devoir de réserve lorsqu'ils y interviennent? Malgré le rapport qu'ils entretiennent avec les médias sociaux, ont-ils toujours la volonté de se soumettre à l'impartialité journalistique ou rejettent-ils plutôt cette valeur centrale à la profession journalistique? Voilà à quoi s'intéresse ce projet de recherche.

Si l'usage des médias sociaux par les journalistes et les répercussions que pourraient avoir ces dispositifs sur la pratique du métier du journaliste ont déjà fait l'objet de nombreuses recherches, la présence des étudiants en journalisme et des jeunes journalistes dans les médias sociaux a jusqu'ici suscité peu d'attention de la part des chercheurs. Pourtant, l'utilisation des médias socionumériques par les étudiants en journalisme pourrait modifier les pratiques liées à la profession journalistique et le rapport que cette dernière entretient avec certaines de ses valeurs les plus chères, comme l'impartialité. Non seulement les étudiants en journalisme et les jeunes journalistes sont des natifs du numérique, mais ils sont aussi de nouveaux agents qui pourraient agir comme force de changement au sein du champ journalistique (Benson

et Neveu 2005). Le sociologue Pierre Bourdieu s'est spécifiquement intéressé aux impacts que sont susceptibles d'avoir les nouveaux agents à l'intérieur d'un champ (comme le champ journalistique). Nous aborderons plus en détail les motivations qui nous ont amenés à nous intéresser à ce sujet et la pertinence scientifique de ce projet de recherche au premier chapitre de ce mémoire.

Pour orienter notre réflexion quant aux impacts possibles de l'utilisation des médias sociaux par les étudiants en journalisme sur le métier de journaliste, notamment en ce qui a trait au respect du devoir de réserve, nous nous appuyerons sur la «théorie des champs», développée par Pierre Bourdieu. Pour le sociologue, les champs sont des sphères semi-autonomes et spécialisées qui structurent les activités sociales. Pour ce projet de recherche, nous nous sommes également intéressés à un concept complémentaire, celui d'habitus, que Pierre Bourdieu définit comme un système de dispositions durables, transposables permettant d'encadrer les activités se déroulant à l'intérieur d'un champ. Nous reviendrons plus spécifiquement sur ces concepts dans la section dédiée au cadre théorique de ce mémoire.

Pour ce projet de recherche, nous avons opté pour une méthodologie de nature qualitative. Une série d'entretiens semi-dirigés a été réalisée avec des étudiants en journalisme de première, de deuxième et de troisième année, ainsi qu'avec de jeunes diplômés en journalisme. L'objectif était de repérer des indices à savoir si, oui ou non, l'usage que font les étudiants en journalisme des médias socionumériques est susceptible de modifier les normes et pratiques journalistiques traditionnelles. Une fois les entretiens avec les participants complétés, des verbatim de ces rencontres ont été produits afin de nous permettre de procéder à une analyse thématique. Nous examinerons plus spécifiquement la question du recrutement des participants, de l'échantillonnage et du schéma d'entretien au chapitre trois de ce mémoire dédié à la méthodologie.

Dans les chapitres quatre et cinq, nous analyserons en détail les réponses que nous ont fournies les six participants avec qui nous nous sommes entretenus dans le cadre de ce projet de recherche. Notre analyse portera principalement sur trois thèmes : les normes et pratiques journalistiques traditionnelles, les motivations qui poussent les participants à respecter – ou pas – ces normes et valeurs journalistiques traditionnelles et les usages que font les participants des médias sociaux. Après avoir examiné le contenu des six entretiens que nous avons menés dans le cadre de ce projet de recherche, nous tenterons finalement de dégager certaines tendances à savoir si l’usage que font les étudiants en journalisme des médias sociaux est susceptible de modifier les normes et pratiques journalistiques traditionnelles et, si oui, dans quelle mesure.

En outre, la question de recherche sur laquelle repose ce projet de recherche est vaste et complexe. Nous n’avons pas la prétention, ni même l’intention, d’y répondre de manière claire et sans équivoque. Ce mémoire, de nature exploratoire, proposera des pistes permettant de réfléchir à l’influence que pourrait avoir l’utilisation des médias sociaux par les étudiants en journalisme sur la profession journalistique et, plus précisément, sur le respect du devoir de réserve.

## CHAPITRE I - PROBLÉMATIQUE

Les médias sociaux font partie intégrante de la routine de travail d'une majorité de journalistes. Ces derniers perçoivent les médias socionumériques comme des outils essentiels permettant de distribuer rapidement et brièvement des nouvelles de dernière heure, de développer des idées de reportage, d'entrer en contact avec des sources et de repérer des éléments d'information (Lasorsa et al., 2012 ; Hermida, 2010 ; Russell, 2013). De nombreux journalistes interviennent personnellement, avec leur propre compte, dans les médias socionumériques. Non seulement les journalistes sont très nombreux à utiliser les médias sociaux, mais ils sont aussi parmi les personnalités les plus suivies par le grand public (Lasorsa et al., 2012; CÉFRIO, 2015). Une enquête menée par le CÉFRIO montre que près du quart des internautes québécois est abonné au compte d'au moins un journaliste ou une entreprise de presse dans les médias sociaux (2015).

Comme les journalistes, les entreprises de presse ont adopté les médias sociaux pour rejoindre leur public et promouvoir leurs contenus. En plus des rendez-vous traditionnels d'information, les médias partagent, à toute heure du jour, des nouvelles de dernière heure. Les médias d'information ont ajouté, à même leurs sites Web, des fonctionnalités qui permettent au public de partager facilement et instantanément du contenu à travers les médias sociaux (Hermida, 2012a).

En période de crise - dans les heures suivant une catastrophe naturelle, par exemple - les médias sociaux, Twitter tout particulièrement, se sont avérés efficaces, en permettant à leurs usagers de faire circuler certains faits rapidement, souvent plus rapidement que dans les médias traditionnels qui s'imposent un devoir de vérification avant de relayer l'information (Carvin, 2012 ; Hermida, 2012a). Dans un contexte de crise, les utilisateurs des médias sociaux participent à la couverture en direct des

événements en relayant de l'information et des liens que diffusent d'autres internautes de manière quasi instantanée (Lasorsa et al., 2012). Comme d'autres technologies ont pu le faire auparavant, Twitter et les sites de réseautage social ont donc une influence directe sur la pratique du métier de journaliste (van Dijck et Poell, 2013). Les médias sociaux pourraient avoir modifié l'idée même qu'on se fait du journalisme (Lasorsa et al., 2012 ; Hermida, 2012a).

De manière inédite, la distribution à grande échelle d'information n'est plus réservée à un cercle restreint d'individus. En favorisant la création, le remixage et la rediffusion de contenus par les usagers et en misant sur l'accessibilité, les médias socionumériques pourraient contribuer à associer la logique de rapports horizontaux, qui est propre à l'idéologie<sup>1</sup> du Web social, à la logique plus verticale des médias de masse (Carbasse, 2012; Hermida, 2012a ; Deuze, 2003). Le journalisme serait devenu «ambient», omniprésent et souvent fragmenté et relèverait d'un effort commun entre, d'une part, les journalistes et, d'autre part, le public (Hermida, 2010 ; Hermida, 2012a).

*Ambient journalism conceptualizes journalism as a telemediated practice and experience driven by networked, always-on communications technologies and media systems of immediacy and instantaneity. Journalism itself becomes fragmented, omnipresent, and ingrained in the everyday media experiences of users, with contributions from both professionals and non-professionals (Hermida, 2012a, p. 311)*

---

<sup>1</sup> Le sociologue québécois Guy Rocher qualifie l'idéologie de «système d'idées et de jugements, explicite et généralement organisé, qui sert à décrire, expliquer, interpréter ou justifier la situation d'un groupe ou d'une collectivité et qui, s'inspirant largement de valeurs, propose une orientation précise à l'action historique de ce groupe ou de cette collectivité.» (Rocher, 1968, p. 220)

Les médias socionumériques pourraient également remettre en question l'autorité des journalistes, qui se considèrent généralement les plus aptes à informer le public (Hermida, 2012a ; Russell, 2013). «The authority and autonomy of professions in general and journalism in particular have become vulnerable today with the rise of these newly empowered actors and the corresponding do-it-yourself culture that challenges traditional forms of elite expertise.» (Russell, 2013, p. 907)

Alors que s'est professionnalisé le journalisme, les journalistes et les organisations médiatiques en sont venus à revendiquer le monopole en ce qui a trait à la sélection et à la production de l'information. (Hermida, 2012a). Les journalistes se considèrent comme les mieux outillés pour déterminer si une nouvelle mérite qu'on s'y intéresse. «Journalism has developed as a relatively closed professional culture for the production of knowledge, based on a system of editorial control. (...) Social digital media spaces allow for new relations that disrupt authorial structures. » (Hermida, 2012a, p. 310) Depuis l'avènement du Web social, cette position privilégiée est de plus en plus contestée (van Dijck et Poell, 2013 ; Hermida, 2012). « Fast-growing networks like Facebook and Twitter with millions of active users are rapidly penetrating public communication, affecting the operational and institutional power balance of media systems. » (van Dijck et Poell, 2013, p. 3)

Si les journalistes considèrent être les mieux placés pour rapporter et diffuser l'information et s'ils jouissent d'une autorité en la matière auprès du public, c'est aussi parce que la pratique de leur métier s'appuie sur une routine de travail rigoureuse et sur des normes et des pratiques professionnelles strictes en matière de cueillette et de présentation de l'information. Avant de publier une nouvelle, les journalistes doivent s'assurer de la « véracité des faits qu'ils rapportent au terme d'un rigoureux travail de collecte et de vérification des informations » (FPJQ, 2010). Ils doivent éviter de publier des rumeurs et peser les conséquences humaines que

pourrait avoir la diffusion d'un reportage ou d'un élément d'information, sur la protection de la vie privée d'une personne (FPJQ, 2010; Bernier, 2010). Pour maintenir leur autorité auprès du public et pour se distinguer des autres joueurs actifs dans Internet (comme les journalistes amateurs, les blogueurs et les utilisateurs des médias socionumériques), les journalistes auraient tendance à réaffirmer leurs valeurs journalistiques traditionnelles (Russell, 2013; Carbasse, 2012).

Par ailleurs, la croissance d'Internet et des médias socionumériques aurait incité les médias de masse à s'adapter à ce nouvel environnement communicationnel et médiatique. Selon van Dijck et Poell (2013), une culture des médias sociaux se serait installée au sein de nos sociétés, une culture que les auteurs opposent à celle des médias de masse qui prévalait jusqu'alors. Cette logique mise de l'avant par les médias socionumériques se serait transportée en dehors des limites du Web social. « Over the past decade, social media platforms have gradually infiltrated all segments of everyday life—from making friends to debating politics—and have impacted the fabric of social institutions—from law enforcement to journalism. » (van Dijck et Poell, 2015, p. 148) Les entreprises de presse se sont adaptées au Web social et aux pratiques qu'il met de l'avant. Les médias traditionnels et les médias sociaux font maintenant partie du même écosystème médiatique et ils partagent entre eux un certain nombre de caractéristiques. « Over the past years, social media logic has gradually infiltrated mass media logic, sometimes enhancing it, sometimes undercutting or replacing parts of it.» (van Dijck et Poell, 2013, p. 11)

## 1.1 LE WEB SOCIAL

Pour réfléchir aux incidences que pourraient avoir les médias socionumériques sur la pratique du métier de journaliste, il importe d'abord de s'intéresser aux dispositifs eux-mêmes, à leurs spécificités et, plus généralement, au contexte dans lequel ils

s'inscrivent, celui du Web 2.0 ou, pour reprendre la désignation de Proulx et Millerand, du Web social (2010).

Pour décrire en quoi consiste le Web social, Proulx et Millerand se réfèrent à cinq caractéristiques. La première de ces caractéristiques concerne la capacité, pour les usagers, de « créer, modifier, remixer et relayer des contenus » (Proulx et al., 2012, p. 2) (1). De manière inédite, les usagers-internautes se retrouvent au centre de ces dispositifs communicationnels. Leurs contributions (aussi minimes soient-elles) sont essentielles au fonctionnement de ces dispositifs (Proulx et al., 2012). La facilité avec laquelle les usagers peuvent accéder aux outils et aux contenus du Web social constitue sa deuxième caractéristique (2). De moins en moins de compétences techniques et cognitives sont sollicitées au moment d'intervenir sur ces plateformes. Les médias socionumériques se fondent sur les traits de personnalité du Web social et sur l'idéologie participative qui le sous-tend, « c'est-à-dire sur le postulat que les gens ordinaires (...) en viennent à développer une compétence cognitive et communicationnelle suffisante pour leur permettre d'intervenir directement dans la production et la diffusion des contenus médiatiques » (Proulx et al., 2012, p. 3). Proulx et Millerand soulignent ensuite le caractère collaboratif du Web social qui est « favorable à l'instauration de modalités de collaboration entre les usagers » (Proulx et al., 2012, p. 2) (3).

Les diverses plateformes du Web social et les pratiques qu'elles inspirent ont, à certains égards, modifié la façon dont certaines personnes participent au débat public et entretiennent leurs relations sociales (van Dijck et Poell, 2013). En effet, dans la foulée du « printemps érable », du débat entourant le projet de loi de Charte des valeurs québécoises et des élections présidentielles américaines de 2016, nous avons pu constater que les bouleversements sociaux et les débats de société ne se vivent plus seulement dans des espaces publics réels, mais aussi dans des espaces

numériques. Lors du conflit étudiant de 2012, la mobilisation s'est principalement organisée par les médias sociaux. Grâce à Facebook et Twitter, il est possible, lors de grandes mobilisations sociales, de rejoindre de larges bassins de militants et de faire circuler de l'information rapidement « à travers différents réseaux de personnes » (Millette, 2013, p. 3).

En plus de fournir aux internautes de nouvelles possibilités en ce qui concerne la production et le partage de contenus et d'influencer leurs relations sociales, le développement du Web social a contribué à l'émergence d'un nouveau modèle économique s'appuyant sur l'agrégation de contributions individuelles, minimales et gratuites (Proulx et al., 2012) (4). Les données que génèrent les internautes par l'entremise de leurs interactions dans les médias sociaux présentent une valeur économique. « Un mécanisme de capitalisation des données permet en effet aux entreprises de l'internet de produire ces métadonnées, c'est-à-dire des corrélations entre des adresses IP particulières et les choix en matière de navigation Web et de consommation en ligne qui y sont associés. » (Proulx, 2012, p. 25) Au-delà du caractère social que l'on accole généralement à ces dispositifs, les médias socionumériques ont une valeur et s'inscrivent à l'intérieur d'un nouveau modèle économique que les internautes alimentent par le biais de leurs interventions et des contenus qu'ils produisent/partagent. Finalement, comme cinquième et dernière caractéristique, les auteurs notent la « pluralité des pratiques d'usage, allant d'usages prescrits à diverses formes de détournement et autres pratiques de *hacking* » (5) (Proulx et al., 2012, p. 3).

---

### 1.1.1 DES DISPOSITIFS VARIÉS

Le Web social a vu naître une multitude de dispositifs et de plateformes que l'on associe généralement, sans distinction, aux médias sociaux (ou médias

socionumériques). Cette désignation s'applique pourtant à une panoplie de dispositifs fort différents, comme les blogues, les sites de réseautage social ou de microblogage, les sites de partage de contenus (vidéos, photos, etc.), les wikis, etc. (Proulx et al., 2012, p. 3). Cette appellation s'applique d'ailleurs à des concepts de natures et de formes très variées : « les “médias sociaux” mettent sur le même plan des configurations sociotechniques (les communautés virtuelles, construit complexe de relations entre une certaine forme sociale et les supports sur lesquels elle se développe), des technologies (...), des plateformes (les blogues) et des usages. » (Coutant et Senger, 2012, p. 78) Afin de leur attribuer une définition plus précise, les médias sociaux peuvent être décrits comme des « supports médiatiques logiciels permettant aux usagers de maintenir une présence, de communiquer et d'interagir en ligne. D'une part, en tant que “médias”, ces dispositifs appuient et suscitent les échanges interactifs, de même que la communication interpersonnelle et de groupe » (Proulx et al., 2012, p. 3).

Selon Proulx, Millette et Heaton, ces médiums sont sociaux dans la mesure où « la nature même de ce qui les constitue est faite du répertoire des interactions entre tous ces êtres singuliers, membres des multitudes, qui construisent, ce faisant, l'organisation du social. » (2012, p. 4) Dans un même ordre d'idées, Boyd et Ellison définissent les médias sociaux comme des « web-based services that allow individuals to construct a public or semi-public profile within a bounded system, articulate a list of other users with whom they share a connection, and view and traverse their list of connections and those made by others within the system » (Boyd and Ellison, 2008, p. 211).

Cette deuxième définition met l'accent sur la nature publique de ces dispositifs, un élément sur lequel insiste la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) dans son Guide de déontologie. « La nature sociale de ces réseaux implique

que chaque propos qui y est échangé peut devenir public, malgré la possibilité de paramétrer les réglages de confidentialité. En conséquence, les journalistes ne doivent pas tenir dans les médias sociaux des propos qu'ils ne tiendraient pas en ondes ou dans leur publication. » (FPJQ, 2010)

En bref, les définitions des médias socionumériques et, plus largement, du Web social qui ont été retenues pour ce projet de recherche nous fournissent les outils nécessaires nous permettant de réfléchir au sujet sur lequel porte ce mémoire, c'est-à-dire la perception qu'ont les étudiants en journalisme, qui sont des natifs du numériques, de l'impartialité journalistique et du devoir de réserve. Dans les prochaines sections, nous serons en mesure de vérifier si les médias sociaux pourraient influencer la pratique du métier de journaliste et contribuer à modifier les normes et valeurs journalistiques traditionnelles, en raison de leurs caractéristiques et fonctionnalités et de l'usage qu'en font les étudiants en journalisme et les nouveaux journalistes.

## 1.2 IMPARTIALITÉ ET DEVOIR DE RÉSERVE : DÉFINITIONS

Au cours des dernières années, les divers guides de déontologie journalistique se sont affairés à encadrer la présence des journalistes dans les médias socionumériques. L'aspect participatif et relationnel des médias sociaux remet en question la capacité des journalistes à respecter certaines normes et valeurs journalistiques traditionnelles, comme l'impartialité et le devoir de réserve (Carbasse, 2012 ; Lasorsa et al., 2012). Tant le Guide de déontologie de la FPJQ que les Normes et pratiques journalistiques du Service de l'information de Radio-Canada, pour ne nommer que ceux-là, insistent sur l'importance pour les journalistes de respecter leur devoir de réserve au moment d'intervenir dans les médias sociaux.

Avant de poursuivre et de réfléchir aux impacts possibles de l'usage que font les étudiants en journalisme et les journalistes des médias sociaux sur la profession journalistique, il nous apparaît essentiel de définir certains concepts-clés auxquels nous reviendrons tout au long de ce mémoire. Ces concepts sont difficiles à définir et à opérationnaliser. Il existe plusieurs définitions et certains de ces concepts se recoupent entre eux. Les définitions suivantes sont donc celles que nous avons retenues et sur lesquelles nous nous appuyerons tout au long de ce mémoire.

## IMPARTIALITÉ

Valeur centrale à la profession, l'impartialité commande aux journalistes de ne pas «contaminer» leurs reportages et comptes rendus d'opinions (Bernier, 2010). Dans l'exercice de ses fonctions, le journaliste doit s'en remettre aux faits et les opinions exprimées dans ses textes et ses comptes rendus doivent avoir été formulées par d'autres (Bernier, 2010). Le journaliste, «on le veut impartial, c'est-à-dire qu'il ne prenne pas parti et qu'en outre il divulgue ses sources pour assurer qu'il n'est pas l'auteur des énoncés ou l'acteur des faits énoncés» (Bernier, 2010, p. 315).

L'impartialité signifie que le jugement professionnel des journalistes « se fonde sur des faits et sur l'expertise» (SRC, 2010). En tant que journalistes, «nous ne défendons pas un point de vue particulier dans les questions qui font l'objet d'un débat public», précisent les Normes et pratiques journalistiques de Radio-Canada (SRC, 2010). Plutôt que de lui-même prendre parti, un journaliste impartial présentera tous les éléments d'informations nécessaires permettant au public de prendre parti (Bernier, 2010; SRC, 2010). À travers ses reportages, «nous offrons à notre public les perspectives, les faits et les analyses dont il a besoin pour comprendre un enjeu ou un sujet d'intérêt public» (Tourangeau, 2015). Pour la FPJQ, l'impartialité force les journalistes à « rechercher et exposer les divers aspects d'une situation » (FPJQ, 2010). L'impartialité se reflète donc principalement dans la démarche de travail

journalistique et dans les reportages et comptes rendus journalistiques qui doivent paraître comme impartiaux aux yeux du public.

### DEVOIR DE RÉSERVE

Afin de protéger son apparence d'impartialité, un journaliste s'impose un devoir de réserve. Il évitera, par exemple, de se prononcer publiquement sur des enjeux de société ou sur des questions de nature politique.

Alors que l'impartialité concerne principalement les reportages et les comptes rendus que produisent les journalistes, le devoir de réserve, lui, se manifeste en marge du travail journalistique. Au quotidien, un journaliste ne peut pas prendre ouvertement position sur une question ou un enjeu faisant l'objet d'un débat public ou encore s'afficher pour ou contre un parti politique. Au travail comme dans sa vie personnelle, un journaliste évite d'afficher ses opinions et ses valeurs personnelles en observant un devoir de réserve. Pour un journaliste, les implications du devoir de réserve dépassent donc les limites de sa vie professionnelle. Peu importe le moment ou les circonstances, il doit s'abstenir: d'émettre des opinions dans les médias sociaux, de militer au sein d'un parti politique, de prendre parti sur un enjeu faisant l'objet d'un débat, etc. Un journaliste qui s'impose un devoir de réserve protège son apparence d'impartialité et sa liberté de traiter de n'importe quel sujet de manière indépendante.

### DEVOIR DE RÉSERVE ET DEVOIR DE LOYAUTÉ

Dans l'optique de protéger la crédibilité de ses journalistes et la sienne, le quotidien montréalais *La Presse* rappelle à ses employés, dans son *Guide des responsabilités*, qu'ils sont des personnalités publiques et qu'ils demeurent, peu importe le contexte

de diffusion d'une information ou d'un commentaire, intrinsèquement associé à l'entreprise. « Pour cette raison, les journalistes de *La Presse* devraient toujours respecter leur devoir de réserve lorsqu'ils utilisent les médias sociaux comme Twitter, un blogue personnel ou Facebook. » (Lagacé, 2010). Les Normes et pratiques journalistiques de Radio-Canada abondent dans le même sens. « Notre crédibilité [celle du Service de l'information] est le fondement de notre réputation. La crédibilité du Service de l'information de Radio-Canada repose sur la réputation de ses journalistes qui sont indépendants et impartiaux, et qui sont perçus comme tels. » (SRC, 2010) Selon la société d'État, «l'expression d'opinions personnelles sur des sujets controversés ou d'ordre politique peut miner la crédibilité du journalisme de Radio-Canada et éroder la confiance de notre public» (SRC, 2010).

Pour ce mémoire, il nous paraît toutefois essentiel de distinguer le devoir de réserve du devoir de loyauté des journalistes envers leurs employeurs, des notions qui sont parfois confondues ou assimilées. Selon la compréhension que nous avons du devoir de réserve, contrairement au devoir de loyauté, ce principe ne comporte aucune dimension institutionnelle ou commerciale visant à protéger le lien unissant les journalistes à leur employeur. Le devoir de réserve constitue plutôt une entente tacite entre le journaliste et son public visant à préserver le lien de confiance de ce dernier envers la profession journalistique. Le journaliste respecte un devoir de réserve afin de protéger son apparence d'impartialité et de s'assurer que son travail soit perçu, auprès du public et des acteurs de l'actualité, comme étant neutre et impartial.

## CONFLIT D'INTÉRÊTS ET APPARENCE DE CONFLIT D'INTÉRÊTS

«Il y a conflit d'intérêts lorsque les journalistes, par divers contrats, faveurs et engagements personnels, servent ou peuvent sembler servir des intérêts particuliers, les leurs ou ceux d'autres individus, groupes, syndicats, entreprises, partis politiques, etc. plutôt que ceux de leur public.» (FPJQ, 2010) Si un journaliste en vient à être

associé à un parti politique parce qu'il y a milité ou s'il prend position sur des questions faisant l'objet d'un débat public, il pourrait se placer en situation d'apparence de conflit d'intérêts. En effet, si le journaliste n'apparaît plus comme impartial aux yeux du public, il pourrait sembler vouloir, dans son travail, «taire une partie de la réalité aux seules fins de préserver ou de rehausser l'image de tel individu ou de tel groupe» (FPJQ, 2010). Les journalistes «doivent éviter tout comportement, engagement ou fonction qui pourraient les détourner de leur devoir d'indépendance, ou semer le doute dans le public», précise la FPJQ (2010).

L'apparence de conflit d'intérêts est d'ailleurs tout aussi dommageable que les réels conflits d'intérêts. Dès qu'un doute est semé dans le public, la crédibilité du journaliste risque d'en souffrir. À cet égard, à Radio-Canada, les journalistes «doivent scrupuleusement évaluer les organismes auxquels ils s'associent publiquement. Ils doivent être conscients que toute déclaration publique, qu'elle soit faite de vive voix ou dans des médias sociaux, peut créer une impression de parti pris pour une cause » et ainsi les placer en situation de conflit d'intérêts ou d'apparence de conflit d'intérêts (SRC, 2010).

En bref, en s'imposant un devoir de réserve, notamment lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux, les journalistes protègent leur apparence d'impartialité et évitent de se placer en situation de conflit d'intérêts ou d'apparence de conflit d'intérêts. Le devoir de réserve pourrait ainsi être décrit comme un écran protecteur pour les journalistes qui souhaitent demeurer impartiaux aux yeux du public et indépendants vis-à-vis «des pouvoirs et des groupes de pression» (FPJQ, 2010).

## OBJECTIVITÉ

La notion d'objectivité amène les journalistes à séparer les faits de leurs opinions et à donner une image qui soit la plus fidèle possible de la réalité (Saint-Jean, 2002,

Schudson, 2001). « On s'entend généralement pour concevoir l'objectivité comme une interdiction faite au journaliste de biaiser ses comptes rendus en fonction de ses préjugés, de ses croyances, de ses convictions, etc.» (Bernier, 2010, p. 314) L'objectivité journalistique « commande de présenter tous les aspects d'une question dans un texte dépouillé de tout caractère partisan ou militant » (Fink, cité dans Saint-Jean, 2002, p. 57). Il arrive qu'on définisse la notion d'objectivité « en rapport avec d'autres concepts qui pourraient s'y substituer ou qui en constituent en réalité des composantes », comme l'impartialité journalistique (Saint-Jean, 2002, p. 58).

Perçue comme illusoire et inatteignable, l'objectivité provoque un malaise au sein de la profession journalistique. Il serait impossible pour un journaliste d'aspirer à percevoir la réalité en faisant abstraction de ses valeurs personnelles ou de ses préjugés. «Inévitablement, tout être humain perçoit la réalité à travers le filtre de sa subjectivité et l'absolue objectivité assimilerait les journalistes à des robots sans âme dénués de toute conscience. On voit toute l'absurdité que recèle une conception absolue et rigide de l'objectivité.» (Saint-Jean, 2002, p. 58-59). Or, malgré les critiques formulées à son endroit et les malaises qu'elle suscite, «l'objectivité continue d'occuper une place privilégiée dans l'horizon journalistique, ne serait-ce qu'au titre d'idéal, même abstrait, à atteindre» (Saint-Jean, 2002, p. 59).

Avant de poursuivre, voici un récapitulatif des principaux concepts auxquels nous reviendrons tout au long de ce mémoire.

- L'impartialité journalistique commande aux journalistes de ne pas défendre un point de vue particulier dans leurs reportages ou leurs comptes rendus.
- Le devoir de réserve force le journaliste à s'abstenir, au travail comme dans sa vie personnelle, de prendre position sur une question faisant l'objet d'un débat public ou d'émettre des opinions lorsqu'il intervient dans les médias sociaux. Un journaliste qui respecte un devoir de réserve protège son apparence d'impartialité aux yeux du public et des acteurs de l'actualité.

- Un journaliste se retrouve en situation de conflit d'intérêts ou d'apparence de conflit d'intérêts lorsqu'il sert (ou semble vouloir servir), plutôt que l'intérêt public, les intérêts particuliers d'un individu ou d'une organisation (parti politique, groupe de pression, entreprise privée, etc.).
- L'objectivité amène le journaliste à séparer les faits de ses émotions et de ses valeurs personnelles. Un journaliste « objectif » se distancie de ses opinions et valeurs pour dresser un portrait fidèle et exact de la réalité.

### 1.3 LES CAS DE PIERRE SORMANY ET DE VÉRONIQUE DUBÉ

Le caractère public des médias socionumériques est susceptible de mener à des situations pouvant être perçues, par certains acteurs de la communauté journalistique, comme des dérapages, notamment en matière de respect du devoir de réserve. En 2011, Pierre Sormany, qui était alors directeur des émissions d'affaires publiques à Radio-Canada, a quitté ses fonctions après avoir insinué, dans un message publié sur la page Facebook personnelle d'une collègue-journaliste, que Jean Lapierre, un ex-politicien devenu analyste à TVA et LCN, offrait des services-conseils en relations publiques à l'entrepreneur Antonio Accurso (Duchaine, 2012). Avant de prendre sa retraite, le journaliste avait été suspendu temporairement par le radiodiffuseur public. Comme il en a déjà été question, les Normes et pratiques journalistiques du Service de l'information de Radio-Canada exhortent les journalistes à appliquer systématiquement leur devoir de réserve au moment d'intervenir dans les médias sociaux, tout commentaire ou message pouvant devenir public et miner la confiance du public envers l'institution (SRC, 2010).

Comme l'avait souligné le chroniqueur David Carr dans les pages du *New York Times*, quotidien dans lequel il a tenu une chronique médias jusqu'à sa mort, en février 2015, si la liberté que procurent les médias sociaux est habituellement perçue

comme positive par les journalistes et leurs patrons, elle comporte aussi des risques (Carr., 2012). Ayant la possibilité de partager de l'information rapidement par l'entremise des médias socionumériques, les journalistes ont la liberté d'inclure ou d'exclure des éléments d'information sans devoir passer par les processus normaux d'une salle de rédaction, des processus qui visent entre autres choses à assurer la véracité des contenus que produisent les journalistes (Lasorsa et al., 2012). Or, au moment d'intervenir dans Twitter ou dans Facebook, un journaliste ne soumet pas nécessairement le contenu qu'il s'apprête à partager à son rédacteur en chef ou à son chef de section pour qu'il soit approuvé ou contre-vérifié.

En instaurant une conversation avec les internautes, un journaliste pourrait être amené à se prononcer sur un sujet chaud de l'actualité et ainsi déroger à son devoir de réserve. C'est ainsi que la page Facebook de Véronique Dubé, une journaliste de Radio-Canada au Saguenay-Lac-Saint-Jean, a été le théâtre d'un débat entourant le projet de loi de Charte des valeurs québécoises que souhaitait adopter le gouvernement péquiste de Pauline Marois. Après quelques échanges avec la journaliste, un internaute, Pierre-Olivier Bergeron, a décidé de porter plainte auprès de l'ombudsman de la société d'État, estimant que la journaliste avait enfreint les Normes et pratiques journalistiques du Service de l'information de la SRC en interprétant sur sa page personnelle les résultats d'un sondage portant sur la Charte. «Ami» Facebook avec la journaliste, M. Bergeron avait accès au profil personnel de Mme Dubé et aux commentaires que cette dernière y publiait.

Dans une décision rendue publique en octobre 2013, l'ex-ombudsman des services français de Radio-Canada, Pierre Tourangeau, a critiqué sévèrement le comportement de la journaliste. En prenant position et en débattant avec un citoyen sur sa page Facebook, Véronique Dubé a, selon lui, contrevenu à ses obligations et à la déontologie journalistique.

L'ombudsman a rappelé la nature publique d'une page Facebook. D'après M. Tourangeau, il n'y a rien de moins privé qu'un média social et les journalistes ont le devoir d'en tenir compte. « Comme le terme l'indique, un "média social" est d'abord et avant tout un "média". En conséquence, les règles de conduite qu'ils devraient s'imposer sont les mêmes que celles qu'ils doivent respecter lorsqu'ils diffusent sur n'importe quel autre média. » (Tourangeau, 2013).

M. Tourangeau considère que les journalistes doivent demeurer neutres dans les médias sociaux afin de « protéger l'impartialité du diffuseur public et de permettre aux journalistes d'explorer un sujet avec ouverture et sans parti pris. » (Tourangeau, 2013). Il insiste finalement sur la nécessaire crédibilité sur laquelle doit pouvoir s'appuyer le Service de l'information de Radio-Canada, une crédibilité qui repose d'abord et avant tout « sur la réputation de ses journalistes qui sont indépendants et impartiaux, et qui sont perçus comme tels » (Tourangeau, 2013). En interagissant dans les médias sociaux, les journalistes doivent, à ses yeux, demeurer prudents non pas en limitant l'accès à leur compte personnel, mais en s'imposant un devoir de réserve quant aux commentaires qui y sont publiés. Les journalistes de Radio-Canada ne devraient donc pas se permettre une plus grande liberté de parole dans les médias sociaux que sur les autres plateformes radio-canadiennes. « Il en va de même pour l'utilisation "personnelle" qu'ils font de ces médias sociaux, où ils doivent exercer la même réserve que s'ils se trouvaient dans une assemblée publique ou dans un endroit où leurs propos risquent d'être rapportés. » (Tourangeau, 2013).

Jusqu'à maintenant, nous nous sommes principalement intéressés aux médias socionumériques et aux impacts potentiels que ces derniers pourraient avoir sur la pratique du métier de journaliste et, plus spécifiquement, sur le respect du devoir de réserve. Mais qu'en est-il des étudiants en journalisme? Ayant, pour la plupart, grandi avec les médias sociaux et ayant été nouvellement admis à l'intérieur du champ

journalistique, dans quelle mesure se soumettent-ils aux normes et valeurs journalistiques ? Alors que les médias socionumériques encouragent l'interactivité et la transparence et qu'ils incitent leurs utilisateurs à prendre position sur des questions politiques ou sociales, les étudiants en journalisme et les nouveaux journalistes ont-ils la volonté de respecter un devoir de réserve lorsqu'ils interviennent en ligne ? Les usages que permettent les médias sociaux pourraient-ils contribuer à modifier le champ journalistique ? C'est ce à quoi nous nous intéresserons dans la prochaine section de ce mémoire.

#### 1.4 ÉTUDIANTS ET MÉDIAS SOCIAUX

Depuis le milieu des années 2000, les cohortes d'étudiants qui font leur entrée dans les écoles en journalisme se composent majoritairement de ce que Prensky qualifie de « natifs du numérique » (Prensky, 2001; Lynch, 2007). « Our students today are all "native speakers" of the digital language, of computers, video games and the Internet » (Prensky, 2001, p. 3). Étant des natifs du numérique, les étudiants en journalisme ont grandi avec Internet et, par le fait même, avec le Web social et les médias sociaux.

Appréhendant différemment la réalité, les natifs du numérique perçoivent et traitent l'information différemment que les générations précédentes (l'information prise dans son sens le plus large : message, renseignement, connaissances, etc.). Ils s'attendent à recevoir de l'information rapidement, en plus d'être favorables au multitâche. De manière générale, ils préfèrent lorsque l'information leur est présentée de manière interactive, plutôt que linéaire, et ils sont à l'aise dans un environnement connecté (Prensky, 2001). Les compétences numériques que possèdent les natifs du numérique au moment d'entrer dans une université ou une salle de rédaction pourraient mieux les préparer à occuper un poste de journaliste à l'ère du numérique (Lynch, 2007).

Les médias sociaux font partie intégrante du quotidien des natifs du numérique (Prensky, 2001). Une étude menée par le CÉFRIO en 2014 confirme l'immense popularité des médias sociaux auprès des jeunes internautes. Effectivement, l'ensemble des internautes âgés de 18 à 24 ans interrogés dans le cadre de l'enquête disait utiliser les médias sociaux. La quasi-totalité des internautes entre 25 et 34 ans affirmait aussi être présente sur ces plateformes (CÉFRIO, 2014). Les médias socionumériques et les usages qu'ils inspirent pourraient avoir modifié la manière dont les natifs du numérique entretiennent leurs relations amoureuses et amicales (van Dijck et Poell, 2013). Étant très actifs dans les médias sociaux, les natifs du numérique se tournent de plus en plus vers ces dispositifs lorsqu'ils prennent part à des mouvements de société, comme ce fût le cas lors des mobilisations étudiantes du printemps 2012 au Québec (Millette, 2013).

Contrairement aux journalistes professionnels, les étudiants en journalisme n'ont pas l'obligation de respecter les directives en matière de médias sociaux de leur employeur ou de se soumettre au guide de déontologie de leur fédération professionnelle. Après avoir amorcé leurs études, les étudiants sont toutefois rapidement confrontés aux réalités du métier de journaliste. Très tôt dans leurs parcours scolaires, ils sont appelés à respecter un devoir de réserve, notamment dans leurs activités en ligne. Étant, pour la plupart, des natifs du numérique (Prensky, 2001; Lynch, 2007) et ayant grandi avec des dispositifs qui, de par leur nature interactive et collaborative, encouragent l'expression d'opinions, est-il plus difficile, pour les étudiants en journalisme, de respecter un devoir de réserve ?

---

#### 1.4.1 LES ÉTUDIANTS EN JOURNALISME : DE NOUVEAUX AGENTS

Ce n'est pas seulement le rapport qu'entretiennent les étudiants en journalisme avec les médias sociaux qui est susceptible d'influencer la pratique journalistique, mais

aussi la position qu'ils occupent au sein du champ journalistique. Nous reviendrons plus en détail sur le concept de « champ journalistique » dans la section consacrée au cadre théorique de ce mémoire.

Le sociologue Pierre Bourdieu, qui a développé la théorie des champs, a porté une attention toute particulière aux nouveaux agents et aux impacts que ces derniers sont susceptibles d'avoir auprès des autres agents. Ayant été nouvellement admis au sein du champ journalistique, les étudiants en journalisme ont la possibilité d'agir soit comme force de changement ou de renforcement du statu quo (Benson et Neveu, 2005). Selon Neveu (2007), pour se faire une place à l'intérieur d'un champ, les nouveaux agents pourraient être contraints de se distancer par rapport aux journalistes qui sont déjà en poste. Il pourrait aussi être à leur avantage de développer de nouvelles plateformes médiatiques et d'adopter une voix éditoriale qui leur est propre (Neveu, 2007).

Étant de nouveaux joueurs à faire leur entrée au sein de la profession journalistique et étant, pour la plupart, actifs dans les médias sociaux, les étudiants en journalisme acceptent-ils les normes et les pratiques en vigueur au sein de la profession journalistique ? L'utilisation que les étudiants en journalisme font des médias sociaux modifie-t-elle leur perception des normes et des pratiques journalistiques traditionnelles ? L'usage qu'ils font des dispositifs du Web social constitue-t-il une menace au devoir de réserve ? En matière d'utilisation des médias socionumériques, ont-ils la volonté de repousser les limites que permettent les normes et les pratiques journalistiques ? Voilà précisément ce sur quoi se penchera ce projet de recherche.

## 1.5 QUESTION DE RECHERCHE

Comment les étudiants en journalisme, qui sont des natifs du numérique, perçoivent-ils l'impartialité journalistique et le devoir de réserve et dans quelle mesure s'y conforment-ils ?

## CHAPITRE II - CADRE THÉORIQUE

### 2.1 LA THÉORIE DES CHAMPS

Afin d'orienter notre réflexion quant aux impacts qu'est susceptible d'avoir l'utilisation des médias sociaux par les étudiants en journalisme sur la profession journalistique, notamment en ce qui a trait au respect du devoir de réserve, nous nous appuyerons d'abord sur la « théorie des champs » du sociologue Pierre Bourdieu<sup>2</sup>. Pour Bourdieu, la société est composée d'une multitude de champs, qui sont des sphères semi-autonomes et spécialisées qui structurent les activités sociales. Sans être complètement indépendants de l'univers social dans lequel ils s'inscrivent, les champs sont dotés de leurs propres caractéristiques et principes de fonctionnement (Benson et Neveu, 2005).

La théorie des champs nous permettra de nous questionner quant à l'influence des valeurs du Web social sur la pratique journalistique nord-américaine et, plus spécifiquement, sur la perception qu'ont les étudiants en journalisme des normes et pratiques journalistiques traditionnelles. À travers son modèle, Bourdieu met à notre disposition des outils permettant de s'intéresser autant aux structures du champ journalistiques qu'aux relations que s'y livrent les agents (Neveu, 2007). Par ailleurs, comme le souligne Russell (2012), dans le domaine du journalisme, le contexte médiatique actuel rend le recours à la théorie des champs plus pertinent que jamais. Alors que les médias sociaux prennent toujours plus d'importance au sein de la

---

<sup>2</sup> Certaines citations des sociologues français Pierre Bourdieu et Érik Neveu, incluses dans ce chapitre, sont en anglais. Pour ce projet de recherche, nous nous sommes appuyés sur un livre anglophone, *Bourdieu ans the Journalistic Field*, un ouvrage rassemblant plusieurs textes sur la théorie des champs appliquée au journalisme.

profession, de plus en plus d'individus et d'organisations sont en mesure d'influencer, directement ou pas, les normes et les pratiques censées guider le travail des journalistes (Russell, 2012). Misant sur une approche relationnelle, la théorie des champs permet d'observer comment tous ces agents interagissent entre eux et, plus globalement, comment le champ journalistique conjugue avec l'influence d'autres champs, comme le champ des relations publiques ou de la politique par exemple.

L'un des principaux avantages de recourir à la théorie des champs dans un contexte journalistique est qu'elle permet d'observer autant la structure du champ que ses pratiques et ses normes. Elle permet d'outrepasser les limites d'une approche binaire du type « structure sociale et agentivité » (Neveu, 2007). Bourdieu considère qu'il « existe dans le monde social des structures objectives et indépendantes de la conscience et de la volonté des agents qui sont capables d'orienter ou de contraindre leurs pratiques ou leurs représentations. » (Bourdieu, 1987, p. 147) Si le champ n'est pas un espace chaotique, il n'est pas non plus un espace totalement structuré et contraignant (Bourdieu, 1987). Les agents sociaux appréhendent plutôt activement le monde dans lequel ils évoluent. « Sans doute construisent-ils leur vision du monde. Mais cette construction est opérée sous contraintes structurales. » (Bourdieu, 1987, p.155)

Les champs sont des univers sociaux semi-autonome regroupant des agents et des institutions impliqués dans la production d'un même type de travail. « They [les champs] are the meso-level environments between the organizational and societal level that structure social action. » (Neveu, 2007, p. 336) En principe, il existe autant de champs que de domaines d'activité humaine : artistique, littéraire, religieux, scientifique, économique, bureaucratique et, bien entendu, journalistique (Neveu, 2007).

Pour le sociologue qu'est Bourdieu, le journalisme est donc un « espace social » parmi d'autres. « Le monde du journalisme est un microcosme qui possède ses propres lois et qui est défini par sa position dans le monde global, et par les attractions, les répulsions qu'il subit de la part des autres microcosmes. » (Bourdieu, 1996, p.44) Le champ journalistique s'est développé alors que le métier de journaliste s'est institutionnalisé et professionnalisé. « As long as techniques such as the interview, writing conventions such as the rule of the five W's, and professional beliefs such as objectivity or the Fourth Estate are not institutionalized and embodied as part and parcel of a professional identity, there is no journalism, nor a journalistic field. » (Neveu, 2007, p. 338)

Bien que les champs partagent entre eux des traits structurants équivalents, chacun possède des caractéristiques et des lois qui lui sont propres (Bourdieu, 1987). En abordant les activités du monde social du point de vue du champ, « on se donne le moyen de saisir la particularité dans la généralité, la généralité dans la particularité » (Bourdieu, 1987, p. 168). Ce modèle nous permet aussi d'aborder précisément le champ journalistique nord-américain qui, avec son approche factuelle, se distingue d'autres champs journalistiques, notamment celui français (Benson, 2005 ; Lefevre-Gonzalez, 2013)

Les champs sont des espaces résolument relationnels (Benson et Neveu, 2007 ; Russel, 2012 ; Bourdieu, 2005). Pour bien comprendre le journalisme, Bourdieu considère en effet qu'il est primordial de s'intéresser aux relations qu'entretiennent les divers agents impliqués dans le processus de production et de diffusion de l'information, que ce soit les journalistes eux-mêmes ou les entreprises de presse. « For Bourdieu, the key unit of analysis in media research was the universe of journalists and media organizations acting and reacting in relation to one another. » (Russell, 2012, p. 907) Pour exister et être reconnu dans un champ, les agents

doivent arriver à se différencier les uns par rapport aux autres. Ils le font généralement de manière inconsciente et sans visée stratégique (Benson et Neveu, 2005). D'ailleurs, non seulement les agents évoluant au sein d'un même champ tentent-ils de se différencier les uns des autres, mais ils sont aussi en compétition les uns par rapport aux autres, l'attention du public étant, à l'ère du Web social, sollicitée de toute part.

En participant aux activités se déroulant à l'intérieur d'un champ, les agents s'inscrivent dans des rapports de forces. « Fields are spaces of competition and therefore of alliances and co-operations between actors (individuals, cliques, companies, institutions). Within each field central social divisions exist between the establishment and outsiders, between economic or cultural elites.» (Neveu, 2007, p. 336) Il y a donc, dans chacun des champs, des dominants et des dominés (Bourdieu, 2006). «The agents react to these relations of forces, to these structures; they construct them, perceive them, form an idea of them, represent them to themselves, and so on. » (Bourdieu, 2005, p. 30)

À travers leurs interactions, les agents gagnent ou perdent divers types de propriétés, que Bourdieu nomme capital. Il en recense d'ailleurs différents types : « le capital économique, sous ses différentes formes, et le capital culturel, et aussi le capital symbolique, forme que revêtent les différentes espèces de capital lorsqu'elles sont perçues et reconnues comme légitimes » (Bourdieu, 1987, p. 152). Plus un agent possède de types de capital, plus le pouvoir qu'il est susceptible d'exercer à l'intérieur du champ sera grand (Barnard, 2014 ; Bourdieu, 1984 ; Bourdieu, 1987). De manière générale, « les agents sont distribués dans l'espace social global, dans la première dimension, selon le volume global du capital qu'ils possèdent sous différentes espèces et, dans la deuxième dimension, selon la structure de leur capital, c'est-à-dire selon le poids relatif des différentes espèces de capital » (Bourdieu, 1987,

p.153). Leurs actions sont déterminées par la position qu'ils occupent dans le champ et donc par la quantité et la nature du capital qu'ils possèdent.

D'un champ à l'autre, les divers types de capital peuvent gagner ou perdre en importance. « Each [champ] is governed by internal rules, and offers a particular economy of exchange and reward; at the same time, the general structures and basic internal oppositions of different fields are comparable, often homologous. » (Neveu, 2007, p. 336)

Dans le champ journalistique, les agents jouissant d'un fort capital culturel se retrouvent du côté le plus autonome du champ, c'est-à-dire du côté le moins perméable aux pressions externes. Les agents ou les institutions qui s'y retrouvent défendent les valeurs traditionnelles du journalisme en militant, entre autres choses, pour le respect du devoir de réserve. « The autonomous pole, the existence of which is often the result of long and complex struggles, could be defined as consisting of actors who are most dedicated to the values, skills and resources which allowed the field to become a social space different from other fields. » (Neveu, 2007, p. 337). Les journalistes évoluant au sein d'entreprises de presse nationales (ou d'élite) seraient parmi les plus fervents défenseurs du statu quo et des valeurs traditionnelles (Lasorsa et al., 2012). Au Québec, le quotidien *Le Devoir*, qui défend une vision traditionnelle de l'information axée notamment sur la valeur d'intérêt public, se situerait du côté le plus autonome du champ journalistique.

À l'inverse, les agents possédant une quantité moindre de ce type de capital se retrouvent du côté le plus hétéronome du champ. Ces derniers pourraient subir davantage de pressions provenant de forces extérieures au champ journalistique, notamment des forces économiques (Neveu, 2007). Ces pressions se manifestent entre autres choses par la guerre aux cotes d'écoute ou aux partages Facebook que se

livrent entre eux les médias d'information. La valeur d'un reportage ou d'une chronique ne se mesure plus nécessairement par le contenu, le style ou les qualités journalistiques de son auteur, mais par le nombre de gens atteints (Neveu, 2007). «Here, a columnist or an anchorman is a great journalist firstly because he/she reaches a large audience, whatever his/her style, depth of analysis, investigative skills.» (Neveu, 2007, p. 336) Sans surprise, les tabloïdes, comme *Le Journal de Montréal* au Québec, qui, pour des raisons commerciales, souhaitent rejoindre un large public, se retrouvent du côté hétéronome du champ journalistique.

Cette dichotomie entre « pure » et « impure » n'est pas exclusive au monde du journalisme. Il y a, dans tout champ de production culturelle, systématiquement deux courants qui s'opposent. « Each field thus structured around the opposition between the so-called heteronomous pole representing forces external to the field (primarily economic) and the autonomous pole representing the specific capital unique to that field (e.g., artistic or scientific skills). » (Benson et Neveu, 2005, p. 4)

Les agents dominants sont habituellement ceux possédant autant du capital culturel que du capital économique (Benson et Neveu, p. 4). En convertissant leur capital culturel en capital économique (et l'inverse), ces agents parviennent à amasser du capital symbolique et c'est grâce à ce dernier type de capital qu'ils parviennent à « légitimer leur dominance » vis-à-vis des autres agents (Benson et Neveu, 2005). Même si les agents avec moins de capital peuvent être perçus comme désavantagés par rapport aux joueurs les mieux établis et disposant d'un capital symbolique plus fort, ils acceptent les règles du jeu et les enjeux propres au champ (Bourdieu, 1987). Au moment de faire leur entrée dans le champ journalistique, les étudiants en journalisme, qui sont désavantagés par rapport aux agents détenant davantage de capital, acceptent ainsi de se soumettre à certaines règles de manière à s'assurer de pouvoir prendre part aux luttes et d'ainsi être reconnus par leurs pairs.

Bien que leurs actions soient circonscrites par les rapports de forces, les agents sont capables, même les moins avantagés, d'influencer, à l'intérieur des limites permises, la structure d'un champ (Bourdieu, 2005). Les agents tentent soit de transformer la structure des relations qui est propre au champ, soit de la préserver. L'un des principaux enjeux des luttes se déroulant à l'intérieur du champ journalistique pourrait bien concerner la définition même du champ et de ses limites, « c'est-à-dire de la participation légitime aux luttes » (Bourdieu, 1987). En refusant de reconnaître le travail que mène un blogueur ou en n'attribuant pas de valeur au contenu produit par un journaliste citoyen, les agents dominants du champ journalistique leur refusent « l'existence légitime » (Bourdieu, 1987). « Cela équivaut à l'exclure du jeu, l'excommunier. Cette exclusion symbolique n'est que l'envers de l'effort pour imposer une définition de la pratique légitime » (Bourdieu, 1987, p. 171).

Comme l'explique Bourdieu, lorsque la stratégie visant à restreindre l'accès au champ est réussie, elle peut assurer aux agents dominants «un pouvoir sur le capital détenu par tous les autres producteurs, dans la mesure où, à travers l'imposition d'une définition de la pratique légitime, c'est la règle du jeu la plus favorable à leurs atouts qui se trouve imposée à tous [...] c'est leur accomplissement qui devient la mesure de tous les accomplissements. » (Bourdieu, 1987, p. 171)

---

### 2.1.1 LES NOUVEAUX AGENTS

Pierre Bourdieu a porté une attention toute particulière aux nouveaux agents et aux impacts que ces derniers sont susceptibles d'avoir à l'intérieur d'un champ. Pour se faire une place au sein de la profession journalistique, les nouveaux agents doivent se différencier par rapport aux autres agents en adoptant, par exemple, une voix éditoriale qui leur est propre (Neveu, 2007). Ce n'est pas seulement le rapport qu'entretiennent les étudiants en journalisme avec les médias sociaux qui est

susceptible d'influencer la pratique journalistique, mais aussi la position qu'ils occupent au sein du champ journalistique.

Ayant été nouvellement admis au sein de la profession, les étudiants en journalisme ont la possibilité d'agir soit comme force de changement ou de renforcement du statu quo (Benson et Neveu, 2005). Selon Bourdieu, les nouveaux agents contribuent à métamorphoser le champ ou à maintenir l'ordre établi. D'ailleurs, faisant face à une concurrence toujours plus importante en provenance du Web, les journalistes et les entreprises de presse pourraient miser sur la stabilité et être tentés de « réaffirmer leur pertinence et leur singularité, notamment à travers le respect de règles déontologiques censées garantir la production et la diffusion d'une information fiable et objective » (Carbasse, 2012, p. 212).

Le rapport entre le nombre de nouveaux entrants et le nombre de postes disponibles est signifiant. Lorsqu'il y a beaucoup d'appelés, mais peu d'élus, les forces stabilisatrices supplantent généralement celles favorisant une révolution dans les pratiques et les normes en vigueur au sein d'une profession. À l'inverse, lorsque le nombre de postes disponibles est plus important que le nombre de candidats, les forces de changement ont plus de chances de triompher (Neveu, 2007). C'est d'ailleurs ce qui pourrait expliquer que le journalisme soit perçu comme étant un milieu relativement stable. «Increased competition scare jobs may make journalists more cautious and conformist, contributing to simple reproduction of the field.» (Benson et Neveu, 2005, p. 6)

Au moment de faire leur entrer dans le champ journalistique, les nouveaux agents sont susceptibles de se butter à une résistance de la part des autres agents. Les agents appartenant au côté le plus autonome du champ pourraient percevoir les nouveaux agents comme une force capable de transformer le champ et ils pourraient tenter de

leur imposer leurs normes et pratiques afin de maintenir la structure du champ intacte (Tandoc JR, Jenkins, 2015).

L'exemple de la blogosphère offre un éclairage intéressant. De par le discours critique qu'ils tenaient par rapport au journalisme traditionnel, les blogueurs étaient perçus avec une certaine méfiance par les agents du champ journalistique. Or, ils sont aujourd'hui perçus comme une force de maintien du statu quo, bien plus qu'une force révolutionnaire, les blogueurs semblant avoir adopté les mêmes normes et valeurs journalistiques que leurs cousins journalistes (Tandoc JR, Jenkins, 2015; Singer, 2005). Qui plus est, les journalistes pourraient s'être approprié la blogosphère en l'intégrant à leur propre système de valeurs (Singer, 2005).

---

### 2.1.2 L'EXEMPLE DE BUZZFEED

Les étudiants en journalisme ne sont pas les seuls nouveaux agents susceptibles d'influencer et de métamorphoser le champ journalistique. Dans l'histoire récente du journalisme, BuzzFeed, une plateforme de nouvelles en ligne lancée en 2006, a fait une entrée remarquée dans le champ journalistique. Étant, au même titre que les étudiants en journalisme, un nouvel agent, BuzzFeed avait la possibilité, suivant sa création, d'agir comme force de changement ou de maintien du statu quo. Au départ perçu comme appartenant au côté le plus hétéronome du champ, BuzzFeed est parvenu à modifier son image et à se repositionner par rapport aux autres agents du champ journalistique (Tandoc Jr et Jenkins 2015 ; Kaufman 2013).

Le développement de BuzzFeed s'inscrit dans un processus de «popularisation» du champ journalistique, entrepris après la Seconde Guerre mondiale, qui est marqué par une multiplication des publications de type tabloïd présentant des contenus faciles à lire et souvent sensationnalistes (Tandoc JR et Jenkins, 2015). La création de

BuzzFeed est aussi survenue alors que le Web social gagnait en popularité. Son succès repose en grande partie sur les réseaux sociaux: environ 75% de son trafic provient des réseaux sociaux, Facebook principalement (Tandoc JR et Jenkins, 2015 ; BuzzFeed, 2017)

Comme les étudiants en journalisme, BuzzFeed a « grandi » avec les médias sociaux et pour se différencier des autres joueurs, le site de nouvelles pourrait avoir adopté une voix éditoriale qui lui est propre. BuzzFeed pourrait contribuer à briser le statu quo et participer à la métamorphose du champ journalistique. D'ailleurs, les rapports que le site de nouvelles entretient avec le Web social pourraient influencer le champ journalistique dans son ensemble. En se joignant à BuzzFeed, le rédacteur en chef Ben Smith a expliqué vouloir contribuer à la création de la première entreprise de presse purement « sociale » qui serait adaptée aux besoins des lecteurs/internautes qui se tournent de plus en plus vers les médias sociaux pour s'informer (Smith, 2011). « BuzzFeed has been clear about its strategy: Publish items that people want to share on social media. It called Facebook the “new ‘front page’ for the Internet. » (Smith, 2011)

S'il s'est d'abord fait connaître pour ses contenus insolites (listes humoristiques et vidéos de chats), le site de nouvelles a entrepris, au cours des dernières années, un virage vers un journalisme plus « sérieux », en embauchant des journalistes jouissant d'une bonne réputation et d'un capital symbolique fort. En 2011, BuzzFeed a recruté Ben Smith, autrefois blogueur au média en ligne *Politico*. Le journaliste avait pour objectif de créer une branche au sein de l'entreprise de presse dédiée au journalisme « sérieux ». En 2013, Mark Schoofs, récipiendaire d'un prix Pulitzer en 2000, a pour sa part été nommé à la tête de la section d'enquête (Kaufman, 2013). En se tournant vers le journalisme politique et le journalisme d'enquête, la plateforme de nouvelles a utilisé ses ressources économiques pour produire des contenus journalistiques de

«qualité». BuzzFeed a donc transformé son capital économique en capital culturel. Cette stratégie a permis à l'entreprise de presse de se positionner en tant que joueur incontournable du champ journalistique (Benson et Neveu, 2012 ; Tandoc JR et Jenkins, 2015).

Sur son site Web et dans les médias sociaux, BuzzFeed publie des contenus de tous genre; les articles journalistiques sérieux côtoient les contenus humoristiques et les contenus commandités, ces derniers offrant une alternative au modèle publicitaire précaire des médias traditionnels (Tandoc JR et Jenkins, 2015). Témoins de la popularité de BuzzFeed, les médias traditionnels pourraient être tentés d'en imiter certaines caractéristiques et certains types de contenus faisant partie de l'ADN de BuzzFeed, comme les listes humoristiques (Tandoc JR et Jenkins, 2015). Comme Bourdieu l'a fait remarquer, les divers agents s'observent entre eux et accordent beaucoup d'importance à ce que les autres font afin d'orienter leur propre travail. «Personne ne lit autant de journaux que les journalistes», disait Bourdieu (Bourdieu, 2008, p. 24). Non seulement les journalistes et les entreprises de presse s'influencent-ils les uns les autres, mais cette influence pourrait s'intensifier alors que les nouveaux agents sont de plus en plus nombreux à faire leur entrée dans le champ journalistique (Tandoc Jr et Jenkins, 2015).

En outre, il est encore trop tôt pour véritablement mesurer l'impact qu'aura BuzzFeed à long terme sur la pratique du métier de journaliste et sur le champ journalistique lui-même. Si, de par le type de contenus qu'il publie, le site de nouvelles en ligne pouvait contribuer à métamorphoser le champ journalistique, il pourrait plutôt avoir participé au maintien du statu quo. En plus de s'être tourné vers un journalisme plus «sérieux», BuzzFeed se serait conformé aux normes et valeurs journalistiques traditionnelles, comme l'impartialité journalistique (Tandoc Jr et Jenkins, 2015). Dans un même ordre d'idées, les étudiants en journalisme, qui sont natifs du

numérique, contribueront-ils à métamorphoser le champ journalistique ou adopteront-ils les normes et valeurs traditionnelles, contribuant au maintien du statu quo du champ journalistique?

---

### 2.1.3 HABITUS

Le concept d'habitus, lui aussi développé par Bourdieu, est directement lié à celui de champ. « [L'habitus] est à la fois un système de schèmes de production des pratiques et un système de schèmes de perception et d'appréciation des pratiques (...), mais elles ne sont immédiatement perçues comme telles que pour des agents qui possèdent le code, les schèmes classificatoires nécessaires pour en comprendre le sens social. » (Bourdieu, 1987, p. 157) Comme l'explique Bourdieu, l'habitus est un système de dispositions durables et transposables permettant d'encadrer les activités se déroulant à l'intérieur du champ. « [It's a] system of predispositions, a matrix of schemes, judgements and behaviours, and thus an organizing principle of practices. Habitus is simultaneously the result of primary and secondary socializations and thus rarely stable and unified » (Neveu, 2007, p. 339). Bourdieu le qualifie de « structure structurante » (Benson et Neveu, 2005). L'habitus permet aux joueurs impliqués dans la réalisation d'une activité sociale ou professionnelle d'avoir ce que Barnard qualifie de « feel for the game » (Barnard, 2014). « Si le monde social tend à être perçu comme évident (...) c'est parce que les dispositions des agents, leurs habitus, c'est-à-dire les structures mentales à travers lesquelles ils appréhendent le monde social, sont pour l'essentiel le produit de l'intériorisation des structures du monde social.» (Bourdieu, 1987, p.155)

L'habitus prédispose les journalistes à aborder leur métier d'une certaine manière (Bourdieu, 1990). « Habitus is a socialized subjectivity (...) the notion of habitus expresses a reasonable hypothesis: that individual's predispositions, assumptions,

judgments, and behaviours are the result of a long-term process of socialization, most importantly, in the family, and secondarily, via primary, secondary, and professional education. » (Benson et Neveu, 2005, p. 3) Dans les écoles de journalisme, les étudiants sont socialisés de telle sorte que leur habitus se transforme afin de s'adapter à celui en vigueur dans le champ journalistique. Considérant qu'une proportion importante des nouveaux agents à faire leur entrée dans le champ journalistique sort tout droit des écoles de journalisme, la formation des journalistes pourrait être comprise comme un processus de transformation de l'habitus (Neveu, 2007). Dans les écoles de journalistes, les étudiants apprennent à traiter et à livrer l'information en adoptant des techniques de rédaction et de présentation des faits et adoptent une série de valeurs et de normes qui sont propres au champ journalistique nord-américain (Benson, 1999).

L'habitus journalistique n'est pas interchangeable. Étant intimement lié aux nouvelles technologies et à l'utilisation qu'en font les agents, le champ journalistique s'est adapté, à certains égards, aux technologies numériques (Barnard, 2014). Au-delà de l'influence qu'ont pu exercer les sphères politique et économique au fil des ans sur le métier de journaliste, des facteurs technologiques ont aussi joué un rôle transformateur sur le champ et sur les relations que s'y livrent les agents (Neveu, 2007).

Des études montrent que les médias sociaux (Twitter tout particulièrement) font maintenant partie intégrante de l'habitus journalistique (Lasorsa et al., 2012). Ces dispositifs ont contribué à instaurer ce que Barnard qualifie d'« habitus hybride » (Barnard, 2014). « Thus, whether it is through a shift in structural relations with other organizations or fields, or through a shift in micro- and -mezzolevel journalistic practices themselves, technology is a key factor in the radical changes occurring in the journalistic field » (Barnard, 2014, p. 3). Bien que les compétences journalistiques

traditionnelles demeurent essentielles, il semble que les journalistes soient contraints d'acquérir des compétences numériques reposant sur les valeurs du Web social : interactivité, connectivité, expressivité, etc. (Barnard, 2014).

---

#### 2.1.4 COMMUNAUTÉ INTERPRÉTATIVE

Le concept de communauté interprétative nous paraît également utile dans le cadre de ce projet de recherche qui vise à comprendre comment les étudiants et les diplômés en journalisme, qui sont des natifs du numérique, perçoivent l'impartialité journalistique et le devoir de réserve et dans quelle mesure ils s'y conforment. En jetant un éclairage nouveau sur les manières dont s'articulent les relations entre les agents impliqués dans la production de l'information, la théorie de communauté interprétative appliquée au journalisme, combinée au concept d'habitus développé par Bourdieu, pourrait en effet nous permettre de mieux comprendre comment les journalistes en viennent à adopter certaines normes et pratiques et à les appliquer au quotidien.

D'après le concept de communauté interprétative, le journalisme est défini par la manière dont les journalistes parlent d'eux-mêmes et se regroupent autour d'un sens commun. D'abord appliqué à la linguistique, le concept de communauté interprétative soutient que la manière dont un texte est interprété et compris par un lecteur dépend non pas du texte lui-même, mais de l'expérience personnelle du lecteur (Mourao, 2014). Un lecteur interprètera un texte à l'intérieur des frontières de sa propre communauté interprétative (Mourao 2014).

Barbie Zelizer, qui a adapté le concept original au milieu journalistique, avance que les journalistes adhèrent à une communauté qui s'articule autour de discours communs créés à partir d'évènements marquants de la vie publique, comme le

scandale du Watergate aux États-Unis (Zelizer 1993; Mourao 2014). La profession journalistique pourrait être comprise comme une «communities that arise from informal associations constructed around shared interpretations.» (Zelizer 1993, p. 223)

Selon Zelizer, les journalistes s'échangent des discours par le biais d'interactions informelles qui peuvent prendre diverses formes : discussions, réunions professionnelles, interviews à la télévision, etc. (Zelizer 1993, Brüggemann et Engesser 2014). « They may be connected by reading the same newspaper, watching the same TV channel, or following the same Twitter accounts. » (Brüggemann et Engesser 2014, p. 402) À travers ces interactions, les journalistes parviennent à assimiler, souvent de manière inconsciente, les normes et les pratiques qui sont en vigueur à l'intérieur du champ et à saisir les limites à l'intérieur desquelles ils peuvent exercer leur métier.

De manière plus précise, Zelizer explique que les journalistes interprètent de la même manière certains événements clés de l'histoire. C'est d'ailleurs autour de discours qu'ils tiennent par rapport à ces événements marquants que les journalistes se rassemblent en tant que communauté. «Journalists (...) come together by creating stories about their past that they routinely and informally circulate to each other – stories that contain certain constructions of reality, certain kinds of narratives, and certain definitions of appropriate practice.» (Zelizer 1993, p. 223) Les journalistes différencient la bonne pratique de la mauvaise et évaluent leur travail et celui de leurs collègues à travers ces discours communs. «Journalists become involved in an ongoing process by which they create a repertoire of past events that is used as a standard for judging contemporary action.» (Zelizer 1993, p. 223 et 224)

Les médias socionumériques, Twitter tout particulièrement, offrent aux journalistes un tout nouveau lieu d'échanges où il est possible de réfléchir sur leur profession. La technologie influence en ce sens non pas seulement la pratique quotidienne, mais aussi les manières dont les agents échangent sur leur métier. Les conversations que tiennent les journalistes sur des plateformes numériques comme Twitter constituent des canaux informels de réseautage s'apparentant aux communautés interprétatives telles que les a définies Zelizer et pourraient servir de lieu de «community building» pour les journalistes (Zelizer 1993; Mourao 2014). Les médias sociaux étant publics, les discours qu'y tiennent les journalistes (discussions qui avaient autrefois lieu derrière des portes closes) deviennent accessibles au plus grand nombre. « Interpretative community discourses and previously private backstage behaviours were found in tweets in which journalists talked to each other about their work; gave opinions about political processes, institutions, and actors involved; and used humour. » (Mourao, 2014, p. 1119)

En outre, les concepts d'habitus et de communauté interprétative sont, d'après nous, intimement liés, voire même complémentaires. L'habitus journalistique pourrait, en partie du moins, se forger via cette communauté interprétative, cette dernière contribuant, au même titre que la formation, à la socialisation des agents évoluant à l'intérieur du champ journalistique. Pour reprendre les termes de Bourdieu, les journalistes pourraient partager les schèmes de production et de perception nécessaires à la pratique du métier de journaliste via cette communauté interprétative. Les discours sur le métier de journaliste que tiennent entre eux les agents impliqués dans la production de l'information pourraient également contribuer à la socialisation des agents. En comprenant le journalisme sous l'angle de la communauté interprétative, les discours que partagent entre eux les journalistes pourraient jouer un rôle central dans la construction et le maintien d'une identité professionnelle et dans le partage des normes et pratiques en vigueur à l'intérieur du champ journalistique.

## 2.2 MÉDIAS SOCIAUX : UNE MENACE AU DEVOIR DE RÉSERVE?

Comme il en a déjà été question dans ce mémoire, le Web social occupe une place centrale à l'intérieur du champ journalistique. Les médias traditionnels ont investi massivement et avec enthousiasme les médias socionumériques, ces derniers faisant maintenant partie de l'identité professionnelle des journalistes et de l'habitus journalistique (Hermida, 2012a; Barnard, 2014). Les médias sociaux, qui font partie intégrante des pratiques liées à la profession journalistique, pourraient même avoir modifié le rapport qu'entretient le public avec l'information. «Media organizations around the world have enthusiastically embraced social media as a way to distribute news and connect with audiences.» (Hermida, 2012a, p. 309) La montée en puissance des médias sociaux forcerait les entreprises de presse à s'adapter à cette nouvelle réalité où la diffusion de l'information n'appartient plus à groupe restreint de joueurs (van Dijck et Poell, 2013).

De manière générale, les journalistes reconnaissent l'utilité que sont susceptibles d'avoir les médias sociaux dans la pratique de leur métier (Carbasse, 2012, Hermida, 2012a, Lasorsa et al., 2012). La FJPQ les perçoit comme «un nouvel outil journalistique, invitant à l'exploration d'avenues inédites» et comme «une opportunité inédite d'enrichir le débat public» (FPJQ, 2010). Les Normes et pratiques journalistiques de Radio-Canada abondent dans le même sens : «Les médias sociaux tels que Twitter, Facebook et Flickr peuvent être un outil puissant et important pour le travail journalistique, tant pour la collecte d'informations que pour leur diffusion» (SRC, 2010).

Le site de microblogage Twitter s'est d'ailleurs démarqué des autres dispositifs du Web social auprès des journalistes qui sont très nombreux à l'avoir adopté. En favorisant la transparence dans le processus de production de l'information, en

facilitant la diffusion de l'information auprès d'un large public et en donnant accès aux journalistes à de nouvelles sources, les médias sociaux peuvent s'inscrire dans ce que Carbasse qualifie de « régénération d'un journalisme de qualité » (2012, p. 206).

Les dispositifs du Web social facilitent, en théorie du moins, la participation des citoyens dans l'observation, la sélection, la distribution et l'interprétation des événements (Hermida, 2012). « Web 2.0 technologies empower users to interact with each other, and participate and collaborate in the making of media, rather than just consuming media. » (Hermida, 2012a, p. 311).

Si une forme de participation du public dans la production de l'information a toujours existé, les technologies du Web social offrent de nouvelles possibilités au public d'implication dans la production de contenus médiatiques (Hermida, 2012a; Coutant et Stenger, 2012). Ces possibilités inédites quant à la participation des internautes pourraient contribuer à redessiner les frontières séparant producteurs et consommateurs (Hermida, 2010; Hermida, 2012a ; Lasorsa et al., 2012 ). En ce sens, « rather than talking about media producers and consumers occupying separate roles, we might now see them as participants who interact with each other according to a new set of rules that none of us fully understands.» (Jenkins, 2006, p. 3)

En plus de favoriser la participation du public, les médias sociaux ont contribué à modifier la nature de la relation qu'entretiennent les journalistes avec le public. Les médias socionumériques encouragent l'interactivité et la connectivité de ses usagers, tout en misant sur une approche plus personnalisée (Carbasse, 2012; Proulx et al., 2012). Si, pour respecter leur devoir de réserve, les journalistes évitaient de se prononcer sur des questions sociales ou politiques, cela semble de moins en moins possible dans le contexte de Web social. «In order to achieve this objectivity, journalists often avoided personal involvement, especially in politics. Social media,

however, take down the curtain by allowing both sources and readers to interact with the journalist. » (Molyneux, 2014)

L'usage que font les journalistes des médias sociaux pourrait remettre en question la capacité des journalistes à préserver leur apparence d'impartialité, et ce, même si l'impartialité demeure une valeur centrale à la pratique du métier de journaliste. (FPJQ, 2010; SRC, 2010). La présence des journalistes dans les médias sociaux remet en question leur capacité à maintenir un « effacement neutre » par rapport aux événements et aux acteurs qui marquent l'actualité (Carbasse, 2012). Les journalistes ont maintenant la possibilité de publier, dans Twitter ou Facebook, des contenus de tout genre : des nouvelles de dernière heure, en passant par les détails anodins du quotidien (Lasorsa et al., 2012). En étant actifs dans Twitter, les journalistes peuvent s'adresser à une vaste communauté d'internautes qui dépasse largement les cercles sociaux traditionnels. Il est maintenant possible de communiquer n'importe quoi, n'importe quand et à n'importe qui.

*Such life-sharing on Twitter is significant in part because it is so public (by default), and therefore far more accessible to the outside world, beyond friends and family connected to an individual journalist on a social networking site like Facebook. In this sense, Twitter offers a unique environment in which journalists are free to communicate virtually anything to anyone, beyond many of the natural constraints posed by organizational norms or social networking "friendship" barriers (Lasorsa et al., 2012, p. 6).*

En intervenant personnellement dans les médias sociaux, les journalistes ont donc la capacité de s'adresser directement à leur public et d'entretenir une relation avec les internautes (Molyneux, 2014). Ces nouvelles possibilités peuvent remettre en question la capacité des journalistes à respecter un devoir de réserve. Par ailleurs, des études ont montré que les journalistes s'offrent une plus grande liberté dans les médias socionumériques que dans les médias traditionnels (Lasorsa et al., 2012). Le

cas de Véronique Dubé, cette journaliste de Radio-Canada au Saguenay-Lac-Saint-Jean, en constitue un bel exemple.

### 2.3 DE L'OBJECTIVITÉ À L'IMPARTIALITÉ

En Amérique du Nord, le public s'attend généralement à ce que les journalistes s'imposent un devoir de réserve afin de préserver leur apparence d'impartialité. Or, comme il en a été question dans la section précédente, la nature même des médias sociaux remet en question la capacité des journalistes à maintenir un tel recul et un tel effacement neutre. En effet, les médias sociaux permettent aux journalistes de s'adresser plus directement et plus personnellement aux internautes et à leur public. En étant actif dans les médias sociaux, le public a quant à lui la capacité (théorique du moins) de s'impliquer plus activement dans le processus de production et de diffusion de l'information.

En s'imposant un devoir de réserve, le journaliste protège son apparence d'impartialité et s'assure que le travail qu'il produit soit perçu comme étant le plus «objectif» et le plus impartial possible. Si le terme controversé d'objectivité a été évincé de nombreux guides (il n'est jamais mentionné dans le Guide de déontologie de la FPJQ), l'idée de livrer une information de manière neutre et objective, elle, demeure vivante (FPJQ, 2010 ; SRC, 2010; Russell, 2013).

Une simple lecture du Guide de déontologie de la FPJQ permet de le constater. Ce dernier souligne que les journalistes fondent leur travail sur certaines valeurs essentielles, comme «l'impartialité qui leur fait rechercher et exposer les divers aspects d'une situation» (FPJQ, 2010). Les Normes et pratiques journalistiques du Service de l'information de Radio-Canada rappellent également aux journalistes à l'emploi de la société d'État qu'ils ne doivent pas défendre «un point de vue

particulier dans les questions qui font l'objet d'un débat public », mais plutôt fonder leur travail « sur des faits et sur l'expertise » (SRC, 2010).

Cette volonté de livrer une information qui soit la plus neutre possible n'a toutefois pas toujours été la norme au sein de la profession journalistique. Pour que les journalistes en viennent à s'imposer un devoir de réserve afin de préserver leur apparence d'impartialité auprès du public et des acteurs de l'actualité, la norme d'objectivité a dû s'imposer à l'intérieur du champ.

Le principe d'objectivité amène les journalistes à séparer les faits de leurs opinions et de leurs émotions au moment de rendre compte d'une histoire (Schudson, 2001; Chalaby, 1998), «In essence, reporting is a fact-centred discursive practice.» (Chalaby, 1998, p. 128) C'est d'ailleurs en livrant une information perçue comme impartiale que le champ journalistique nord-américain a pu se distinguer d'autres champs comme celui des relations publiques ou de la communication politique (Schudson, 2001). Pour Schudson, qui s'est intéressé à l'émergence de la norme d'objectivité dans les salles de nouvelles, l'objectivité constitue un principe complexe regroupant à la fois un idéal moral (éthique), un ensemble de pratiques visant à rapporter l'information et une forme particulière d'écriture journalistique (Schudson, 2001).

Cette volonté de présenter l'information de manière objective se manifeste de diverses manières. Les journalistes y prêtent d'abord allégeance. Ensuite, des travaux ethnographiques menés dans des salles de nouvelle ont démontré que la routine de travail des journalistes est conçue de telle sorte à leur permettre de présenter l'information de manière objective. De nombreux journalistes démontreraient aussi de la résistance lorsque cette idée de présenter l'information de manière « objective » est remise en question (Schudson, 2001).

Le passage de la partisanerie à l'objectivité dans la pratique du métier de journaliste est souvent attribué à des facteurs technologiques et commerciaux : l'invention du télégraphe et le souci de rentabilité des éditeurs (Schudson, 2001). « The notion that the move from partisanship to objectivity was economically motivated is widely believed but nowhere justified. » (Schudson, 2001, p. 160) Pour Schudson, ces deux facteurs ne peuvent expliquer à eux seuls que les journalistes aient collectivement adopté cette norme et qu'ils en soient de fervents défenseurs. « Remember that what is at issue is not only a new style of prose but the self-conscious articulation of rules with moral force that direct how that prose shall be written and provide a standard of condemnation when the writing does not measure up.» (Schudson, 2001, p. 159)

Le désir de présenter l'information la plus objective possible résulterait d'un long processus d'acceptation et d'appropriation s'étant réalisé à divers moments à l'intérieur du champ journalistique (Schudson, 2001). Armande Saint-Jean, qui a réalisé une étude sur l'éthique de l'information au Québec, abonde dans le même sens. Elle considère que l'éthique journalistique subit « l'influence directe des événements qui constituent le contexte politique, économique, social, culturel dans lequel l'information joue un rôle central. » (Saint-Jean, 2002, p. 25). Alors que la société évolue et progresse, les journalistes en viennent à se questionner quant à leur métier et à remettre en question leurs façons de faire.

*C'est à un moment historique précis que les journalistes se posent des questions quant à leurs pratiques professionnelles, leur rôle, leur fonction ; l'analyse doit par conséquent également comporter une dimension à la fois historique et sociologique afin d'étudier ces questions d'éthique dans leur contexte. (Saint-Jean, 2002, p. 25)*

L'éthique journalistique s'appuie donc sur une multitude de facteurs qui influencent directement – ou pas – le champ journalistique (Saint-Jean, 2002). Ainsi, certains facteurs ont dû s'installer au sein de la communauté journalistique et dans la société

pour que réussisse à s'imposer l'objectivité. Les journalistes ont dû revendiquer une certaine indépendance vis-à-vis de leurs employeurs, ce qu'ils ont fait entre la fin du XIXe siècle et la Première Guerre mondiale. Cette distanciation aurait permis aux journalistes de se tourner vers l'objectivité et d'ainsi se distancier des partis politiques soutenus par leurs employeurs (Schudson, 2001). Comme le souligne Chalaby (2001), les entreprises de presse ont elles aussi dû acquérir de l'autonomie par rapport aux partis politiques pour que s'implante l'objectivité au sein de leurs salles de rédaction.

Avant de se tourner vers l'objectivité, les journalistes ont également dû initier une véritable discussion sur leur travail et sur leur profession. « Only with these developments were there the social, organizational and intellectual foundations for institutionalizing a set of journalistic practices to give 'objectivity' force. » (Schudson, 2001, p. 160) En favorisant l'objectivité plutôt que la partisanerie, les journalistes en sont venus à placer l'intérêt du public au centre de leurs préoccupations et de leurs motivations professionnelles (Schudson, 2001). Le contexte politique a aussi joué un rôle central (Chalaby, 1998, Schudson, 2001). « In conclusion, factor interne and external to the journalistic field induced British and American Journalists to adopt "objectivistic" discursive practices and to put forward claim to impartiality. » (Chalaby, 1998, p. 140)

Comme il en a déjà été question, la notion d'objectivité, qui amène les journalistes à séparer les faits de leurs opinions et à donner une image qui soit la plus fidèle possible de la réalité, provoque un certain malaise au sein de la communauté journalistique (St-Jean, 2002). L'objectivité serait perçue comme illusoire et inatteignable. La volonté de livrer une information neutre et impartiale demeure pourtant bien vivante. Comme c'est le cas dans le Guide de déontologie de la FPJQ, le concept d'impartialité est souvent préféré à celui d'objectivité. La norme

d'impartialité commande aux journalistes de mettre leurs opinions de côté lorsqu'ils produisent un reportage. «Aucune interprétation de la part du journaliste ne doit contaminer le texte, en somme, et les commentaires doivent provenir de sources.» (Bernier, 2010, p. 313) Un journaliste qui se conforme à l'impartialité journalistique évitera également de se placer en situation de conflits d'intérêts (SRC, 2010 ; FPJQ, 2010). Pour garder une apparence d'impartialité aux yeux du public, les journalistes s'imposent un devoir de réserve, tant dans l'exercice de leurs fonctions que dans leur vie personnelle (lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux, par exemple).

Si l'impartialité journalistique demeure une valeur centrale au sein de la profession journalistique, il importe de se questionner à savoir si les étudiants en journalisme et les jeunes journalistes souhaitent toujours s'imposer un devoir de réserve. Étant des natifs du numérique et de fervents utilisateurs des médias sociaux, des dispositifs qui encouragent l'expression d'opinions, comment perçoivent-ils le devoir de réserve et dans quelle mesure s'y conforment-ils ? À cet égard, dans la prochaine section de ce mémoire, nous examinerons les mécanismes qui ont été mis en place par la communauté journalistique afin d'encadrer la présence des journalistes dans les médias sociaux et protéger la valeur d'impartialité.

## 2.4 ENCADRER LA PRÉSENCE DES JOURNALISTES DANS LES MÉDIAS SOCIAUX

Comme nous l'avons vu, les médias sociaux font maintenant partie intégrante de la pratique du métier de journaliste. Si les médias sociaux peuvent être perçus comme bénéfiques à la profession, ils soulèvent des inquiétudes de nature déontologique. Alors que l'impartialité demeure une valeur incontournable, l'usage que font les journalistes des médias sociaux pourrait remettre en question leur capacité à respecter un devoir de réserve et à garder une apparence d'impartialité auprès du public.

En intervenant dans les médias socionumériques, les journalistes pourraient être à la recherche d'un équilibre entre, d'une part, le caractère interactif et personnalisé de ces dispositifs et, d'autre part, leurs normes et les valeurs journalistiques. En reproduisant la logique des médias traditionnels et en y joignant une forme d'interactivité qui est propre au Web social, le site de microblogage Twitter témoigne de cette hésitation (Carbasse, 2012).

*En tant que réseau social qui n'exige pas de réciprocité dans les relations entre ses usagers, Twitter participe à la fois à la reproduction de rapports verticaux où certains individus auront assez de notoriété pour diffuser vers un large bassin d'abonnés, mais également à la création de rapports horizontaux d'échanges entre pairs. (Carbasse, 2012, p. 205)*

L'une des grandes questions que soulève la présence en ligne des journalistes est de savoir si ces derniers doivent s'adapter aux valeurs du Web social ou s'ils doivent circonscrire leur utilisation des médias socionumériques à l'intérieur de leur propre système normatif (Carbasse, 2012). Les journalistes doivent-ils s'adapter aux valeurs qui sont mises de l'avant par l'idéologie du Web social ou doivent-ils plutôt réaffirmer leur adhésion aux normes grâce auxquelles le champ journalistique a pu s'imposer?

Bien qu'encourageant les journalistes à être actifs dans les médias sociaux (Lasorsa et al., 2012), les entreprises de presse et les organismes professionnels, comme la FPJQ, se sont affairés, au cours de la dernière décennie, à encadrer la présence en ligne des journalistes (Carbasse 2012; FPJQ, 2010; SRC, 2010). Au cours des dernières années, les médias sociaux et leur usage ont fait leur apparition dans les divers guides de déontologie journalistique. L'automne 2010 a été le théâtre d'une « vague de “clauses de réseaux sociaux” visant à mettre à jour les codes de déontologie des principales institutions du journalisme au Québec » (Carbasse, 2012, 209).

Un simple regard porté à ces divers guides de déontologie suffit pour constater que le champ journalistique emprunte davantage la voie de la normalisation, visant à protéger les grands idéaux journalistiques, que celle de l'adaptation au Web social (Carbasse 2012; Lasorsa, 2012). Depuis l'ascension des médias sociaux à l'intérieur du champ journalistique, « la profession tente de revisiter les anciens idéaux professionnels d'objectivité, d'impartialité et d'indépendance, pour les renforcer ou les ajuster aux nouvelles modalités d'interaction en ligne. » (Carbasse, 2012, p. 209)

Dans son Guide de déontologie, la FPJQ incite les journalistes à exercer « le même discernement dans l'utilisation des médias sociaux que dans l'ensemble de leur pratique. Ils doivent s'assurer de toujours être en mesure d'expliquer leur démarche journalistique » (FPJQ, 2010). Pas question de livrer des propos dans les médias sociaux qu'on ne livrerait pas sur d'autres plateformes.

*La nature sociale de ces réseaux implique que chaque propos qui y est échangé peut devenir public, malgré la possibilité de paramétrer les réglages de confidentialité. En conséquence, les journalistes ne doivent pas tenir dans les médias sociaux des propos qu'ils ne tiendraient pas en ondes ou dans leur publication. (FPJQ, 2010)*

Pour la FPJQ, les balises mises de l'avant dans le guide de déontologie demeurent donc « valides, voire plus pertinentes » lorsque les journalistes interviennent dans les médias sociaux (FPJQ, 2010). Dans Internet, comme sur les plateformes traditionnelles, la FPJQ recommande à ses membres d'éviter « tout comportement, engagement ou fonction qui pourraient les détourner de leur devoir d'indépendance, ou semer le doute dans le public » (FPJQ, 2010).

Peu importe la plateforme, les journalistes de Radio-Canada doivent demeurer fidèles aux normes et pratiques de la Société d'État. « Nous ne diffusons pas sur des réseaux sociaux des informations que nous ne diffuserions pas à l'antenne ou sur notre site

Internet. » (SRC, 2010) Ils doivent respecter les mêmes normes, et ce, peu importe la nature des usages qu'ils font de ces plateformes. « Dans nos activités privées dans les médias sociaux, (...) nous respectons les politiques institutionnelles relatives à l'utilisation de médias sociaux (...) Nous honorons notre devoir de réserve professionnelle et nous ne faisons rien qui puisse nuire à la réputation de Radio-Canada. » (SRC, 2010) Comme le recommande la FPJQ, un journaliste radio-canadien « ne devrait jamais tenir dans les médias sociaux des propos qu'il ne tiendrait pas en ondes ou dans sa publication » (SRC, 2010). Dans un même ordre d'idées, pour le Conseil de presse du Québec, « le « cyberjournalisme » ne diffère pas, quant à sa substance et à sa raison d'être, d'un journalisme plus traditionnel, qu'il soit écrit, radiophonique ou télévisuel. Seul le support technologique a changé » (CPQ, 2002).

Suivant cette même logique, les journalistes à l'emploi de NPR (le réseau radiophonique public américain) doivent se soumettre, tout comme ils le font en ondes, au principe d'impartialité lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux. « Don't express personal views on a political or other controversial issue that you could not write for the air or post on NPR.org. » (NPR, 2015) Pour NPR, le recours à un pseudonyme n'autorise pas un journaliste à émettre des opinions et à déroger à son devoir de réserve. La radio publique insiste sur la perception que pourrait avoir le public si un de ses journalistes rejoint un groupe de discussion en ligne ou s'il s'inscrit à la page Facebook d'un organisme. « Your simple participation in some online groups could be seen to indicate that you endorse their views. Consider whether you can accomplish your purposes by just observing a group's activity, rather than becoming a member.» (NPR, 2015) Dans l'exercice de leurs fonctions, les journalistes n'ont parfois d'autres choix que de « suivre » des personnalités ou de « s'abonner » à des organismes dans les réseaux sociaux. Pour éviter tout soupçon de favoritisme, NPR suggère à ses journalistes de suivre dans les médias sociaux des

personnalités et des organismes de tous les horizons et qui représentent tous les partis impliqués dans un débat (NPR, 2015).

«Ne faites rien de stupide.» C'est ce que demande la BBC, le pendant britannique de la Société Radio-Canada, à ses employés, en particulier à ses journalistes qui sont actifs dans les médias socionumériques. Comme la FPJQ, le radiodiffuseur public britannique insiste sur la nature publique de ces dispositifs, peu importe les réglages de confidentialité. « Posts on sites like Facebook, or Direct Messages on Twitter, that you may think are restricted can be easily and quickly shared with much wider audiences. Assume anything you do or say can be seen by anyone. » (BBC, 2015) Un journaliste ne devrait, en aucun cas, se permettre de diffuser/partager dans les médias sociaux une opinion ou de prendre position sur un enjeu quelconque. « You shouldn't state your political preferences or say anything that compromises your impartiality (...) Don't be seduced by the informality of social media into bringing the BBC into disrepute. » (BBC, 2015)

Comme NPR, la BBC est d'avis qu'en s'abonnant à une personnalité dans Twitter ou qu'en cliquant « J'aime » sur le profil Facebook d'un organisme, un journaliste pourrait sembler manquer à son devoir de réserve et nuire à son apparence d'impartialité auprès du public. « Usually it's possible for anyone to see the individuals, issues or organisations that you choose to 'friend' or follow on social media. Consider the impression given by those choices, especially if they're contentious or partisan, and relevant to stories you cover. » (BBC, 2015) Pour la société d'État britannique, le fait de repartager un contenu peut être perçu auprès des internautes comme manquement à son devoir de réserve. « Sharing or retweeting material from other people is part of what social media is all about - but consider that it can give the appearance of endorsement by you or the BBC. » (BBC, 2015)

En outre, à la lecture des guides de déontologie, il nous apparaît évident que le champ journalistique semble déterminé à protéger ses grands idéaux, comme la norme d'impartialité. Malgré l'importance prise par les médias sociaux au sein du champ journalistique au cours de la dernière décennie, on s'attend toujours des journalistes qu'ils respectent un devoir de réserve, et ce, peu importe les plateformes sur lesquelles ils sont appelés à intervenir.

## 2.5 UN PROCESSUS DE NORMALISATION

Comme nous l'avons démontré dans la section précédente, en ce qui concerne l'utilisation qu'ils font des médias sociaux, les journalistes tendent à protéger les normes et valeurs journalistiques traditionnelles. Cette attitude dont font preuve les journalistes et les entreprises de presse est conforme aux observations faites par Jane B. Singer, qui s'est intéressée aux journalistes/blogueurs politiques. D'après ses recherches, les journalistes ont tendance à adapter leur utilisation des nouvelles plateformes numériques, comme les blogues ou les médias sociaux, à leur propre système normatif. Ses travaux nous ont d'ailleurs servi de point de départ pour ce travail de recherche.

Selon cette spécialiste du journalisme en ligne, les journalistes perçoivent généralement le Web comme un simple canal de diffusion supplémentaire dans lequel mener leurs activités professionnelles, plutôt que comme un médium susceptible de révolutionner la pratique journalistique (Singer, 2005). L'usage qu'ils font des médias sociaux ne permettrait pas de « présumer d'une volonté d'intégrer des modes de communication plus horizontaux » à la production médiatique traditionnelle (Coutant et Stenger, 2012, p. 83).

Dans une recherche portant sur les usages de Twitter par les journalistes, Lasorsa, Lewis et Holton reprennent cette idée de normalisation (2012). Comme les journalistes/blogueurs politiques, les journalistes actifs dans Twitter « appear to be normalizing microblogs to fit into their existing norms and practices but, at the same time, they appear to be adjusting these professional norms and practices to the evolving norms and practices of Twitter » (Lasorsa et al., 2012, p. 31). Les journalistes intègrent ces nouvelles plateformes numériques à leur propre système normatif, tout en acceptant certaines des caractéristiques propres à ces nouvelles plateformes.

En menant son étude sur les journalistes/blogueurs politiques, Singer a noté la présence accrue d'éléments d'opinion dans leurs billets de blogue. Elle souligne que ces journalistes/blogueurs occupent la plupart du temps un rôle de chroniqueur au sein du média pour lequel ils travaillent. De par la fonction qu'ils occupent, ces journalistes sont appelés à mettre leurs opinions et leur personnalité de l'avant. « She found that j-blogs were institutionalized as an extension of traditional journalistic norms and practices. Journalists tended to maintain control over information (...) and while opinions were more prevalent, they appeared more frequently on j-blogs written by columnists.» (Lasorsa et al., 2012, p. 21) Pour les chroniqueurs, le blogue ne constitue finalement qu'une nouvelle plateforme leur permettant d'exercer leur travail. « Blogs provided by columnists were more likely to contain opinions regularly than those provided by reporters. Particularly among national blogs created by teams of journalists, blogs commonly served more as a news digest than as a place for commentary. » (Singer, 2005, p. 183)

Lasorsa, Lewis, et Holton ont également noté la présence d'éléments d'opinion dans les messages publiés par les journalistes dans le réseau social Twitter (2012). Contrairement à Singer, ces auteurs attribuent la présence accrue d'éléments

d'opinion à la nature de la plateforme de microblogage Twitter. Comme les journalistes-blogueurs auxquels s'est intéressée Singer, « j-tweeters are offering opinions quite freely in their microblogs, which deviates from their traditional professional conventions. Perhaps j-tweeters opine because microblogging generally encourages it. Because microblogs are so short, they leave little room for nuance. » (Lasorsa et al., 2012, p. 30)

Une autre étude portant sur les habitudes de partage des journalistes dans Twitter montre que ces derniers remettent perpétuellement en question leur capacité à respecter leur devoir de réserve en republiant massivement des messages contenant de l'opinion et de l'humour et en favorisant l'autopromotion au détriment des messages purement informationnels (Molyneux, 2014). «The content of these tweets appears to be driven more by a desire to form relationships with their audience than by journalists' work in information gathering » (Molyneux, 2014, p. 13) Les fonctions « J'aime » dans Facebook et de republication (*retweets*) dans Twitter soulèvent des inquiétudes de nature déontologique (Hermida, 2012a; van Dijck et Poell, 2015 ). À la BBC, les employés doivent toujours ajouter un commentaire au moment de repartager un contenu dans Twitter, afin que le public n'ait pas l'impression que le journaliste endosse les propos tenus par un autre internaute (van Dijck et Poell, 2015).

La vitesse avec laquelle il est possible de diffuser des contenus dans les médias sociaux pose également un défi aux journalistes en matière de vérification de l'information. La recherche d'un équilibre entre vitesse et précision a d'ailleurs toujours fait partie de la profession journalistique et les médias sociaux pourraient accroître cette tension (Hermida, 2012a).

---

### 2.5.1 DIVERS USAGES PARMI LES JOURNALISTES

Les usages que font les journalistes des médias sociaux diffèrent en fonction de la position qu'ils occupent à l'intérieur du champ journalistique. Les journalistes qui travaillent pour des entreprises de presse jouissant d'un capital symbolique fort semblent plus attachés aux valeurs traditionnelles. Ils pourraient résister davantage aux influences du Web social (Carbasse, 2012 ; Hermida, 2012a). Inversement, les journalistes avec un capital symbolique plus faible « transgressent davantage les règles établies (notamment en matière d'expression de commentaires) dans le but de se constituer un lectorat important. » (Carbasse, 2012, p. 213).

Depuis 2011, la BBC interdit à ses employés de diffuser des nouvelles de dernière heure dans Twitter avant qu'elles n'aient été transmises à la salle des nouvelles. « But we've been clear that our first priority remains ensuring that important information reaches BBC colleagues, and thus all our audiences, as quickly as possible - and certainly not after it reaches Twitter. » (BBC, 2012) Cette volonté de restreindre la diffusion de nouvelles de dernière heure dans les médias sociaux témoigne de la rencontre entre deux visions contraires de la communication, « when a hierarchical media system in the hands of the few collides with a networked media system open to all. » (Hermida, 2012b)

Si les journalistes qui évoluent au sein des entreprises de presse nationales (ou d'élite) sont plus portés vers la réaffirmation des valeurs traditionnelles (Russell, 2013; Perrier, 2010; Carbasse, 2012), les nouveaux joueurs, à l'inverse, pourraient adopter une approche intermédiaire alliant à la fois les valeurs du Web social et les valeurs journalistiques traditionnelles. « Les plus jeunes des journalistes utilisateurs de Twitter mélangent alors les deux univers et sont les vecteurs d'importation et d'exportation de nouvelles façons de faire et d'interagir avec les pairs et le public qui

les suit, de commenter l'actualité, voire de la provoquer » (Jeanne-Perrier, 2010, p.12).

Il s'avère donc essentiel de vérifier si les étudiants en journalisme, en raison de la position qu'ils occupent à l'intérieur du champ journalistique et de leurs habitudes en matière de médias sociaux, rejettent les normes et les pratiques journalistiques traditionnelles ou s'ils les reproduisent. Le fait qu'ils soient, pour la plupart, des natifs du numérique influence-t-il la vision qu'ils se font de la pratique du métier de journaliste? Quelle est leur perception des normes et valeurs traditionnelles, comme l'impartialité journalistique, et dans quelle mesure s'y conforment-ils?

## CHAPITRE III - MÉTHODOLOGIE

### 3.1 UN DEVIS DE TYPE QUALITATIF : ENTRETIENS SEMI-DIRIGÉS

L'utilisation des médias sociaux par les journalistes a déjà fait l'objet de nombreuses recherches. La présence des étudiants en journalisme dans les médias sociaux et les impacts possibles de l'utilisation qu'ils font de ces dispositifs a toutefois suscité peu d'attention. Les visées de ce mémoire étant exploratoires, l'approche qualitative nous a semblé la plus féconde et la plus porteuse. En effet, puisque cette réalité a jusqu'ici été peu étudiée, la méthode de recherche qualitative, qui s'inscrit dans une logique inductive, nous paraissait toute désignée pour la réalisation de ce projet de recherche (Bonneville et al., 2007).

Afin de réfléchir aux impacts possibles de l'utilisation des médias sociaux par les étudiants en journalisme sur le champ journalistique, une série d'entretiens semi-dirigés a été réalisée avec des étudiants en journalisme de première, de deuxième et de troisième année et avec des journalistes récemment diplômés. En échangeant avec des étudiants en journalisme et des jeunes journalistes, qui sont des natifs du numériques, nous souhaitons en apprendre davantage sur la perception qu'ils ont de l'impartialité journalistique et vérifier s'ils s'imposent un devoir de réserve en intervenant dans les médias sociaux.

L'un des principaux avantages de l'entrevue qualitative de type semi-directif réside dans sa capacité à nous donner un accès direct à l'expérience des individus. L'entretien semi-dirigé vise à «la compréhension du monde de l'autre» (Savoie-Zajc, 2009, p. 343). Il permet à chacun des participants « de décrire, de façon détaillée et nuancée, son expérience, son savoir, son expertise (...) La situation de l'entrevue permet de révéler ce que l'autre pense et qui ne peut être observé : des sentiments, des

pensées, des intentions, des motifs, des craintes, des espoirs. » (Savoie-Zajc, 2009, p. 342 et 343)

L'approche semi-directive s'avère « particulièrement pertinente lorsqu'on veut analyser le sens que les acteurs donnent à leurs pratiques, aux événements dont ils ont pu être les témoins actifs; lorsque l'on veut mettre en évidence les systèmes de valeurs et les repères normatifs à partir desquels ils s'orientent et se déterminent » (Blanchet et Gotman, 2007, p. 24). En optant pour l'entrevue semi-directive, il est possible «de mettre en lumière les perspectives individuelles à propos d'un phénomène donné et ainsi enrichir la compréhension de cet objet d'étude» (Savoie Zajc, 2009, p. 343) L'entretien semi-dirigé permet finalement de révéler «les tensions, les contradictions qui animent un individu à propos du phénomène étudié. La compréhension produite, le sens nouveau de l'expérience étudiée sont donc intimement rattachés au jeu de force et de références à l'œuvre dans la vie des individus» (Savoie Zajc, 2009, p. 343).

Pour ce projet de recherche, l'entretien semi-dirigé a été compris comme une « interaction verbale entre des personnages qui s'engagent volontairement dans pareille relation afin de partager un savoir d'expertise, et ce, pour mieux dégager conjointement une compréhension d'un phénomène d'intérêt pour les personnes en présence » (Savoie-Zajc, 2009, p. 339). Pour mener un entretien semi-directif, le chercheur doit faire preuve de souplesse en se fixant des zones à explorer avec l'interviewé et des thèmes en lien à l'objet d'étude devant être abordé et approfondis lors de la rencontre (Berthier, 2010). Ce type d'entretien « combine attitude non directive pour favoriser l'exploration de la pensée dans un climat de confiance et projet directif pour obtenir des informations sur des points définis à l'avance » (Berthier, 2010, p. 78). Au moment de mener l'entretien, le chercheur se laisse «guider par le rythme et le contenu unique de l'échange dans le but d'aborder, sur un

mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux qu'il souhaite explorer avec le participant à la recherche.» (Savoie Zajc, 2009, p. 340)

En acceptant de prendre part à l'entretien, les participants se placent « dans une situation de communication qui dépasse la simple conversation » (Savoie-Zajc, 2009, p. 344). Bien que les thèmes qui sont abordés lors de l'entretien ont été prédéterminés par le chercheur, la relation entre l'intervieweur et l'interviewé pourrait être qualifiée d'asymétrique, «l'objet de la relation de pouvoir s'incarnant dans la qualité du savoir construit par les interlocuteurs. L'augmentation du pouvoir de l'interviewé au cours de l'entrevue est liée à la volonté du chercheur de l'impliquer activement dans la construction de sens» (Savoie-Zajc, 2009, p. 344).

*Contrairement au questionnaire où le chercheur a en quelque sorte tout le loisir de préparer d'avance ses questions (et l'on connaît les risques que, malgré tout, ces questions ne collent pas à la réalité des acteurs), l'entretien qualitatif est très évolutif en ce sens que l'on ne peut pas en prévoir entièrement le contenu, et ce, même si l'on définit un certain nombre de thèmes que l'on veut aborder, comme c'est le cas dans le cadre d'un entretien de type semi-directif. L'entretien qualitatif commence habituellement par une consigne de départ relativement large (suivie de sous-consignes lorsqu'il s'agit d'un entretien semi-directif) qui vise à faire parler l'interviewé tout en évitant de pré-structurer le champ d'investigation (...) S'en suit une série de relances formulées à partir des propos de l'interviewé. (Poupart, 2012, p.63)*

Au fur et à mesure des entrevues, nous nous sommes donc nourris de ce que les participants nous racontaient pour approfondir la discussion et pour aborder des thèmes qui, dans un contexte plus rigide d'entretien, auraient pu passer sous le silence.

---

### 3.1.1 SCHÉMA D'ENTRETIENS

Dans un entretien de type semi-dirigé, l'ordre des questions est primordial: le chercheur devrait «démarrer l'entrevue par des questions générales de type descriptif (...) et amener progressivement les répondants vers des questions faisant appel à leur opinion, leur sentiment, leur interprétation d'un phénomène, d'un évènement ou d'une situation» (Bonneville et al., p. 176). Suivant cette logique, nous avons choisi d'amorcer les entretiens avec des questions portant sur des concepts journalistiques généraux, tels que l'impartialité et le devoir de réserve.

Vers la fin des entretiens, nous avons questionné les participants par rapport à leur usage des médias sociaux et aux impacts que l'utilisation qu'ils font de ces dispositifs pourraient avoir sur la pratique du métier de journaliste. L'idée était de permettre aux participants de transposer les concepts journalistiques généraux abordés en début d'entretien à la réalité du quotidien et de vérifier s'ils respectent - et si oui dans quelle mesure - les normes et valeurs traditionnelles lorsqu'ils y interviennent.

Pour favoriser la réflexion et pour permettre aux participants de mieux développer leur argumentaire, nous avons opté pour des questions ouvertes. En préférant ces questions à celles de type fermé, nous offrons aux participants une plus grande liberté de réponse, tant sur la forme que sur le contenu (Savoie-Zajc, 2009).

---

### 3.1.2 ÉCHANTILLONNAGE BOULE DE NEIGE

Puisque nous nous intéressons spécifiquement aux étudiants en journalisme, nous avons opté pour un échantillon de type boule de neige. Les participants aux entretiens ont été retenus pour leur expérience en lien à l'objet d'étude, c'est-à-dire l'utilisation des médias sociaux par les étudiants en journalisme.

Pour nous donner un portrait d'ensemble de la situation, nous avons recruté des étudiants en journalisme provenant de trois universités québécoises, dont une de langue anglaise: deux étudiants de l'UQÀM, une étudiante de l'Université Laval et un étudiant de l'Université Concordia. En plus de provenir de différentes institutions d'enseignement, les étudiants en journalisme qui ont été retenus pour participer à ce projet de recherche couvrent les diverses étapes du parcours scolaire. Pour ce mémoire, nous avons interviewé des étudiants de première, de deuxième et de troisième année. En plus des étudiants en journalisme, nous nous sommes entretenus avec deux nouveaux journalistes. Nous souhaitons vérifier si leur attitude vis-à-vis de l'impartialité et leur usage des médias sociaux ont évolué une fois leur baccalauréat complété.

Puisque les visées de ce projet de recherche sont d'abord et avant tout exploratoires, nous considérons que les six entretiens réalisés auprès d'étudiants en journalisme et de journalistes récemment diplômés sont suffisants afin de nous permettre d'identifier certaines tendances en ce qui a trait à leur utilisation des médias sociaux et aux impacts possibles de cette utilisation sur la profession journalistique. Dans le cas des entretiens semi-dirigés menés dans une perspective exploratoire, le critère de la saturation théorique est souvent évoqué pour justifier le nombre restreint d'entretiens. Nous considérons «que les nouvelles données issues d'entrevues additionnelles n'ajoutent plus à la compréhension que l'on a du phénomène» (Savoie-Zajc, 2009, p. 349).

### 3.2 ANALYSE THÉMATIQUE

Une fois les entretiens avec les participants complétés, des verbatim de ces rencontres ont été produits afin de nous permettre de procéder à une analyse thématique. Pour l'analyse thématique, nous nous sommes principalement appuyés sur le modèle

développé par Paillé et Mucchielli. Pour les deux auteurs, «l'analyse thématique consiste (...) à procéder systématiquement au repérage, au regroupement et, subsidiairement, à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus, qu'il s'agisse d'un verbatim d'entretien, d'un document organisationnel ou de notes d'observation» (Paillé et Mucchielli, 2003, p. 124).

Après avoir retranscrit les entretiens semi-directifs que nous avons menés avec nos quatre étudiants en journalisme et nos deux diplômés, nous avons parcouru les verbatim à la recherche de noyaux de sens, «c'est-à-dire les plus petites unités de sens qui peuvent être tantôt une phrase, tantôt un groupe de phrases» (Bonneville et al., 2007, p. 192). Au fil de nos lectures, nous avons attribué à ces noyaux de sens un thème, l'objectif étant «de cerner par une série de courtes expressions (les thèmes) l'essentiel d'un propos» (Paillé et Mucchielli, 2003, p. 126). Le thème pourrait être défini comme «un ensemble de mots permettant de cerner ce qui est abordé dans l'extrait du corpus correspondant tout en fournissant des indications sur la teneur des propos» (Paillé et Mucchielli, 2003, p. 133).

Pour ce projet de recherche, nous avons opté pour le processus de thématization continue, qui «consiste en une démarche ininterrompue d'attribution de thèmes» (Paillé et Mucchielli, 2003, p. 127). En suivant cette méthode, les thèmes sont identifiés et notés au fur et à mesure de la lecture, puis regroupés et fusionnés au besoin, et finalement hiérarchisés sous la forme de thèmes centraux, ces derniers regroupant les thèmes associés. (Paillé et Mucchielli, 2003).

Dans leur modèle, Paillé et Mucchielli accordent une importance toute particulière à la notion de sensibilité théorique et expérientielle du chercheur qu'ils définissent comme suit:

*En recherche qualitative, on parle aussi de la sensibilité théorique et expérientielle du chercheur. Cette sensibilité oriente toujours le regard de l'analyste et donc sa facilité à trouver telle ou telle thématization plutôt qu'une autre. La notion de sensibilité théorique est liée à la formation fondamentale et continue du chercheur ainsi qu'à son expérience de recherche, particulièrement celle du terrain. Elle se développe à deux niveaux, qui correspondent aux deux termes de l'expression : au niveau de la sensibilité, qui, au fil des lectures, des réflexions et des projets de recherche, devient de plus en plus aigüe et réagit à des variations infimes des phénomènes étudiés, et au niveau de la capacité théorique, qui s'enrichit de nouveaux concepts, points de vue, modèles, etc. (Paillé et Mucchielli, 2003, p. 129)*

En situation d'analyse, cette sensibilité théorique et expérientielle permet au chercheur «de mettre à profit les mots, les concepts, la terminologie hérités de la formation disciplinaire ou acquis au fil de l'expérience de recherche avec comme objectif de hisser à un niveau adéquat d'abstraction et de valeur descriptive la dénomination qui va tenir lieu de terme» . (Paillé et Mucchielli, 2003, p. 130). Au moment de réaliser la thématization, la sensibilité théorique et expérientielle du chercheur se traduit «par des préférences au moment d'assigner un thème ou de fournir une interprétation» des divers extraits du corpus (Paillé et Mucchielli, 2003, p. 130).

L'un des objectifs de l'analyse thématique est bien sûr de repérer les thèmes qui reviennent au cours d'un même entretien ou d'un participant à l'autre. Tout au long de l'analyse, nous avons été attentifs «aux ressemblances, d'un sujet à l'autre ou d'un document à l'autre, avec comme objectif de reprendre des thèmes existants, lorsque cela est possible, et de cerner les points communs des expériences ou des évènements analysés.» (Paillé et Mucchielli, 2003, p.139) La récurrence d'un thème ne constitue toutefois pas l'unique mesure nous permettant de juger de sa pertinence. «Autrement dit, le nombre de répétitions ne définit pas à lui seul l'importance d'un thème (...) les informations récurrentes ne sont pas les seules informations à posséder une valeur, et

leur récurrence ne leur fournit pas tant une valeur qu'un statut.» (Paillé et Mucchielli, 2003, p.143)

Une fois le processus de thématisation complété, nous avons poursuivi l'analyse «en procédant à un examen discursif des thèmes et des extraits correspondants» (Paillé et Mucchielli, 2003, p. 145). Après avoir identifié, puis regroupé les thèmes présents dans le corpus, nous avons procédé à une analyse de nature plus interprétative que descriptive :

*Il ne s'agit plus seulement de relever les thèmes, mais de les examiner, de les interroger, de les confronter les uns avec les autres de manière à déboucher sur l'exercice discursif appelé traditionnellement discussion. Les résultats sont donc à ce moment "discutés", on cherche à les faire "parler".» (Paillé et Mucchielli, 2003, p. 145)*

Même s'il nous sera impossible de généraliser nos résultats, cette dernière étape de l'analyse nous a permis une meilleure compréhension de notre objet de recherche, c'est-à-dire l'impact de l'utilisation des médias sociaux par les étudiants en journalisme sur leur perception du devoir de réserve et de l'impartialité.

## CHAPITRE IV - RÉSULTATS

Pour déterminer comment les étudiants en journalisme, qui sont des natifs du numérique, perçoivent l'impartialité journalistique et le devoir de réserve et dans quelle mesure ils s'y conforment, nous avons demandé aux participants de définir la norme d'impartialité et le devoir de réserve. Les participants nous ont ensuite expliqué pourquoi ils considèrent l'impartialité et le devoir de réserve comme importants à la pratique journalistique. Puis, ils ont été appelés à prendre position à savoir s'il est acceptable pour un journaliste de militer au sein d'un parti politique ou d'un groupe de pression. En leur demandant de prendre position sur ces questions, nous souhaitons évaluer le degré d'attachement des participants à l'impartialité journalistique et identifier les circonstances lors desquelles ils s'imposent - ou pas - un devoir de réserve. Les participants nous ont également fait part des motivations qui les incitent à se conformer ou à rejeter ces normes et valeurs journalistiques.

Finalement, les étudiants en journalisme nous ont fait part de l'usage qu'ils font des médias sociaux. Nous leur avons demandé s'ils s'imposent un devoir de réserve lorsqu'ils y interviennent. Nous les avons aussi questionnés à savoir si l'utilisation qu'ils font de ces dispositifs a changé depuis le début leur formation en journalisme et, pour les diplômés en journalisme, après leur entrée sur le marché du travail. En interrogeant les participants sur les usages qu'ils font des médias sociaux, nous souhaitons vérifier s'ils s'identifient davantage aux valeurs du Web social (interactivité, connectivité, transparence) ou aux valeurs journalistiques traditionnelles, comme celle d'impartialité. En examinant l'évolution - ou la non-évolution - des usages qu'ils font des médias sociaux, nous désirions également vérifier si le champ journalistique - par l'entremise notamment des professeurs en journalisme - a pu influencer les manières dont ils interviennent en ligne et le rapport qu'ils entretiennent avec les normes et valeurs journalistiques.

#### 4.1 PORTRAIT DES PARTICIPANTS

Avant d'examiner plus en détail les éléments qui ressortent des entretiens que nous avons menés avec six étudiants en journalisme et jeunes diplômés, intéressons-nous brièvement aux participants eux-mêmes. Qui sont-ils? Où en sont-ils rendus dans leur parcours scolaire? En quoi le discours qu'ils tiennent sur la profession journalistique est-il unique? En quoi se collent-ils à « l'orthodoxie journalistique» ou en quoi s'en distancent-ils? L'expression orthodoxie journalistique se réfère ici à une vision traditionnelle du journalisme qui est conforme aux normes et valeurs traditionnelles, comme l'impartialité. En ce sens, les journalistes appartenant à l'orthodoxie pourraient militer pour le respect du devoir de réserve et de l'apparence d'impartialité.

La **participante #1** est une étudiante de dernière année en journalisme à l'Université Laval. Malgré son attachement aux normes et valeurs journalistiques traditionnelles (impartialité, neutralité, devoir de réserve, etc.), elle considère manquer de prudence dans les médias sociaux. Selon elle, le contenu qu'elle partage sur sa page Facebook pourrait compromettre son apparence d'impartialité.

Les **participants #2 et #3** sont tous deux de récents diplômés du baccalauréat en journalisme de l'Université du Québec à Montréal (UQÀM) et ils sont assez près de l'orthodoxie journalistique. Bien que considérant l'impartialité comme essentielle à la pratique du métier de journaliste, la participante #2 avoue s'en distancier en s'exprimant et en prenant position sur certains enjeux, comme le féminisme. Elle considère pourtant qu'un journaliste devrait respecter un devoir de réserve. Pour éviter les apparences de partialité et préserver sa crédibilité, le participant #3 s'impose un devoir de réserve dans les médias sociaux. Il considère pourtant que les

journalistes sont capables d'exercer leur travail de manière impartiale, même s'ils sont subjectifs. Pour lui, tout est une question d'apparence.

Le **participant 4** est un étudiant en deuxième année au baccalauréat en journalisme de l'UQÀM. Il est diamétralement opposé à l'orthodoxie journalistique. Sa vision du journalisme et les usages qu'il fait des médias sociaux sont aux antipodes des cinq autres participants. Il préfère «la transparence et l'honnêteté» à l'impartialité journalistique. Dans les médias sociaux, il n'hésite pas à prendre position.

La **participante #5** est une étudiante de première année au baccalauréat en journalisme de l'UQÀM. Elle pourrait être perçue comme une gardienne de l'orthodoxie journalistique. Elle est très attachée à l'impartialité journalistique et considère le devoir de réserve comme essentiel à la pratique du métier de journaliste. Contrairement aux autres participants, elle utilise peu les médias sociaux, des dispositifs pour lesquels elle a peu d'intérêt.

Le **participant #6** est un étudiant de deuxième année du programme de journalisme à l'Université Concordia. Il occupe aussi un emploi de journaliste. De manière générale, il respecte les normes et valeurs journalistiques traditionnelles. Il se distancie toutefois de l'orthodoxie journalistique à certains égards, notamment en ne s'opposant pas à ce qu'un journaliste milite au sein d'un parti politique.

## 4.2 NORMES ET VALEURS JOURNALISTIQUES

### 4.2.1 IMPARTIALITÉ: DÉFINITION ET IMPORTANCE

Pour amorcer chacun des six entretiens, nous avons demandé aux étudiants et aux diplômés en journalisme de nous définir le concept d'impartialité journalistique. Les

six participants nous ont ensuite expliqué pourquoi ils considèrent toujours cette valeur comme importante à la pratique du métier de journaliste. Il nous apparaissait essentiel que les participants nous définissent l'impartialité, qui est une notion centrale à ce projet de recherche. En demandant aux participants de décrire l'impartialité dès le début de l'entretien, nous avons pu certifier que les réponses aux questions subséquentes, notamment celles portant sur leurs usages des médias sociaux, étaient conformes à la définition initiale fournie par chacun des participants. Nous avons également pu relever les contradictions et demander davantage d'explications aux participants lorsque cela était nécessaire.

Les six interviewés partagent des définitions semblables du concept d'impartialité journalistique. L'impartialité résiderait dans la capacité du journaliste à rester le plus neutre possible face à une situation, en laissant de côté ses préjugés et en présentant toutes les facettes d'une histoire. Pour la participante #5, l'impartialité réside dans la neutralité dont le journaliste fait preuve dans l'exercice de ses fonctions. Lorsqu'il couvre une histoire, ce dernier ne devrait jamais se positionner d'un côté ou de l'autre, puisque «dans tous les cas, la vérité se trouve au confluent des témoignages que tu peux recevoir des gens, donc, à ce moment-là, c'est important de bien pouvoir représenter ça justement, de pas s'attacher à un côté en particulier.» Pour elle, l'impartialité constitue un état d'esprit permettant au journaliste de pratiquer son métier de la meilleure manière qui soit et de représenter l'actualité le plus fidèlement possible dans ses reportages et comptes rendus.

Dans un même ordre d'idées, une fois sur le terrain, le troisième participant considère qu'il est essentiel de mettre de côté ses préjugés «avant de commencer pour que le résultat final soit impartial.» En faisant abstraction de sa propre subjectivité lorsqu'il se retrouve sur le terrain, un journaliste s'assure de produire le reportage le plus impartial possible. L'impartialité journalistique, c'est de ne «pas prendre parti face à

une situation donnée ou à un enjeu social», explique pour sa part la participante #2. Le participant #4 abonde dans le même sens. Il décrit l'impartialité journalistique comme étant «l'absence de jugement des uns comme des autres», précisant qu'il peut parfois être «extrêmement difficile» de rester impartial.

Le participant #6 se distingue des cinq autres participants en définissant l'impartialité du point de vue du public. «Impartiality is usually defined by an audience member who can look at the coverage being provided by a journalist and feel that their is a fair representation of facts and fair representation of a particular event, or person, or story.» Dans un même ordre d'idées, l'impartialité journalistique pourrait être défini «as what it looks like in its absence which to an audience member would be a clear recognition that their is a certain agenda or a certain perspective that is over shadowing relying on factual analysis.»

Les six participants interviewés dans le cadre de ce projet de recherche considèrent, à divers degrés et pour différentes raisons, l'impartialité comme importante à la pratique du métier de journaliste. La participante #5 considère qu'un journaliste doit «aspirer à être le plus neutre possible». Pour la participante #1, l'impartialité est primordiale «dans le sens où le but premier du journalisme est quand même d'informer», et ce, peu importe la position personnelle du journaliste vis-à-vis d'une situation donnée. Pour ces participants, l'impartialité constitue l'essence même du journalisme, le but premier étant d'informer le public en lui présentant tous les côtés d'une même médaille. «C'est important aussi de ne pas favoriser, d'utiliser dans le fond la plateforme à laquelle on a accès, pour favoriser une opinion préconçue ou un préjugé qu'on a, ou pour désavantager au contraire, voilà détruire une ligne de pensée qui ne respecte pas nos valeurs», insiste le participant #3.

La participante #2 considère qu'elle a l'obligation de demeurer impartiale pour bien exécuter son travail. Selon elle, «si les gens pensent que tu as un parti pris, ils ne voudront pas te parler. Donc, ça peut te couper de certaines sources, ça peut te couper de certains articles». Cette dernière citation exprime la position centrale qu'occupe cette valeur au sein de la profession. Aux yeux de cette participante, l'impartialité est incontournable au métier de journaliste. Encore aujourd'hui, on s'attend à ce qu'un journaliste soit impartial et la qualité de son travail repose, en partie du moins, sur l'impartialité dont il fait preuve dans l'exercice de ses fonctions.

Bien qu'il considère l'impartialité noble et qu'il s'y soumettrait de toute manière, le sixième participant considère que les journalistes n'ont d'autres choix que d'être impartiaux aux yeux du public. «If you want to be a journalist these days, it would probably benefit you to be as impartial as possible, because people, I think that audience member and consumers of journalism are a long more savvy than we give them credit for often time and they can recognize, you know, a bias opinion.» Pour lui, le public accorde beaucoup d'importance à l'impartialité et s'identifie aux journalistes qu'il perçoit comme étant impartiaux. Il croit d'ailleurs que l'apparence de partialité pourrait être fatale pour un journaliste. Selon lui, un journaliste qui souhaite faire carrière dans un média d'information n'a d'autres choix que de demeurer impartial aux yeux du public, puisque c'est ce que ce dernier recherche. Le participant #6 soutient même que les gens «will actively seek out and stick with journalists and voices that breath impartiality. So I would say that beyond the ideas of fairness and democracy and all those good things, I think that it's a benefit for journalists to practice impartiality simply because people will flock to it.»

En bref, pour les six participants interviewés, les journalistes ont le devoir d'exécuter leur travail de la manière la plus impartiale possible, en mettant de côté leurs préjugés et en ne favorisant pas un point de vue plutôt qu'un autre lorsqu'ils couvrent une

histoire. Pour revenir à la question sur laquelle porte ce projet de mémoire, les six participants avec qui nous nous sommes entretenus perçoivent l'impartialité comme centrale - voire même essentielle - à la pratique du métier de journaliste. D'ailleurs, ils s'y soumettent tous à divers degrés. Aucun participant n'a semblé prêt à relayer la norme d'impartialité aux oubliettes, réaffirmant plutôt son importance dans la pratique du métier de journaliste.

---

#### 4.2.2 DEVOIR DE RÉSERVE: DÉFINITION ET IMPORTANCE

Après avoir défini l'impartialité journalistique, les participants ont été invités à répéter l'exercice en définissant cette fois-là le devoir de réserve. Si les participants semblaient avoir une idée générale de ce que constituait le devoir de réserve, quatre parmi les six participants ont eu du mal à définir le concept et à le différencier de l'impartialité journalistique.

Le troisième participant rencontré dans le cadre de ce projet de recherche a eu du mal à différencier le devoir de réserve de l'impartialité journalistique. «Effectivement, j'ai un peu de misère à les départager l'un de l'autre. [Le devoir de réserve], c'est que dans la vie de tous les jours, nos opinions ne transparaissent pas trop, de façon à enlever la crédibilité sur notre travail dans d'autres sphères», avance-t-il. «C'est sûr que si tu bois une bière avec tes *chums*, il n'y a pas de problème à parler de tes opinions politiques, mais il ne faudrait pas que ça transparaisse dans la vie publique de façon trop claire, parce qu'après ça, les gens vont t'associer à une ligne de pensée ou à des opinions», poursuit-il. Selon lui, un journaliste n'a donc pas l'obligation d'observer un devoir de réserve dans sa vie privée, en autant que ses opinions ne transparaissent pas publiquement. Pour la participante 2, le devoir de réserve, «c'est sensiblement la même chose [que le concept d'impartialité journalistique], c'est de garder son opinion pour soi quand on rapporte des nouvelles». Selon elle, «le devoir

de réserve, c'est de ne pas justement s'exprimer sur les enjeux, de garder son opinion personnelle pour soi.» La participante # 1 en arrive à une définition semblable. «Le devoir de réserve, si je me rappelle bien, c'était le fait de ne pas divulguer, par exemple, ses opinions politiques. Ouais, pour moi ça serait ça.»

Après l'avoir défini, nous avons demandé aux participants de déterminer dans quelle mesure il était important pour un journaliste d'observer un devoir de réserve. Bien que seulement un des six participants interrogés considère qu'il n'est pas nécessaire pour un journaliste de respecter un devoir de réserve, trois autres répondants soutiennent que l'importance d'observer un devoir de réserve varie en fonction de la spécialisation du journaliste (son «beat»).

Pour cinq des six participants interviewés, il est important pour les journalistes de respecter un devoir de réserve. D'après le participant #6, le devoir de réserve permettrait aux journalistes de rester impartiaux en les empêchant, par exemple, de réagir de manière trop émotive à une situation donnée. «Self-restraint plays a part in impartiality because, obviously, journalists are people and they will have natural responses be they emotional, ethical, to a given situation. So yes, self-restraint can certainly be a factor in remaining impartial.» Selon cette dernière définition, le devoir de réserve pourrait être perçu comme un outil permettant aux journalistes de rester impartiaux. Pour la participante #5, le devoir de réserve est pourtant bien plus qu'un outil, il est, comme son nom l'indique, un devoir. «C'est un devoir, dans le sens où si tu ne le fais pas, tu ne peux pas après ça faire ton travail. Ce n'est pas tant un outil qu'un état de base.» Selon elle, en n'observant pas son devoir de réserve, un journaliste est «compromis, d'une certaine façon».

Si le participant #4 considérait l'impartialité journalistique comme importante à la profession journalistique, il n'en est rien pour le devoir de réserve. En effet, selon lui,

le fait de ne pas observer un devoir de réserve ne signifie aucunement que le travail du journaliste, lui, ne sera pas impartial. Il serait effectivement «possible d'assumer ce que l'on pense, tout en ayant une vision impartiale d'une situation, une vision factuelle.»

Trois des six participants sont d'avis que l'importance d'observer un devoir de réserve varie en fonction du domaine dans lequel évolue le journaliste. «Je pense que c'est dans le domaine que tu couvres spécifiquement que c'est important d'avoir un devoir de réserve», tranche la participante #2. Toujours selon cette dernière participante, Alexandre Shields, qui est journaliste spécialisé sur les questions environnementales au quotidien montréalais *Le Devoir*, ne pourrait par exemple pas insulter les pétrolières sur son compte Facebook en les qualifiant de «gang de caves». Même si lui hésiterait à le faire, le participant #3 soutient qu'un journaliste culturel ou encore sportif pourrait, dans certaines circonstances, se permettre de se prononcer publiquement sur un enjeu politique ou de société. «Ça dépend du type de journalisme qu'on pratique, mais pour un journaliste qui couvre la politique, je ne le ferais pas.»

Pour conclure, cinq des six participants considèrent qu'il est important pour les journalistes de respecter un devoir de réserve. Trois des six participants croient toutefois que le degré d'importance varie en fonction du «beat» du journaliste. D'après ces trois participants, un journaliste culturel pourrait, dans certaines circonstances, déroger à son devoir de réserve en se prononçant sur certains enjeux politiques. Si le devoir de réserve constitue, pour la participante #5, un devoir, pour le participant #4, c'est tout le contraire. Selon lui, il est tout à fait acceptable - voire même souhaitable - pour un journaliste de ne pas s'imposer un devoir de réserve.

#### 4.2.3 IMPOSSIBLE OBJECTIVITÉ, DIFFICILE APPARENCE D'IMPARTIALITÉ

Comme il en a été question un peu plus haut, l'impartialité journalistique demeure importante aux yeux des six participants interviewés dans le cadre de ce projet de recherche. Tous les participants insistent néanmoins sur l'impossibilité pour un journaliste de demeurer entièrement « objectif » face à une situation ou à un enjeu donné.

Certains participants ont fait référence au concept d'objectivité lors des discussions portant sur l'impartialité journalistique. Ces participants, qui ont parfois semblé confondre les deux concepts, ont voulu insister sur le fait qu'un journaliste peut réaliser un travail impartial sans pour autant être objectif. Pour eux, l'impartialité est liée à la démarche de travail du journaliste. Ce dernier est en mesure de livrer un reportage impartial, peu importe ses opinions et valeurs personnelles. Un journaliste n'a pas à être objectif pour livrer des reportages et des comptes rendus impartiaux. Nous reviendrons d'ailleurs plus longuement sur la question de la démarche journalistique dans la section subséquente de ce mémoire. Dans un autre ordre d'idées, un des six candidats souhaite que les journalistes abandonnent le devoir de réserve, qui protège leur apparence d'impartialité, et qu'ils dévoilent au public leurs valeurs et opinions personnelles.

Pour les six participants interrogés dans le cadre de cette enquête, un journaliste ne peut aspirer à porter un regard qui soit totalement objectif sur une situation donnée. La participante #5 soutient que nous sommes tous «le produit de notre environnement, des gens qu'on fréquente, de notre éducation, du milieu dans lequel on a grandi, juste nos parents ont une influence extraordinaire sur nous autres». Selon elle, il est impossible pour un journaliste d'aborder de manière totalement objective une question faisant l'objet d'un débat public. Les processus de socialisation par

lesquels passe un journaliste au cours de sa vie auront nécessairement pour conséquence d'en teinter sa compréhension et son interprétation. Elle soutient qu'un journaliste aborde son travail à travers les filtres de sa propre subjectivité et que les lunettes à travers lesquelles il appréhende la société l'empêcheront nécessairement de porter un regard qui soit totalement objectif.

La participante # 1 explique quant à elle qu'un journaliste doit demeurer, «dans la mesure du possible, objectif, parce que pour moi l'objectivité n'est pas vraiment possible, ne serait-ce que dans la sélection d'un article, d'un sujet ou d'un angle, on met quand même de soi». En choisissant un angle plutôt qu'un autre au moment de traiter d'un sujet, un journaliste y met nécessairement du sien, et ce, même s'il s'affaire à rester le plus impartial possible dans le traitement qu'il fera de ce sujet. Ainsi, bien qu'un journaliste puisse traiter, dans un reportage ou un compte rendu, d'un sujet de la manière la plus impartiale possible, il ne pourra jamais le faire de manière totalement objective.

Si les journalistes ne sont pas des êtres objectifs, ils peuvent protéger leur apparence d'impartialité, en s'imposant un devoir de réserve. Bien que souhaitant demeurer impartiaux aux yeux du public et des acteurs de l'actualité, deux participants avouent contrevenir à leur devoir de réserve en s'exprimant et en prenant position sur certains enjeux. «Il y a des enjeux, par exemple le féminisme, sur lesquelles je me suis beaucoup exprimée. Je pense qu'en tant que femme, je ne peux pas vraiment être impartiale sur cet enjeu-là», explique la participante #2.

*Je me le permets, parce qu'un enjeu comme le féminisme (...) ça me concerne intrinsèquement en tant que femme. Ce n'est pas comme avoir une opinion politique à mon avis. Je ne vais jamais demander à un journaliste homosexuel de ne rien publier sur les droits des gais et sur l'avancement de la situation LGBTQ. C'est intrinsèquement qui il est.*

Elle raconte s'être positionnée contre certaines politiques de Donald Trump lors de la dernière campagne présidentielle américaine. «Je vais le dire quand je trouve que certaines choses n'ont pas de bon sens, mettons avec Donald Trump aux États-Unis, clairement, j'ai dû republier des articles qui parlaient de ça, pis je n'ai pas honte de le dire.»

Bien qu'elle a l'impression de produire des articles et des reportages qui sont impartiaux, la participante #1 explique pour sa part vouloir partager, dans les contenus qu'elle produit, certaines valeurs qui lui sont chères, comme la tolérance ou l'ouverture. «Ça transparait dans mes articles, je pense, que j'ai envie de transmettre certaines valeurs, mais je me trouve des excuses en me disant que de transmettre des valeurs comme ça, c'est moins pire que de transmettre des opinions politiques ou des idéologies.»

Pour le participant #4, non seulement est-il impossible pour un journaliste de demeurer impartial aux yeux du public, mais il est tout à fait acceptable – voire même souhaitable –, pour un journaliste, de révéler au grand jour ses opinions et valeurs personnelles. «Je préfère de beaucoup les journalistes qui assument ce qu'ils pensent et qui sont quand même capables de nous faire des reportages qui somme toute montrent les deux côtés de la médaille, l'un n'empêche pas l'autre.» Le journaliste ne devrait pas essayer de paraître impartial aux yeux du public en cachant ses opinions ou ses valeurs personnelles. «Pour moi, c'est tout à fait acceptable, un journaliste c'est un citoyen avant tout, tant que c'est assumé, je ne vois pas le problème.»

Il dénonce d'ailleurs ce qu'il perçoit comme une fausse neutralité des médias et des journalistes. «Le problème est que l'impartialité, ou dans la neutralité journalistique d'après moi, c'est que des fois, on se cache derrière la neutralité journalistique pour faire passer une certaine idéologie.» Selon lui, «il y a des biais dans les médias

dominants» que l'on peut déceler, par exemple, dans les photos choisies par les journaux pour illustrer certaines nouvelles. Lors de la dernière campagne électorale américaine, «les images de Donald Trump que l'on montrait [dans les médias], c'était souvent des photos où il faisait la grimace (...) donc, je ne crois pas que dans les médias, il y a de la neutralité vraiment.»

En outre, les six participants avec qui nous nous sommes entretenus dans le cadre de ce projet de recherche soutiennent qu'il est possible, pour un journaliste, d'être totalement objectif. De plus, alors que les médias sociaux continuent de gagner en popularité, des dispositifs qui encouragent l'expression d'opinions et l'interactivité entre les usagers, il pourrait être de plus en plus difficile pour les étudiants en journalisme et les journalistes de protéger leur apparence d'impartialité aux yeux du public. Un des six participants souhaite que les journalistes assument davantage leurs valeurs et opinions personnelles et qu'ils ne s'imposent pas un devoir de réserve lorsqu'ils interviennent dans les médias socionumériques.

---

#### 4.2.4 UNE DÉMARCHE EXEMPLAIRE

Si tous les participants interrogés dans le cadre de ce projet de recherche considèrent que les journalistes ne sont pas des personnes totalement objectives, pour quatre des six répondants, il est néanmoins possible pour un journaliste d'exercer son travail de manière impartiale, en adoptant une démarche de travail exemplaire.

«Je ne crois pas à l'objectivité journalistique, je pense qu'on peut avoir une démarche exemplaire, mais en tant que personne, on ne peut jamais être neutre», tranche la participante #2. Pour elle, un journaliste pourrait donc exécuter son travail de manière impartiale, sans pour autant être objectif. D'ailleurs, bien qu'elle se soit déjà exprimée sur des enjeux en lien au féminisme, cette dernière soutient qu'elle pourrait

traiter de ces sujets de manière totalement impartiale, en donnant la parole à des intervenants défendant diverses positions ou opinions. «Il faudrait juste que ma démarche soit impeccable, que je sois équilibrée, que je donne la parole à tout le monde, que je m'efface (...) Je pense que c'est plus dans la démarche que dans tes convictions personnelles.»

La première participante interviewée abonde dans le même sens. «J'estime qu'on ne peut pas être objectif, par contre, je pense qu'on peut être impartial, en ce sens où on peut amener les deux côtés de la médaille, on peut avoir un espèce de balancement dans les articles, présenter tous les points de vue.»

Le quatrième participant rencontré explique pour sa part avoir réalisé un reportage à propos d'un sujet sur lequel il avait lui-même pris position. Il assure pourtant que son reportage était impartial. «J'ai fait en sorte de mesurer chaque temps de parole qui était donné à chaque personne, j'ai parlé à toutes les personnes qui ont participé au documentaire par la suite et personne ne s'est senti lésée. Tout le monde a apprécié le travail qui a été fait.» Le participant #3 ne doute pas un instant qu'un journaliste, qui n'est pas objectif, puisse livrer un travail impartial. «Je pense que les journalistes sont formés adéquatement et qu'ils sont des personnes assez intelligentes pour faire la part des choses quand vient le temps de faire leur travail.» Pour lui, le danger réside plutôt dans la perception qu'en aura le public. «Si je suis membre du Parti québécois, je serais capable de critiquer quand même le Parti québécois. Mais encore une fois, ça va être dans l'image que ça projette sur le public.» Nous reviendrons d'ailleurs plus en profondeur sur les questions de conflit d'intérêts et d'apparence de conflit d'intérêts.

Même si le troisième participant évite de contrevenir à son devoir de réserve pour protéger son apparence d'impartialité auprès du public, il a l'impression «que peut-

être on s'en va vers ça, vers quelque chose où on va accepter que les journalistes ne sont pas des robots sans opinion et totalement objectifs». Même s'il soutient que les journalistes ne sont pas objectifs, il considère qu'ils sont en mesure de pratiquer leur métier avec impartialité. Il croit que le public pourrait éventuellement accepter le fait qu'un journaliste peut traiter d'un sujet avec impartialité, sans égard à ses valeurs ou à ses opinions personnelles.

En somme, cette dernière section nous éclaire sur une question centrale à ce projet de mémoire, c'est-à-dire la perception des étudiants en journalisme de l'impartialité. Même si les six participants avec qui nous nous sommes entretenus s'entendent pour dire qu'un journaliste ne peut aspirer à être entièrement objectif, quatre d'entre eux sont persuadés qu'un journaliste est capable d'exercer son travail de manière impartiale, en adoptant une démarche de travail exemplaire. Par démarche exemplaire, ces participants entendent «équilibrée» et «équitable». Pour eux, un journaliste se doit de montrer les deux côtés de la médaille et d'offrir une visibilité équivalente à tous les points de vue.

Le participant #4 croit pour sa part que les journalistes auraient tout intérêt à ne pas s'imposer un devoir de réserve lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux et à ne pas chercher à préserver leur apparence d'impartialité. Selon lui, il est tout à fait possible pour un journaliste de traiter impartialement d'un sujet sur lequel il se serait auparavant prononcé. D'ailleurs, il a raconté avoir lui-même réalisé un reportage sur un enjeu sur lequel il s'était exprimé.

### 4.3 DES JOURNALISTES MILITANTS: ACCEPTABLE OU PAS ?

#### 4.3.1 MILITER POUR UN PARTI POLITIQUE: ACCEPTABLE OU PAS ?

Un journaliste peut-il militer au sein d'un parti politique ? Selon le Guide de déontologie de la FPJQ, il «y a conflit d'intérêts lorsque les journalistes, par divers contrats, faveurs et engagements personnels, servent ou peuvent sembler servir des intérêts particuliers, les leurs ou ceux d'autres individus, groupes, syndicats, entreprises, partis politiques, etc. plutôt que ceux de leur public.» (FPJQ, 2010)

La délicate question des affinités politiques des journalistes fait périodiquement les manchettes. Au fil des ans, nombreux sont les journalistes à avoir sauté la clôture, c'est-à-dire qu'ils ont quitté le journalisme pour se lancer en politique active : Pierre Duchesne, Pascale Déry, Christine St-Pierre, Gérard Deltell, pour ne nommer que ceux-là. En 2007, le passage de Bernard Drainville en politique avait fait grand bruit. Sollicité par le Parti québécois pour se présenter dans la circonscription de Marie-Victorin sur la Rive-Sud de Montréal, Bernard Drainville, alors chef du Bureau parlementaire de Radio-Canada à Québec, réalise une entrevue avec le chef péquiste de l'époque, André Boicclair. En menant une entrevue avec le chef du parti duquel il joindra les rangs quelques jours plus tard, M. Drainville s'est-il placé en situation de conflit d'intérêts? Dans les jours qui ont suivi l'annonce de son passage en politique, l'ex-député maintenant animateur de radio, qui avait essuyé de nombreuses critiques, s'était défendu d'avoir «agi d'une quelconque façon à l'encontre de l'éthique journalistique» (Radio-Canada, 2007).

Pour découvrir où se positionnent les étudiants en journalisme et les journalistes récemment diplômés interrogés dans le cadre de ce travail de recherche, nous leur

avons demandé s'il était acceptable (et si oui, dans quelle mesure) pour un journaliste d'appuyer un parti politique. Quatre des six participants considèrent qu'un journaliste pourrait difficilement militer au sein d'un parti politique, alors que deux des six répondants n'y voient aucun problème. En interrogeant les participants par rapport à l'implication politique des journalistes, il nous a été possible d'appliquer les concepts de devoir de réserve et d'impartialité, des notions que nous avons abordées avec eux en tout début d'entretien, à un exemple concret. Même s'ils ont affirmé se soumettre à l'impartialité et au devoir de réserve, en réalité, le font-ils vraiment ?

Pour la participante #2, un journaliste pourrait difficilement appuyer un parti politique, son rôle étant plutôt de «scruter tout ce que le pouvoir fait». En tant que journaliste, tu peux «t'opposer à un parti politique, comme moi je me suis vocalement opposée à plusieurs des actions entreprises par le gouvernement Harper. Mais appuyer, militer pour un parti politique, ça je ne suis pas certaine.» Pour elle, journalisme et politique active sont inconciliables. La participante #5 voit elle aussi l'engagement politique des journalistes d'un mauvais œil. «Je ne pense pas que ce ne l'est [acceptable] dans aucune mesure (...) Pas si tu es un journaliste qui prétend être neutre et objectif (...) Tu devrais être critique de chaque parti, alors pourquoi en soutenir un.»

Le troisième répondant considère qu'il vaut mieux, pour un journaliste, de ne pas appuyer un parti politique. «Je serais prudent, je pense que je vais éviter justement de m'associer à un parti, même de façon privée, avec une carte de membre ou en allant au congrès ou quoi que ce soit.» Selon lui, il vaut mieux garder ses affiliations et ses préférences politiques pour soi. «Il faut éviter que ce soit une chose qui devienne publique (...) Je n'irais pas l'inscrire sur Facebook (...) je vais faire un peu plus attention que si j'avais un autre travail, donc évidemment, il n'y aura pas de prises de position publiques pour un parti.» Pour lui, le danger d'appuyer un parti politique

réside surtout dans l'apparence d'impartialité du journaliste qui pourrait être compromise auprès du public. Si un journaliste, en raison notamment de sa formation, est en mesure d'exercer son travail de manière impartiale tout en appuyant un parti politique, il risque, selon le participant, d'apparaître comme partial aux yeux du public et de nuire à sa crédibilité.

Le participant #4 soutient qu'il est tout à fait acceptable pour un journaliste de militer au sein d'un parti politique. Mais, à une seule condition : le journaliste ne doit pas tenter de cacher ses affiliations politiques à son public. «Si le journaliste l'assume et que quand on va lire un article de tel journaliste, on sait que ce journaliste a une sensibilité libérale, ou conservatrice ou néodémocrate, ou péquiste ou etc., je pense que c'est une bonne idée, je pense que c'est une bonne chose.» Selon lui, il serait donc souhaitable que les journalistes soient plus transparents par rapport à leur appartenance politique.

Le sixième participant donne quant à lui l'exemple de la journaliste Anne Lagacé-Dawson qui s'est présentée sous la bannière du Nouveau parti démocratique (NPD), dans la circonscription de Papineau, lors de la dernière élection fédérale. «She is very forth of her politics, people know where she's stands and I think that the fact that she's transparent about it sort of dissuades the fears that she might be partial or biased in her reporting.» Ce dernier se réfère d'ailleurs au devoir de réserve pour expliquer pourquoi la carrière politique de Mme Lagacé-Dawson ne vient pas empiéter sur sa carrière journalistique. «I think that the self-restraint in that case would be stopping one side from bleeding over to the other, (...) I think that you can be politically engaged and remain impartial and that can be a sign of self-restraint. And just the very fact that you are politically active is not necessarily a sign that you lack self restraint.»

Toujours selon le sixième participant, un journaliste pourrait, dans certaines circonstances, participer à une activité politique, et donc appuyer un parti politique, sans pour autant le faire de manière publique. «It's a tricky question because, yes, journalists a lot of the time can be very forth facing and recognizable, the name can be recognizable, so it might be difficult to create a situation were the name wasn't impacting the participation in a political activity, but I don't think that it's inappropriate.» Contrairement à la participante #2, il affirme que «the very nature, the very act of journalism is a politically active one, so for there to be some intermingling between a person professional life and then in their personal life being political I don't see a problem.»

En outre, la question de l'engagement politique des journalistes divise les participants que nous avons interrogés dans le cadre de ce projet de mémoire. Si deux des six participants n'y voient aucun problème, les quatre autres participants y sont - dans une certaine mesure - opposés. Ces derniers considèrent en effet qu'il vaut mieux observer un devoir de réserve lorsqu'il est question de politique, afin de demeurer impartiaux aux yeux du public. Si le fait d'appuyer un parti politique n'avait aucune incidence sur sa crédibilité, le participant #3 n'y verrait toutefois aucun problème. Pour le moment, il préfère toutefois s'imposer un devoir de réserve et garder ses affiliations politiques privées.

---

#### 4.3.2 MILITER POUR GREENPEACE: ACCEPTABLE OU PAS ?

Les six participants à ce projet de recherche ont ensuite été appelés à se prononcer à savoir s'il est acceptable pour un journaliste d'être membre de Greenpeace. Une fois de plus, la question divise nos six répondants. Quatre des six participants ne perçoivent pas négativement l'engagement d'un journaliste au sein du groupe de défense de l'environnement. Pour deux d'entre eux, il est toutefois tout aussi

inadmissible pour un journaliste de militer au sein de Greenpeace que d'un parti politique.

Nous avons questionné les participants quant à la légitimité - ou non - pour un journaliste de militer au sein d'un groupe comme Greenpeace, puisque nous avons l'impression que le groupe environnemental jouit de ce que nous pourrions qualifier de biais positif dans le champ journalistique. Selon nous, l'engagement d'un journaliste auprès de Greenpeace serait plus facilement accepté au sein de la profession que, par exemple, l'adhésion d'un journaliste à un parti politique. Puisque le groupe de défense de l'environnement est perçu, selon nous, assez positivement par les journalistes, nous avons voulu questionner les participants quant aux raisons pour lesquelles ils trouvent acceptable - ou pas - qu'un journaliste milite dans un groupe de pression comme Greenpeace. La cause que défend le groupe dans lequel milite un journaliste influence-t-elle le degré de légitimité de cet engagement ? Les participants à ce projet de recherche considèrent-ils plutôt que les journalistes doivent rester impartiaux et s'imposer un devoir de réserve, peu importe le groupe et la cause que défend ce groupe ? Les réponses à cette question nous permettront de mesurer le taux d'adhésion des étudiants en journalisme et des jeunes journalistes à la norme d'impartialité. Les participants s'imposent-ils un devoir de réserve de manière uniforme ou se permettent-ils d'y contrevenir ?

Pour le participant #6, un journaliste pourrait tout aussi bien être membre de Greenpeace que d'un parti politique. Selon lui, la défense de l'environnement est une cause politique, «just like any other, and I think that a journalist could be a member of Greenpeace without compromising your journalism integrity.» La première participante interviewée pour ce projet de recherche, qui ne voyait pourtant pas l'engagement politique des journalistes d'un bon œil, estime elle aussi qu'il serait acceptable pour un journaliste de militer au sein de l'organisme de protection de

l'environnement. «Ça me choque largement moins [que la politique], parce que je trouve que ce sont des engagements qui sont un peu plus humanistes, si on peut dire, alors que la politique c'est quand même beaucoup moins dans les intérêts universels, beaucoup plus dans les intérêts personnels.» Le participant #3 abonde dans le même sens. Même si lui y réfléchirait à deux fois avant d'appuyer ouvertement l'organisme environnementaliste – préférant observer un devoir de réserve –, il considère qu'il «est plus acceptable» pour un journaliste de militer au sein de Greenpeace qu'en politique active. Il explique avoir «toujours appuyé la plupart des organisations caritatives comme Greenpeace, comme la SPCA». S'agit-il d'un double standard ? Peut-être. «J'imagine que je devrais dire que c'est le même problème, mais selon moi, l'environnement c'est quelque chose que tout le monde devrait partager comme valeur (...) j'ai l'impression que Greenpeace défend un peu les intérêts de tout le monde, alors qu'un parti va séparer un peu les gens entre différentes opinions», explique-t-il.

Pour le participant #4, militer au sein de Greenpeace est acceptable, à condition que le journaliste assume son biais, exactement comme s'il était membre d'un parti politique. «C'est tout à fait acceptable, s'il l'assume (...) Je préfère beaucoup plus ça qu'un journaliste qui va faire des articles pour attaquer, pour faire avancer son point de vue, en se cachant derrière l'impartialité.»

La participante #2 s'est quant à elle désabonnée de Greenpeace peu de temps après avoir commencé son baccalauréat en journalisme, et ce, même si elle continue d'appuyer l'organisme. «Si je parle de Greenpeace, ils ont fait des actions qui ont vraiment été critiquées par certains (...) Greenpeace n'est pas exempt à la scrutation, juste parce que c'est une ONG. Ce sont des entités qu'il faut autant surveiller et analyser que des partis politiques.» Même son de cloche pour la cinquième participante qui ne fait aucune différence entre Greenpeace et un parti politique. Pour

elle, un journaliste a le devoir de se distancier de toute cause ou de tout groupe de pression, afin de pouvoir exécuter son travail de manière impartiale.

En bref, si les participants sont plus « tolérants » vis-à-vis de Greenpeace que d'un parti politique et s'ils perçoivent en majorité le groupe de pression de manière positive, pour deux des six participants, il n'est pas acceptable pour un journaliste d'y militer. Deux des quatre participants qui percevaient négativement l'engagement d'un journaliste au sein d'un parti politique font preuve d'indulgence lorsqu'il est question de Greenpeace. Si cinq des six participants soutiennent qu'un journaliste devrait s'imposer un devoir de réserve pour protéger leur apparence d'impartialité, certains d'entre eux pourraient y déroger dans certaines circonstances. Percevant Greenpeace de manière positive, certains participants ont semblé plus « ouverts » à l'idée de contrevenir à leur devoir de réserve en soutenant une action prise par le groupe de défense de l'environnement ou en y militant.

---

#### 4.3.3 MILITER POUR L'ASSOCIATION CANADIENNE DES PRODUCTEURS PÉTROLIERS: ACCEPTABLE OU PAS ?

Si les participants ne s'entendent pas à savoir si un journaliste peut militer au sein de Greenpeace, ils sont quasi unanimes en ce qui concerne l'Association canadienne des producteurs pétroliers. À une exception près, l'adhésion d'un journaliste à ce lobby pro-pétrole soulève un certain degré de malaise. Quatre des six participants interviewés sont catégoriques: un journaliste ne devrait pas militer au sein du groupe de pression.

En interrogeant les participants à savoir s'il était acceptable - ou pas - pour un journaliste de militer au sein de l'Association canadienne des producteurs pétroliers, nous souhaitons comparer leurs réponses avec celles fournies précédemment aux

questions portant sur Greenpeace et les partis politiques. Les participants à ce projet de recherche sont-ils moins indulgents vis-à-vis d'un groupe de pression qui fait la promotion de l'industrie pétrolière que d'un groupe de protection de l'environnement? Avant de commencer les entretiens, nous pensions que les participants allaient être plus hésitants à accepter qu'un journaliste soit membre de l'Association canadienne des producteurs pétroliers, cette dernière étant, selon nous, perçue plus négativement que Greenpeace au sein de la profession journalistique. Une fois de plus, les réponses à ces questions nous éclaireront quant au degré d'adhésion des étudiants en journalisme et des jeunes journalistes à la norme d'impartialité et aux motivations les incitant à respecter - ou pas - un devoir de réserve.

La première participante y est strictement opposée. Pourtant, elle a eu bien du mal à expliquer les raisons pour lesquelles elle considère qu'un journaliste ne doit pas être membre de ce groupe de pression pro-pétrole, alors qu'elle trouve acceptable qu'un journaliste milite au sein de Greenpeace. «La réponse ce serait clairement non, en fait ce serait moins respectable, mais j'essaie de trouver un argumentaire, c'est ça qui n'est pas évident.» Selon elle, les journalistes ont des a priori en ce qui concerne les questions du devoir de réserve et de l'impartialité qui les amènent à penser qu'il est «beaucoup plus acceptable d'appartenir à Greenpeace» qu'à un groupe de pression faisant la promotion de l'industrie du pétrole au pays.

Le participant #3 considère pour sa part qu'il pourrait être dommageable pour un journaliste de militer auprès de l'Association canadienne des producteurs pétroliers. «C'est un peu comme l'opposé de Greenpeace si on veut et je devrais pouvoir dire que c'est la même chose, mais, et c'est peut-être mes opinions personnelles qui transparaissent, j'ai l'impression que ça ferait plus mal à l'image du journaliste.» Le participant #6 fait quant à lui une importante distinction entre un organisme comme Greenpeace et l'Association canadienne des producteurs pétroliers. «I would say that

it's a different dynamic for me because you are then talking about something that bleeds into commercial interests and I think that there is a very important distinction to be made between political and business agenda.»

La participante #2 considère qu'un journaliste ne devrait pas être membre d'un groupe de pression, qu'il s'agisse de Greenpeace ou, dans ce cas-ci, d'un lobby pro-pétrole. «Personnellement, je n'ai pas beaucoup d'affection pour les producteurs de pétrole. J'en ai plus pour Greenpeace, mais ça reste la même chose, ça reste de t'affilier à une cause», explique-t-elle. La participante poursuit en précisant qu'il « ne faut pas que tu t'affilies à des causes, à aucune cause, que ce soit pour l'environnement ou contre l'environnement, pour ou contre les droits des femmes.» Dans un même ordre d'idées, la cinquième participante considère qu'en étant membre d'une organisation ou d'un groupe de pression, le journaliste est susceptible de compromettre son indépendance et sa capacité à mener son travail de la manière la plus impartiale possible. «Techniquement, tu es un membre actif d'une organisation, donc comment tu peux prétendre après ça transmettre une information qui soit objective, neutre ou impartiale ? Si techniquement ton but c'est de faire avancer le mandat de l'organisation.»

Le quatrième participant est fidèle à la position qu'il a défendue depuis le début de son entretien. Une fois de plus, il considère qu'il est tout à fait acceptable pour un journaliste d'être membre de l'Association canadienne des producteurs pétroliers, à condition que cette affiliation soit connue au grand jour. «Pour moi, il n'y a pas de différence entre quelqu'un qui est membre d'un lobby pro-pétrole et quelqu'un qui est membre d'un lobby anti-pétrole. Faites juste assumer qui vous êtes.»

En bref, les participants ne s'entendent pas à savoir si un journaliste peut et devrait militer pour une cause, que la nature de cet engagement soit politique,

environnementale ou économique. Si quatre des six participants interviewés pour ce projet de recherche considèrent qu'un journaliste ne devrait pas militer au sein d'un parti politique, ils ont fait preuve d'indulgence en ce qui concerne le groupe de défense de l'environnement Greenpeace. Seulement deux des six participants sont opposés à ce qu'un journaliste milite au sein du groupe environnemental. Finalement, cinq candidats sur six voient d'un mauvais œil l'engagement d'un journaliste auprès de l'Association canadienne des producteurs pétroliers soulève un certain degré de malaise.

Les réponses à ces trois dernières questions nous ont permis d'en apprendre davantage quant au degré d'adhésion des étudiants en journalisme et des jeunes journalistes interviewés dans le cadre de ce projet de recherche à l'impartialité journalistique et aux motivations qui les incitent à respecter - ou pas - un devoir de réserve. Certains participants, qui trouvaient acceptable qu'un journaliste milite au sein de Greenpeace, avaient une tout autre opinion en ce qui concerne l'Association canadienne des producteurs pétroliers.

#### 4.4 RESPECT (OU PAS) DES NORMES ET VALEURS: LES MOTIVATIONS

##### 4.4.1 APPARENCE DE CONFLIT D'INTÉRÊTS

Comme il en a déjà été question dans ce mémoire, les six participants avec qui nous sommes entretenus considèrent l'impartialité comme étant une valeur centrale à la pratique du métier de journaliste. Même si quatre des six des participants soutiennent que les journalistes sont formés pour livrer une information de manière impartiale, et ce, peu importe leurs opinions, cinq des six participants insistent sur l'importance pour un journaliste de préserver son apparence d'impartialité aux yeux

du public en s'imposant un devoir de réserve. Qui plus est, cinq des six participants interviewés pour ce projet de recherche considèrent que les journalistes doivent éviter de se placer en situation de conflit d'intérêts ou d'apparence de conflit d'intérêts, ces derniers pouvant être tout aussi néfastes que les premiers.

En questionnant les participants en ce qui a trait aux conflits d'intérêts, nous souhaitons en apprendre davantage quant à leur perception de l'apparence d'impartialité et du devoir de réserve. Si un journaliste ne respecte pas un devoir réserve et s'il n'apparaît pas impartial aux yeux du public, il pourrait se retrouver en situation d'apparence de conflit d'intérêts. Il y a conflit d'intérêts lorsque «la diffusion impartiale d'informations défavoriserait ou risquerait de défavoriser les intérêts personnels du journaliste en cause, que ceux-ci soient financiers ou non financiers (idéologie, parents, amis)» (Bernier, 2010, p. 315).

Si un journaliste ne respecte pas un devoir de réserve en prenant position pour ou contre un parti politique et qu'il est ensuite appelé à couvrir une campagne électorale, il pourrait sembler chercher à privilégier les intérêts particuliers de cette organisation politique, plutôt que l'intérêt public. Pour la FPJQ, l'apparence de conflit d'intérêts est d'ailleurs tout aussi dommageable que les véritables conflits d'intérêts (FPJQ, 2010). Pour éviter de se placer en situation d'apparence de conflits d'intérêts, les participants s'imposent-ils un devoir de réserve et s'efforcent-ils de demeurer impartiaux aux yeux du public?

«Parce que si tu as une position affichée par rapport à un enjeu précis, clairement alors tout ce que tu produis va sembler biaisé, même si ça ne l'est pas, parce que l'apparence d'impartialité, ou plutôt de non-impartialité est aussi dommageable que la vraie non-impartialité», explique la participante #2. Pour le participant #3, si les gens du public en viennent à considérer le travail d'un journaliste comme étant partial et

biaisé, «ils ne vont pas être capables de le voir comme étant un produit sérieux.» Par exemple, le fait de s'associer ouvertement à un parti politique pourrait affecter la crédibilité du journaliste qui serait alors perçu par le public - et par les acteurs de l'actualité - comme étant biaisé et partial. «En l'écoutant, en le lisant, on saurait forcément qu'il est rattaché à ce parti, donc je trouve que ça dédouane un peu, que ça décrédibilise un peu je trouve de connaître» son appartenance politique, soutient la participante #1.

Même si un journaliste soutient un parti politique que de manière privée, il y a toujours le danger que cet appui devienne public et, là encore, cela pourrait avoir pour conséquence de discréditer son travail. «Il y'a un danger quand même parce que ça pourrait affecter, ça peut toujours devenir connu, ça peut se savoir et après ça, la crédibilité de la personne va en souffrir», explique le participant #3. En tant que journaliste, il préfère garder ses opinions ou ses allégeances politiques pour lui, de peur d'être associé «à une ligne de pensée ou à des opinions.» Il s'agit véritablement d'une question d'apparence de conflit d'intérêts et de crédibilité, puisque les journalistes sont formés pour demeurer impartiaux.

Si le troisième participant a d'abord trouvé difficile de ne plus «se présenter comme étant en faveur de Greenpeace», il s'est depuis fait à l'idée, puisque selon lui, «avec le temps, tu comprends que l'apparence est aussi importante que la vraie impartialité.» En tant que journaliste, il croit que son image souffrirait bien plus s'il militait au sein de l'Association canadienne des producteurs pétroliers qu'au sein du groupe de défense de l'environnement. En effet, la mission du groupe de pression pro-pétrole est «peut-être quelque chose qui est moins populaire comme proposition dans la société», explique-t-il. «Encore une fois on parle d'image, parce que, selon moi, si on pouvait garder ça totalement privé, il n'y aurait pas de problèmes.»

En terminant, pour cinq des six participants rencontrés dans le cadre de ce travail de recherche, il est toujours essentiel de demeurer le plus impartial possible aux yeux du public. En respectant un devoir de réserve et en protégeant leur apparence d'impartialité, les journalistes s'assurent de pouvoir traiter de n'importe quel sujet avec indépendance. En effet, ils évitent de se placer situation d'apparence de conflit d'intérêts et protègent leur crédibilité, tant auprès du public que des sources avec lesquelles ils sont appelés à interagir dans l'exercice de leurs fonctions.

---

#### 4.4.2 DES JOURNALISTES TRANSPARENTS PLUTÔT QU'IMPARTIAUX

Le participant #4 se place à contre-courant des cinq autres répondants. Il croit que les journalistes auraient tout à gagner à être plus transparents. Selon lui, la capacité des journalistes à rester impartiaux et à observer un devoir de réserve est «compromis par les médias sociaux», ce qu'il considère comme «une bonne chose». Il est d'avis qu'en prenant clairement position par rapport à certains enjeux ou en s'affichant publiquement pour ou contre un parti ou un courant politique, les journalistes pourraient accroître leur crédibilité auprès du public. Les journalistes «gagneraient de la crédibilité parce qu'ils assumeraient qui ils sont. C'est le fait de ne pas assumer qui leur fait perdre de la crédibilité».

Pour appuyer son propos, ce participant cite l'exemple de Ricochet, un média canadien indépendant en opération depuis 2014, qui, d'après lui, ne manque pas de crédibilité, malgré son penchant progressiste assumé. «Quand tu lis un article de Ricochet, tu sais que le journaliste qui a écrit ça, il vote pour Québec solidaire, il est du bord des syndicats dans tous les conflits de travail, il est avec les LGBTQ dans leurs combats pour les droits égaux avec la majorité, il est avec les nations autochtones, etc. (...) Ricochet ne manque pas de crédibilité comme média.» Le quatrième participant soutient d'ailleurs que les gens «sentent que les journalistes

prennent position» et qu'il y a de la place pour plus de médias orientés politiquement ou socialement.

Pour le participant 4, l'impartialité n'est donc pas synonyme de crédibilité, bien au contraire. Il est d'avis que les journalistes gagneraient en crédibilité s'ils affichaient publiquement leurs opinions. Selon lui, il serait possible pour un journaliste de réaliser son travail de manière impartiale, en adoptant notamment une démarche et une routine de travail exemplaires, tout en assumant ses valeurs et opinions et en prenant position (en affichant ses allégeances politiques, par exemple). Contrairement aux autres participants, il ne s'impose pas un devoir de réserve, à quelques exceptions près. Nous reviendrons sur ces exceptions plus loin dans ce chapitre.

---

#### 4.4.3 INDÉPENDANCE JOURNALISTIQUE

Pour deux participantes sur six, le devoir de réserve ne sert pas seulement à préserver l'apparence d'impartialité, mais il est aussi essentiel à la profession journalistique dans le sens où il permet aux journalistes de protéger leur indépendance et leur capacité à traiter de tous les sujets.

Par indépendance journalistique, nous entendons cette distance que maintiennent les journalistes vis-à-vis «des pouvoirs et des groupes de pression» (FPJQ, 2010). Comme le mentionnent les Normes et pratiques journalistiques du Service de l'information de la Société Radio-Canada, «les journalistes devraient demeurer indépendants des lobbies et des pouvoirs politiques et économiques» (SRC, 2010). Pour les participantes #2 et #5, en s'imposant un devoir de réserve et en évitant de se placer en situation de conflit d'intérêts ou d'apparence de conflit d'intérêts, il est plus facile de conserver une apparence d'impartialité et d'ainsi pratiquer leur métier de manière indépendante.

Selon la participante # 2, le devoir de réserve permet de « couvrir ce que tu as à couvrir ». Elle soutient que si un journaliste prend position, « les gens pensent que tu as un parti pris et ils ne voudront pas te parler. Donc, ça peut te couper de certaines sources, ça peut te couper de certains articles. » Peu de temps après avoir entamé son baccalauréat, la participante #2 a décidé de mettre un terme à son association avec Greenpeace, justement pour protéger son indépendance journalistique. Selon elle, cette affiliation aurait pu lui créer des ennuis dans l'éventualité où elle serait appelée à enquêter ou à écrire sur l'organisme de protection de l'environnement. « Les gens auraient dit : "toi, tu donnes de l'argent à Greenpeace, quelle crédibilité tu as pour analyser cet enjeu-là de manière autonome ?" Même si moi je sais que ça ne m'affecte pas, en apparence, ça paraît mal. »

Bien qu'elle reconnaisse l'importance pour un journaliste de demeurer impartial, la participante #2 a pourtant raconté s'être publiquement opposée à certaines politiques du gouvernement conservateur de Stephen Harper. Elle prétend qu'il y a une distinction à faire entre le fait d'appuyer un parti politique et de le critiquer. « Je me suis vocalement opposée à plusieurs des actions entreprises par le gouvernement Harper. Mais appuyer ou militer pour un parti politique, ça je ne suis pas certaine (...) je pense que la job d'un journaliste c'est plus d'essayer de critiquer tout le monde que d'appuyer les gens. Critiquer tout le monde égal.» Comme il en a déjà été question, elle a aussi raconté avoir déjà pris position sur certains enjeux touchant le féminisme. Pourtant, malgré ces prises de position, la participante s'est dite convaincue de pouvoir traiter de féminisme de manière impartiale. Même si elle s'est déjà prononcée sur des questions touchant le féminisme, elle ne perçoit pas ces prises de position comme des obstacles l'empêchant de livrer des reportages impartiaux.

La participante #5 considère pour sa part qu'elle a la responsabilité et le devoir de demeurer « indépendante de tout pour pouvoir après justement faire mon travail.»

Étant toujours étudiante au baccalauréat en journalisme, elle soutient encore financièrement le magazine *l'Itinéraire*, un organisme communautaire montréalais qui contribue à la réinsertion sociale de personnes itinérantes. «Je me rends compte qu'éventuellement je ne pourrai pas nécessairement toujours faire ces dons-là annuels (...) si je veux être capable de porter un jugement neutre et objectif le plus possible sur eux autres, je ne peux pas avoir une relation monétaire avec eux.» Elle se questionne sur sa capacité à dénoncer une situation qu'elle ne jugerait pas acceptable si elle continue à les soutenir financièrement.

*Si je reçois une information voulant que les dons que je fais à L'Itinéraire vont à tel endroit et que je ne suis pas d'accord, après ça, j'ai l'air de quoi? Si je vais dire que ce n'est pas correct, est-ce que je suis fâchée parce que j'ai été flouée, parce que mon argent n'est pas allé là où je pensais ou c'est un travail vraiment objectif?*

Pour la participante #5, l'indépendance journalistique est donc une condition *sine qua non* à la pratique du métier de journaliste. En protégeant son indépendance, elle considère qu'il lui sera possible de demeurer impartiale aux yeux du public. Comme la participante # 2, le fait de prendre publiquement position sur un enjeu ou de militer pour un parti politique ou un groupe de pression pourrait non seulement compromettre son apparence d'impartialité, mais cela pourrait également menacer son indépendance journalistique et sa capacité à traiter de n'importe quel sujet ou de n'importe quelle organisation/individu.

## 4.5 MÉDIAS SOCIAUX: USAGES ET STRATÉGIES

### 4.5.1 UTILITÉS DES MÉDIAS SOCIAUX

Comme il en a déjà été question aux sections précédentes, les médias socionumériques sont des outils prisés par les journalistes. Ces dispositifs permettent

aux journalistes de distribuer rapidement et brièvement des nouvelles de dernière heure, de développer des idées de reportage et d'entrer en contact avec des sources et des intervenants (Lasorsa et al., 2012 ; Hermida, 2010 ; Russell, 2013). Cinq des six participants à ce projet de recherche perçoivent les médias sociaux comme utiles à la pratique du métier de journaliste.

La participante #2 explique que grâce aux médias sociaux, elle peut «savoir rapidement quand il se passe quelque chose. S'il y a un accident, on parle du *hard news*, s'il y a une manifestation, dès qu'il y a quelque chose qui se passe dans l'espace public et que les gens en parlent, ça te permet de te rendre rapidement sur les lieux et d'avoir vraiment une idée de ce qui se produit.» Les médias sociaux font maintenant partie intégrante de la profession journalistique, insiste pour sa part le participant #3. «C'est rendu une part intégrante selon moi, parce que on prend Twitter par exemple, c'est souvent là que les choses vont sortir en premier. Si je veux suivre un évènement, je vais le suivre sur Twitter souvent, parce que c'est instantané et c'est rapide.» Il souligne également que certains politiciens se tournent vers Twitter et Facebook pour faire leurs annonces. Nous n'avons qu'à penser à l'actuel président des États-Unis Donald Trump qui a beaucoup utilisé les médias sociaux lors de la dernière campagne présidentielle américaine.

Facebook permet également à la participante #2, qui occupe un emploi en journalisme, de rejoindre des intervenants facilement et rapidement et donc de se bâtir un réseau de contacts. «C'est vraiment un outil de travail. Premièrement, pour rejoindre les intervenants, en ce sens là, je ne pense pas que je pourrais m'en passer.» Les médias sociaux peuvent aussi être utilisés comme un outil de promotion et de publicité. «Ça aide beaucoup à la publicité, par exemple, si tu écris un article ou si tu fais un documentaire ou si tu fais un reportage, tu as envie, tu ne fais pas ça juste pour toi et tes amis, tu veux que ce soit ouvert», explique le quatrième participant. Pour le

participant #6, les médias sociaux sont utiles pour se bâtir et pour maintenir un lectorat.

Pour deux des six participants, les médias sociaux peuvent servir d'outil de surveillance des médias traditionnels. Par exemple, le participant #6 soutient que le public a maintenant la capacité de s'adresser, par l'entremise des médias sociaux, à un journaliste qui partagerait une information inexacte ou incomplète :

*If a journalist puts out information, says you know "explosion in X place: five people killed", and then, all of the sudden, people who are at the scene or whatever say actually there's only two, you know, you have to sort of reminder in the back of your mind that you are not the exclusive user of these platforms, the audience can talk back.*

Les journalistes auraient tout intérêt à contre-vérifier l'information avant de la partager, «because if the information is incorrect, more than likely somebody is going to call you on». En ce sens, les médias sociaux permettent non seulement aux journalistes de rejoindre le public, mais au public d'entrer en contact avec les journalistes. Ultimement, ces dispositifs « can bring issues to the foreground in a breath and deft and at a frequency and a speed that has been you know otherwise unknown in human history.»

Si cinq des six des participants interviewés perçoivent les médias sociaux comme des outils incontournables à la pratique du métier de journaliste, la cinquième participante avoue quant à elle se sentir comme un «dinosauire» lorsqu'il est question du Web social. «Je n'avais pas Facebook jusqu'à y a deux ans (...) j'apprends encore. C'est principalement pour le travail et l'école, principalement pour ça en fait que je m'en sers. Je n'ai jamais publié un message sur Twitter. Je ne suis pas sur Instagram. Je ne suis vraiment pas avancée à ce niveau-là et je pense que ça dépasse un peu mes capacités intellectuelles.» Même si la cinquième participante aimerait parfaire ses

connaissances en la matière, elle affirme ne pas toujours y voir la pertinence. «J'aimerais ça avoir plus de facilité pour être capable de m'en servir le plus possible, dans la mesure où je trouve que c'est raisonnable, correcte. Mais dans un autre sens, j'en vois pas toujours l'utilité, je vais pas me forcer à faire quelque chose si je trouve que ça sert à rien.»

Son utilisation limitée des médias sociaux et son attitude générale vis-à-vis de Facebook et de Twitter et de leurs usages dans la pratique du métier de journaliste viennent contredire l'image qu'on se fait généralement des natifs du numérique. Non seulement n'a-t-elle aucune « facilité » à utiliser les médias sociaux, mais elle n'a ni le désir ni même l'ambition d'accroître les usages qu'elle fait de ces dispositifs. Pour cette dernière participante, le fait d'être une native du numérique n'influence en rien la perception qu'elle se fait de l'impartialité journalistique et du devoir de réserve.

Pour les cinq autres participants, les médias sociaux peuvent toutefois être très utiles à la pratique du métier de journaliste, certains ne pouvant même imaginer pratiquer cette profession sans Facebook et Twitter.

---

#### 4.5.2 RIEN DE MOINS PRIVÉ QU'INTERNET

Bien que certains participants réfléchissent à l'idée de se créer un profil privé et un profil public séparés dans les médias sociaux (un compte professionnel et un compte personnel), les six participants interrogés pour cette enquête n'utilisent actuellement qu'un seul compte sur Facebook et Twitter. Cinq des six participants font preuve de prudence en ce qui a trait aux contenus qu'ils publient dans les médias sociaux. Un des six participants s'impose quant à lui une certaine «retenue» dans les médias sociaux, lorsqu'il le juge nécessaire.

«J'ai considéré avoir un autre compte Facebook et je me suis dit qu'éventuellement peut-être, si justement je deviens admettons animateur d'une émission de radio, ou quoi que ce soit, ou que j'ai vraiment un usage reconnaissable», explique le participant #3. Certains de ses anciens comparses de classes ont opté pour des comptes privé et public séparés. Or, pour sa part, il ne sent pas le besoin de le faire. «Pour le moment, je ne suis pas au point où j'ai besoin d'avoir deux comptes séparés, justement parce que je fais vraiment attention à ce que je publie sur mon compte personnel.»

Même si elle considère qu'il est risqué de n'avoir qu'un seul compte Facebook, la participante #2 explique faire attention au contenu qu'elle y publie. «C'est risqué hein? Ouais, je ne sais pas, j'ai comme pas, je ne sais pas comment dire. Il y en a de mes amis qui l'ont fait, gérer les deux profils, moi non. On dirait que j'ai l'impression de surveiller ce que je publie, je sais pas.» Elle explique y avoir longuement réfléchi. «Je ne sais pas quoi en penser sérieusement. J'y ai tellement réfléchi et je ne suis pas arrivée à une conclusion.» D'ailleurs, la majorité de ses collègues de travail «n'ont pas un compte public et un compte privé, eux aussi, leur compte personnel c'est leur compte professionnel, mais ils l'utilisent de manière réfléchie.» À part pour communiquer avec des intervenants, elle utilise Facebook principalement pour ses activités personnelles. «Parce que j'ai un site web, alors je me dis que les gens qui veulent aller voir vraiment mes articles, j'ai mon site Web. Je ne republie pas mon travail sur ma page Facebook (...) à ce moment là, est-ce que c'est pertinent que j'aie vraiment une page professionnelle? Je ne le sais pas.»

Le participant #6 assure pour sa part n'avoir rien (ou presque) à cacher dans les médias sociaux. «I have one Twitter account and most of the stuff I put on Facebook on my quote on quote personal account is public (...) because I don't have anything, well of course I have some things to hide and I wouldn't go near the Internet with a

10 foot pole with those things.» D'ailleurs, selon lui, le fait d'avoir un compte privé et un compte public ne constitue en rien un gage de sécurité pour les journalistes, puisqu'il n'y a rien de moins privé qu'Internet et les médias sociaux. «I think that it's slightly absurd to refer to anything that happens on social media or the internet as personal. That is a perhaps an antiquated sorts of characterization just because the internet is not personal or even when it sets out to be, they are so many risks that what it meant to be personal will become public.»

Pour la participante #5, public ou pas, le compte d'un journaliste devrait être irréprochable. Aucune prise de position ou aucun contenu pouvant compromettre l'apparence d'impartialité du journaliste ne devrait s'y retrouver. «J'ai envie de dire que ton compte professionnel devrait être irréprochable, mais ton compte personnel aussi un peu devrait l'être.» Selon elle, même s'il s'agit d'un compte privé, le journaliste devrait s'imposer un devoir de réserve et y appliquer la même prudence que s'il s'agissait d'un compte public ou professionnel.

La participante # 1 considère que les journalistes devraient redoubler de vigilance dans les médias sociaux. Peu importe la nature du compte, elle considère qu'un journaliste ou même un étudiant en journalisme qui souhaite demeurer impartial aux yeux du public devrait «faire beaucoup plus attention» aux contenus qu'il publie sur le Web. Même si cette participante considère qu'elle pourrait faire plus pour préserver son apparence d'impartialité, elle explique faire preuve de prudence en ce qui concerne les «contenus un petit peu plus personnels (...) des photos, des trucs comme ça, oui ça, je ne les affiche pas du tout sur Internet, ou sinon j'essaie de faire attention.» Elle réfléchit sérieusement à la possibilité de se créer un compte privé et un compte public séparés, une stratégie qui, selon elle, lui permettrait de garder sa vie privée un peu plus privée. «Je trouve ça vraiment intelligent, après je trouve qu'il faut vraiment le vouloir, mais j'ai l'impression que ça se fait de plus en plus (...) mais

ouais avoir juste un seul compte comme ça, qui n'est pas caché, pas ouvert à tous, mais on s'entend, voilà avec le nom affiché clairement, ouais je pense que c'est dangereux.»

En bref, alors que les six participants n'ont, à l'heure actuelle, qu'un seul profil Facebook et Twitter, cinq d'entre eux ont expliqué faire preuve de prudence lorsqu'ils partagent des contenus dans les médias sociaux. Une fois de plus, cela témoigne de l'importance que détient l'apparence d'impartialité aux yeux des participants et de la place centrale qu'elle occupe à l'intérieur du champ journalistique. Souhaitant protéger leur apparence d'impartialité auprès du public, cinq des six participants interviewés pour ce mémoire s'imposent un devoir de réserve lorsqu'ils interviennent dans les médias socionumériques.

---

#### 4.5.3 PRUDENCE OCCASIONNELLE

Bien qu'il soit généralement d'accord avec l'idée de partager ses opinions dans les médias sociaux, il arrive au participant #4 de jouer de prudence. «Même si je fais de l'opinion (...), certaines affaires que je sais qui sont un peu plus controversées, ce que je pense, je vais aller sur des groupes secrets.» Il a donc «une certaine retenue» par rapport «à certains sujets».

D'ailleurs, pour préserver sa réputation, il considère essentiel de clairement identifier les limites à ne pas franchir en matière de commentaires. Selon lui, il importe de dissocier des internautes qui selon lui tiennent des discours extrêmes. «Il y a moyen de tracer une ligne en disant “regarde moi c'est ça mon code, mon journalisme il est dans ce cadre-là, les gens que j'interviews c'est dans ce cadre-là, mais je ne suis pas quelqu'un dans les cadres d'extrême”.»

De plus, lorsqu'il travaille à la réalisation d'un reportage portant sur une question faisant l'objet d'un débat de société et qu'il est à la recherche d'intervenants, le participant #4 évite de se positionner d'un côté ou de l'autre. «Si je suis en train de faire un reportage et que je cherche des intervenants et etc. (...) c'est sûr que sur les médias sociaux, pendant cette période-là (...), je vais partager des nouvelles, mais je ne les commenterai pas, parce que je me dis bon, il faut être intelligent, il faut savoir mettre les chances de notre côté aussi.»

S'il est contre l'idée de s'imposer un devoir de réserve et s'il se montre critique par rapport à l'impartialité journalistique, le participant #4 s'est contredit à quelques reprises pendant l'entretien. Apôtre de la transparence, il s'impose à l'occasion un devoir de réserve. Le participant explique ne pas vouloir nuire à son travail journalistique en prenant position pour ou contre un enjeu au moment de réaliser un reportage. Cela démontre une fois de plus de l'importance allouée par les participants à la question de l'apparence d'impartialité. En effet, si le participant évite parfois de prendre position, c'est pour mettre «toutes les chances de son côté», en s'assurant notamment de ne pas se mettre des intervenants à dos et de ne pas paraître biaisé vis-à-vis d'un sujet. Il est donc conscient des conséquences que les usages qu'il fait des médias sociaux pourraient avoir sur sa carrière journalistique. S'il perçoit plutôt négativement le devoir de réserve, le participant #4 s'y soumet dans certaines circonstances.

---

#### 4.5.4 LES DANGERS DE L'INSTANTANÉITÉ

En plus de la nature «publique» des médias sociaux, deux des six participants interviewés pour ce projet de recherche perçoivent l'instantanéité qui est rendus possible par ces plateformes numériques comme risquée.

Le participant # 6 insiste sur le fait que les médias sociaux sont des plateformes comme toutes les autres : «Journalists have always have platforms to mess up.» Il croit que ce n'est pas en raison de leur nature que les médias sociaux peuvent être risqués pour les journalistes, mais plutôt en raison de la fréquence à laquelle il est possible d'y publier des contenus de tout genre. En effet, selon lui, en publiant des contenus plusieurs fois par jour, les risques de contrevenir aux normes et valeurs journalistiques, comme celle d'impartialité, augmentent. «I don't think that there's anything unique to the format of social media that increases the risks, but I think that the frequency at which people are reaching out that might be a danger.»

Pour la participante #2, avec l'instantanéité vient aussi le manque de recul. Elle considère qu'«à cause de l'instantanéité, souvent, on perd la distance critique qui est nécessaire. J'ai l'impression qu'on est tellement dans ça maintenant, dans le tout trop vite tout le temps, qu'on prend pas le temps de digérer les choses.»

En bref, pour ces deux participants, la nature instantanée des médias sociaux pourrait compliquer le respect du devoir de réserve et nuire à l'apparence d'impartialité des journalistes. En effet, la fréquence avec laquelle il est maintenant possible de partager des contenus donne aux journalistes encore plus d'occasions de contrevenir aux normes et valeurs journalistiques traditionnelles.

---

#### 4.5.5 RECOURS À UN PSEUDONYME

Les étudiants et les diplômés en journalisme qui ont pris part à ce projet de recherche ne s'entendent pas sur l'utilité, ni même la légitimité, pour un journaliste, de recourir à un pseudonyme au moment d'intervenir dans les médias sociaux. Alors qu'un seul des six participants utilise actuellement un pseudonyme sur sa page Facebook, deux des cinq autres participants y réfléchissent. Or, pour deux participants, il est tout à fait

inacceptable pour un journaliste de recourir à un pseudonyme dans les médias sociaux numériques, à moins qu'il ne s'agisse d'une situation exceptionnelle.

Le participant #3 est le seul des six participants à ce projet de recherche à utiliser un pseudonyme dans le réseau social Facebook. Dans son profil, son nom de famille n'est pas écrit correctement. « C'est mon prénom et mon nom de famille, mais écrits avec des lettres toutes croches. Mais, à la base, (...) c'était une blague d'amis, puis je ne l'ai juste jamais changé (...) Je me suis juste habitué à avoir mon faux nom, puis à ne pas le changer », raconte-t-il. Même s'il n'utilise pas sa véritable identité sur sa page Facebook, ce participant assure que son intention n'a jamais été de se cacher derrière une fausse identité pour préserver, d'une quelconque façon, son intimité, « parce que ultimement, j'ai plein d'amis de mon bac en journalisme, j'ai plein d'anciens employeurs, de collègues qui sont amis avec moi sur Facebook, qui savent que c'est moi ». D'ailleurs, dans les autres réseaux sociaux, Twitter et Instagram par exemple, il utilise sa véritable identité.

La première participante envisage pour sa part de se créer un profil Facebook personnel séparé dans lequel elle utiliserait un pseudonyme. Selon elle, cette stratégie lui permettrait de garder une plus grande part de mystère en ce qui a trait à sa vie privée et à ses opinions et d'ainsi mieux protéger son apparence d'impartialité. « Je pense que ce serait le plus intelligent, pour être un petit peu caché du public quoi, encore une fois, pour protéger ses opinions, pour ne pas que le public, comment dire, connaisse les vraies valeurs, la personnalité du journaliste. »

Le participant #4 abonde dans le même sens. Il croit en effet qu'un jour ou l'autre, il n'aura d'autres choix que d'avoir deux profils Facebook séparés : un pour ses activités professionnelles et un pour ses activités personnelles. D'ailleurs, même s'il préférerait ne pas avoir à se rendre jusque là, il n'exclut pas l'idée de recourir à un

pseudonyme. « J'espère ne pas avoir à me créer un pseudonyme un jour, parce que ça voudrait dire que j'aurais quelque chose à cacher. » Une fois de plus, le participant #4 se contredit, lui qui a prôné à de multiples occasions pendant l'entrevue la transparence. En effet, le quatrième participant interviewé dans le cadre de ce projet de recherche soutient que les journalistes devraient exposer plus clairement leurs opinions et leurs allégeances politiques, notamment lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux, plutôt que de chercher à protéger ce qu'il qualifie de « fausse neutralité des médias ». Or, il soutient ici qu'il envisage éventuellement de recourir à un pseudonyme dans les médias sociaux, ce qui contrevient à l'idée de transparence qu'il a mise de l'avant.

Pour deux des six participants, il est tout à fait inacceptable pour un journaliste d'utiliser un pseudonyme au moment d'intervenir dans les médias sociaux. Ils considèrent que les journalistes ne devraient en aucun cas cacher leur identité, à moins qu'il soit absolument essentiel de le faire, par exemple, pour le bien d'une enquête. «I would say that the same philosophy that applies to any situation where a journalist would misrepresent himself, would take on an assumed name and then would go undercover, you know they are reasons to do that and they are the exceptions to the rules, so anytime you would do that on social media, it would be the same philosophy», explique le participant #6.

La participante #5 abonde dans le même sens. Elle considère que le recours à un pseudonyme constitue un procédé clandestin et qu'il doit demeurer l'exception à la règle. Elle affirme qu'un journaliste ne devrait pas dire sous le couvert de l'anonymat ce qu'il ne serait pas «capable d'assumer» publiquement. Selon cette participante, si un contenu partagé risque de menacer son respect du devoir de réserve et son apparence d'impartialité, un journaliste devrait s'abstenir de le partager dans les médias sociaux, plutôt que de le faire sous le couvert de l'anonymat. Elle ne

considère donc pas l'utilisation d'un pseudonyme comme un moyen légitime de se conformer à la valeur d'impartialité et au devoir de réserve.

En outre, les deux participants qui réfléchissent à l'idée de recourir à un pseudonyme le feraient pour s'offrir davantage de liberté quant à la nature des contenus qu'ils partagent dans les médias sociaux. Même si le participant #4 considère que les journalistes auraient tout intérêt à être plus transparents dans leurs activités en ligne, il n'exclut pas l'idée d'utiliser un pseudonyme, ce qui est contradictoire. La participante #1 envisage de faire usage d'un pseudonyme pour protéger son intimité et maintenir une certaine part de mystère vis-à-vis du public. Les participants #5 et #6 considèrent quant à eux qu'il est inacceptable pour un journaliste d'utiliser un pseudonyme. Selon eux, pour protéger son apparence d'impartialité, un journaliste devrait s'imposer un devoir de réserve en tout temps dans les médias sociaux et surveiller la nature des contenus qu'il y partage.

#### 4.5.6 TRACES NUMÉRIQUES: UNE MENACE À L'IMPARTIALITÉ

Cinq des six participants réfléchissent aux traces qu'ils laissent derrière eux lorsqu'ils interviennent dans les réseaux sociaux. Ces participants considèrent que ce qu'ils écrivent dans les médias sociaux peut être révélateur et que ces traces numériques sont susceptibles de compromettre leur apparence d'impartialité.

Le participant #3 perçoit les contenus qu'il publie dans Facebook comme éternels. «Ces trucs-là, ça va rester sur Facebook pour toujours.» Voilà pourquoi, selon lui, il est essentiel de redoubler de prudence. «Je fais attention à ce que mon devoir de réserve ne puisse pas être trahi dans le futur, si on veut, par ce que j'écris aujourd'hui. Il y a donc une prudence à avoir (...) il faut savoir quoi publier et quoi ne pas publier.» Même s'il croit qu'un journaliste pourrait se permettre de commenter un

sujet sur lequel il n'est pas appelé à travailler, lui préfère rester le plus impartial possible lorsqu'il intervient sur sa page Facebook. Il donne l'exemple de la campagne électorale américaine. S'il s'était positionné en faveur de l'un ou l'autre des candidats à l'élection présidentielle de 2016, il aurait «toujours une petite crainte que si jamais dans 10 ans tu te retrouves aux États-Unis pour couvrir la prochaine élection, les gens pourraient dire “ah, il a démontré une opinion contre le Parti républicain y'a 10 ans” (...) C'est un risque très mince, mais j'ai toujours tendance à éviter de prendre ces risques-là». Il considère que ce qu'il fait aujourd'hui dans les médias sociaux pourrait avoir un impact sur son futur professionnel.

La participante #5 a l'impression que nous oublions parfois que tout ce que nous publions ou partageons dans Internet et dans les médias sociaux laisse des traces et que ces traces peuvent être révélatrices.

*Je pense qu'on oublie ça étant donné que c'est tellement instantané, étant donné que c'est comme une seconde nature maintenant, on oublie que tout ce que l'on met sur la toile peut être retracé, peut être retrouvé (...) ça peut être des trucs d'il y a 5 ans et en 5 ans, tu as évolué en tant que personne, tu as le droit de changer d'avis ou d'opinion.*

Peu importe les paramètres de confidentialité, elle croit que ce qu'on laisse derrière soi dans les médias sociaux est susceptible d'être retracé. «Peu importe, parce que c'est quoi des paramètres de confidentialité, c'est quelque chose que quelqu'un a codé pour te donner une impression de privé, mais, dans les faits, n'importe qui est capable de lire ce code-là et de le réécrire.»

En ce sens, la participante #1 sait pertinemment qu'elle laisse des traces lorsqu'elle intervient dans les médias sociaux et que ces traces sont révélatrices de la personne qu'elle est. «Quelqu'un qui va voir mes profils, il sait clairement, pas mes opinions politiques, mais je pense qu'il sait clairement vers quel bord je me dirige, quelles

valeurs je partage, enfin je pense que oui, toutes publications en disent tellement sur moi et j'en suis consciente.»

Le sixième participant explique intervenir dans les médias sociaux en gardant en tête qu'il y a nécessairement quelqu'un qui regarde ce qu'il est en train de faire. «If you would had tell me today that what I have done on the Internet for the last five years was gone a become public knowledge, I'd probably feel Ok about it. Because I don't act on the internet as if nobody is watching, I assume that somebody is watching.»

En bref, pour ces cinq participants, il est essentiel de porter une attention toute particulière aux contenus qu'ils publient dans les médias sociaux, puisque dans les médias sociaux, rien ne disparaît véritablement. Non seulement s'imposent-ils un devoir de réserve, mais ils réfléchissent également aux conséquences qu'un contenu publié aujourd'hui pourrait avoir dans le futur. Ces participants font donc preuve de prudence lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux.

---

#### 4.5.7 MISES EN GARDE À L'ÉCOLE

Lors des entretiens, nous avons demandé aux six participants s'ils avaient reçu des mises en garde à l'école (de la part de professeurs ou de professionnels du journalisme) quant à leurs habitudes d'utilisation des médias sociaux. La question a été abordée plus longuement avec quatre participants. Si, pour un des six participants, son utilisation des médias sociaux était déjà conforme à celle prônée par ses professeurs, une autre répondante raconte avoir modifié ses pratiques une fois sur les bancs d'école. Deux des six participants ont quant à eux rejeté ces mises en garde ou repoussé leur adoption.

La participante #2 avoue avoir modifier l'usage qu'elle fait des médias sociaux peu de temps après avoir entamé ses études postsecondaires en journalisme :

*C'est vraiment quand je suis rentrée à l'école que je me suis mis à réaliser que je ne pouvais pas publier n'importe quoi. (...) Quand j'ai commencé à faire le nettoyage de mes photos, j'avais le gout de me frapper la tête sur un mur, j'étais comme seigneur, j'ai laissé ça sur mon compte Facebook tellement longtemps.*

Elle raconte avoir été mise en garde surtout par rapport à la nature des contenus qui sont partagés dans les réseaux sociaux. C'est du moins principalement ce qu'elle retient de ces avertissements. «C'était beaucoup plus par rapport à, par exemple, une photo de moi toute nue sur la boisson. Des trucs compromettants (...) Si, sur mon compte Facebook, j'ai l'air d'une *party girl* pas sérieuse, c'est sûr que ça paraît mal.» Maintenant, elle réfléchit plus longuement avant de partager un contenu ou avant de commenter une publication Facebook. «Je réfléchis vraiment juste plus à ce que je partage (...) Aux commentaires que j'écris. Quand tu es au Cégep, au secondaire, tu en publies plein, des photos niaiseuses, mais je ne fais plus ça. C'est vraiment par rapport au sérieux du contenu que je partage.»

Le troisième participant n'a pas l'impression d'avoir diamétralement changé son utilisation des médias sociaux depuis qu'il est journaliste «Je ne pense pas que ce soit ma profession qui ait changé tant que ça mon usage, j'ai toujours été prudent sur les réseaux sociaux», explique-t-il. Si des cours comme Éthique et déontologie du journalisme, un cours qu'il a suivi à l'UQÀM, ont pu le «conscientiser» sur son utilisation des réseaux sociaux, ils n'ont révolutionné en rien sa façon d'aborder les médias socionumériques. Les mises en garde de ses professeurs ont plutôt «mis des mots plus clairs sur des concepts» auxquels il avait déjà réfléchi. «Ça n'a pas révolutionné ma pensée. Je savais déjà qu'on vivait dans un monde où n'importe qui peut taper ton nom sur Google et te trouver (...) il faut que tu fasses attention à ce qui

se retrouve-là, sans non plus capoter avec ça. C'est quelque chose sur lequel j'étais déjà conscientisé avant j'ai l'impression.»

Pour deux des six participants interviewés pour ce mémoire, les mises en garde de leurs professeurs n'ont pas changé l'usage qu'ils font des médias sociaux. «On n'a pas arrêté de nous le dire. Même à l'université Laval, on a fait des espèces de jeux pour voir qu'est-ce qui transparissait sur Facebook ou pas, sur Twitter, et en règle général sur Internet (...) mais ça ne m'a pas empêché, je n'ai pas changé mon utilisation», explique la participante #1. Une fois sur le marché du travail, l'étudiante prévoit toutefois modifier son utilisation des médias sociaux. «C'est que vu que je suis encore étudiante, je me dis que j'ai encore le temps de protéger mes opinions, de me faire, comme je disais, un compte privé, un compte public, (...) mais je pense que je n'ai vraiment pas raison de faire ça et qu'on devrait tous vraiment se protéger là-dessus.»

Le participant #4 porte un regard complètement différent sur la situation. Il a ni la volonté ni même le désir de modifier l'usage qu'il fait des médias sociaux. «Ils mettent en garde. Ils mettent en garde, mais je n'écoute pas cette mise en garde. Au pire, je me dis que je vais faire qu'est-ce que je veux et qu'au pire je deviendrai relationniste.» Il soutient aussi qu'il pourrait aller travailler ailleurs dans le monde, comme en France par exemple, où, d'après lui, il est plus accepté pour les journalistes de donner leurs opinions.

\*\*\*

Pour conclure, à la lumière des entretiens que nous avons menés avec quatre étudiants en journalisme et deux journalistes récemment diplômés, il nous paraît évident que l'impartialité demeure, aux yeux des participants, une valeur centrale à la profession

journalistique. En effet, la totalité des participants a souligné l'importance pour un journaliste d'exécuter son travail de la manière la plus impartiale possible. S'ils aspirent à pratiquer leur métier le plus impartialement possible, cinq des six participants aspirent aussi à paraître impartiaux aux yeux du public. Or, à l'ère des médias sociaux, il pourrait être de plus en plus difficile pour les étudiants en journalisme et les jeunes journalistes de protéger leur apparence d'impartialité en respectant un devoir de réserve. Mis à part le participant #4, qui souhaite que les journalistes soient transparents plutôt qu'impartiaux aux yeux du public, les participants rencontrés pour ce mémoire respectent un devoir de réserve au moment d'intervenir dans les médias sociaux.

À l'occasion, certains participants contreviennent toutefois à leur devoir de réserve, en s'exprimant, par exemple, sur des enjeux qui les tiennent à cœur. À l'inverse, le participant #4, qui n'a pas l'habitude de s'imposer un devoir de réserve, le fait parfois, lorsqu'il le juge nécessaire. Cela va à l'encontre de la position qu'il a défendue tout au long de son entretien, c'est-à-dire une plus grande transparence de la part des journalistes par rapport à leurs opinions et leurs allégeances politiques.

Comme nous pouvions nous y attendre, cinq des six participants, qui ont grandi avec le Web social, considèrent que les médias sociaux constituent des outils utiles à la pratique du métier de journaliste : recherche de sujets, recrutement d'intervenants, promotion et publicité, réseautage, etc.). La participante #5 ne correspond toutefois pas à l'image que l'on se fait généralement des natifs numériques. Non seulement n'est-elle pas très active dans les médias sociaux, mais elle ne perçoit pas ces plateformes comme des outils pouvant être utiles à la pratique du métier de journaliste. Par ailleurs, les six participants interrogés pour ce mémoire n'utilisent qu'un seul compte Facebook et Twitter. La plupart d'entre eux soutiennent qu'ils font preuve de prudence quant à la nature des contenus qu'ils y publient.

Finalement, les participants ne s'entendent pas sur la légitimité pour un journaliste de recourir à un pseudonyme au moment d'intervenir dans les médias sociaux. Alors que deux participants y réfléchissent, pour deux des quatre autres participants, il est inacceptable pour un journaliste de se cacher derrière un faux nom lorsqu'il intervient dans les médias sociaux, et ce peu importe la situation.

## CHAPITRE V - DISCUSSION

Comment les étudiants en journalisme et les journalistes récemment diplômés perçoivent-ils l'impartialité journalistique et le devoir de réserve et dans quelle mesure s'y conforment-ils? Après avoir examiné en détail le contenu des six entretiens menés dans le cadre de ce projet de recherche, nous tenterons maintenant de dégager certaines tendances à savoir si, oui ou non, l'usage que font les étudiants en journalisme et les étudiants en journalisme récemment diplômés des médias sociaux est susceptible de modifier les normes et pratiques journalistiques traditionnelles et si oui, dans quelle mesure.

Pour ce projet de recherche, nous avons choisi de concentrer nos efforts sur les étudiants en journalisme et les nouveaux journalistes, puisque ces derniers pourraient, plus que tout autre agent du champ journalistique, avoir un impact profond sur la pratique du métier de journaliste et sur le champ journalistique lui-même. En effet, d'après la théorie des champs du sociologue Pierre Bourdieu, que nous avons examinée plus longuement dans la section dédiée au cadre théorique de mémoire, de par la position qu'ils occupent à l'intérieur du champ journalistique, c'est-à-dire celle de nouveaux agents, les étudiants en journalisme et les jeunes diplômés ont la possibilité de modifier le champ journalistique ou, à l'inverse, de contribuer au maintien du statu quo.

Selon Bourdieu, pour exister et être reconnus à l'intérieur d'un champ, les agents doivent parvenir à se différencier les uns par rapport aux autres. Pour se faire une place à l'intérieur du champ, les nouveaux agents pourraient chercher à se distinguer par rapport aux autres agents déjà actifs à l'intérieur du champ. À cet égard, le rapport qu'ils entretiennent avec les médias sociaux pourrait permettre aux étudiants en journalisme et aux jeunes journalistes de se démarquer. Non seulement les

étudiants en journalisme sont-ils de nouveaux agents, mais ils sont, pour la plupart, ce que Marc Prensky qualifie de «natifs du numérique». Ils ont grandi avec les médias sociaux, des dispositifs qui occupent une place centrale dans la pratique du métier de journaliste et dans l'habitus journalistique.

À une exception près, les participants à cette étude considèrent que les médias sociaux jouent un rôle central dans la pratique du métier de journaliste. Seule la participante #5 s'est montrée sceptique en ce qui concerne l'apport que pourraient avoir les médias sociaux sur la pratique du métier de journaliste, percevant ces dispositifs de manière plutôt négative. Cette dernière ne correspond pas à l'idée qu'on se fait généralement des natifs du numérique. Elle avoue elle-même avoir l'impression d'être née à la mauvaise époque.

Les cinq autres participants perçoivent les médias sociaux comme des outils de travail essentiels permettant de distribuer rapidement et brièvement des nouvelles de dernière heure, de développer des idées de reportage, d'entrer en contact avec des sources, etc. (Lasorsa et al., 2012 ; Hermida, 2010 ; Russell, 2013). Les jeunes diplômés avec qui nous nous sommes entretenus ont du mal à s'imaginer la pratique du métier sans les médias sociaux. Pour le participant #3, ces dispositifs jouent un rôle central dans la pratique du métier de journaliste :

*Peut-être que c'est biaisé parce que depuis le plus loin que je me souviens, je suis sur Facebook et ça a fait partie de ma vie, entre guillemets, depuis 10 ans, j'ai jamais fait le métier sans ça, il y a peut-être un moyen de le faire, mais moi j'ai l'impression que c'est plus seulement un outil pour aider les gens à communiquer entre eux, mais c'est aussi, y a des choses qui se passent sur Facebook.*

Les rapports qu'entretiennent les étudiants en journalisme et les journalistes récemment diplômés avec le Web social, combiné à leur position de nouvel agent,

pourraient donc les amener à jouer un rôle révolutionnaire au sein de la profession. Ayant grandi avec les médias sociaux, les étudiants en journalisme pourraient être tentés d'adopter les normes et valeurs associées au Web social, c'est-à-dire la transparence, la connectivité, l'expressivité, etc. Cela pourrait se faire au détriment des normes et valeurs journalistiques traditionnelles, comme l'impartialité. Les étudiants en journalisme et les jeunes journalistes pourraient délaissé l'impartialité au profit de la transparence et refuser de s'imposer un devoir de réserve lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux. Mais ont-ils la volonté de modifier les manières dont le métier de journaliste est pratiqué?

D'abord, même s'ils ont grandi avec les dispositifs du Web social, les participants à ce projet de mémoire ont semblé utiliser les médias socionumériques de la même façon que les autres agents du champ journalistique: recherche, nouvelles de dernière heure, promotion, réseautage, etc. Les étudiants en journalisme et les journalistes récemment diplômés avec qui nous nous sommes entretenus n'ont pas témoigné d'une volonté de repousser les limites quant à l'utilisation des médias sociaux dans la pratique du métier de journaliste.

Il faut dire que le champ journalistique avait déjà évolué au cours de la dernière décennie en adoptant massivement les médias sociaux et en les intégrant à la routine de travail des journalistes. Reconnaisant que les nouvelles technologies et, plus spécifiquement, le Web social ont pu influencer et modifier le champ journalistique, Stephen R. Barnard décrit l'habitus journalistique comme étant «hybride». Bien avant l'arrivée des natifs du numérique sur le marché du travail, le champ journalistique avait donc opéré un virage technologique, en adoptant les médias sociaux. De manière générale, d'après nos observations, les étudiants en journalisme et les jeunes journalistes reproduisent les rapports qu'entretient déjà le champ journalistique avec les dispositifs du Web social. Les nouveaux agents avec lesquels nous nous sommes

entretenus pour ce projet de mémoire ne souhaitent ni accroître la place qu'occupent les médias sociaux dans la pratique du métier de journaliste ni modifier la nature de cet usage.

Ensuite, en ce qui concerne l'impartialité journalistique et le respect du devoir de réserve, à la lumière des entretiens menés dans le cadre de ce projet de recherche, force est de constater que les étudiants en journalisme empruntent actuellement le chemin du maintien du statu quo. En effet, comme ceux qui les ont précédés dans les salles de rédaction, les étudiants en journalisme et les nouveaux journalistes considèrent toujours la valeur d'impartialité comme incontournable à la pratique du métier de journaliste.

Comme il en a déjà été question, l'habitus fournit aux journalistes les structures mentales nécessaires afin d'appréhender le monde social et d'interagir avec les autres agents. Pour reprendre les termes de Bourdieu, l'habitus fournit aux agents les schèmes de production et de perception nécessaires à la pratique du métier de journaliste. En ce sens, l'habitus des étudiants en journalisme pourrait les avoir prédisposés à aborder (et à pratiquer) leur métier de manière à protéger leur apparence d'impartialité et à s'imposer un devoir de réserve. Même pour le quatrième participant, qui dénonce le fait que les journalistes aspirent à protéger leur apparence d'impartialité aux yeux du public, la valeur d'impartialité demeure essentielle. S'il ne considère pas que les journalistes doivent s'imposer un devoir de réserve pour préserver ce qu'il perçoit comme une fausse neutralité des médias, il est d'avis que le travail que produisent les journalistes doit, lui, être impartial. Selon lui, les journalistes doivent donner une place équivalente aux deux côtés de la médaille lorsqu'ils produisent un reportage.

Le rapport qu'entretiennent les étudiants en journalisme et les journalistes récemment diplômés vis-à-vis de l'impartialité journalistique découle-t-il d'un choix prémédité? En faisant leur entrée dans les écoles de journalisme, les étudiants ont-ils pu choisir de s'imposer ou de ne pas s'imposer un devoir de réserve ou cela leur a-t-il plutôt été imposé? Il nous semble que les étudiants aient pu s'être sentis contraints de le faire. En prêtant allégeance à l'impartialité journalistique et en s'imposant un devoir de réserve, les étudiants en journalisme pourraient se voir donner accès au champ journalistique. Bourdieu considère que les agents, même les plus désavantagés, en viennent à accepter un certain nombre de « règles », l'objectif étant de se faire accepter et reconnaître par les autres agents et de prendre part aux luttes qui se déroulent à l'intérieur du champ.

Dans les entretiens que nous avons menés dans le cadre de ce projet de recherche, certains participants ont raconté s'imposer un devoir de réserve pour préserver leur apparence d'impartialité. Selon eux, un journaliste pourrait pourtant prendre position sur une question faisant l'objet d'un débat de société, tout en étant capable, en raison notamment de sa formation, de traiter impartialement de ce sujet. Ces participants considèrent que les journalistes, qui ne sont pas des êtres impartiaux, sont formés pour traiter d'un sujet de manière impartiale.

Ils ont toutefois l'impression qu'il est impossible de pratiquer le métier de journaliste en ne paraissant pas impartiaux aux yeux du public et des acteurs de l'actualité. Même s'ils considèrent qu'il est impossible - voire même inutile - pour un journaliste d'être totalement impartial, la plupart des participants acceptent donc de s'imposer un devoir de réserve lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux pour préserver leur apparence d'impartialité. En s'imposant un devoir de réserve, ils souhaitent protéger leur crédibilité auprès du public, des autres agents du champ journalistique et des intervenants avec lesquels ils pourraient être appelés à interagir dans le cadre de leur

travail. Bien qu'ils soient de nouveaux agents, les étudiants en journalisme n'ont donc vraisemblablement pas l'ambition – pour le moment du moins – de se rebeller vis-à-vis de l'impartialité journalistique ni du devoir de réserve.

Le participant #4 fait toutefois figure d'exception. En ne respectant pas un devoir de réserve, pourra-t-il accéder au champ journalistique et pratiquer le métier de journaliste? Possiblement que non. Même s'il insiste sur l'importance pour un journaliste d'adopter une démarche de travail impartiale, en ne protégeant pas son apparence d'impartialité - il préfère être transparent plutôt que de s'imposer un devoir de réserve dans les médias sociaux -, le participant #4 sait qu'il pourrait miner ses chances d'un jour occuper un poste de journaliste au sein d'une entreprise de presse. «Ils [les professeurs] nous mettent en garde, mais je n'écoute pas ces mises en garde. Au pire, regarde, moi je vais faire qu'est-ce que je veux et, au pire, je deviendrai relationniste.»

Ce participant soutient d'ailleurs que ses collègues et lui se font souvent répéter à l'école, qu'en journalisme, des emplois, il n'y en a pas, ce qui pourrait contribuer au maintien du statu quo à l'intérieur du champ journalistique. Le rapport entre le nombre de nouveaux entrants et le nombre de postes disponibles est effectivement significatif pour Bourdieu. Lorsqu'il y a plus de prétendants que de postes disponibles, les forces stabilisatrices supplantent généralement celles favorisant une révolution dans les pratiques et les normes en vigueur au sein d'un champ. Puisque ce n'est pas tous les étudiants qui sont prêts à hypothéquer leur carrière en se rebellant contre l'impartialité journalistique, ils pourraient être nombreux à adopter les normes et pratiques journalistiques traditionnelles et à s'y conformer.

Bien qu'il favorise la transparence au détriment de l'apparence d'impartialité, le participant s'impose à l'occasion un devoir de réserve, expliquant ne pas vouloir

nuire à son travail lorsqu'il réalise un reportage. S'il évite parfois de prendre position ou d'afficher ses allégeances politiques dans les médias sociaux, c'est pour mettre «toutes les chances de son côté», en s'assurant notamment de ne pas contrarier des intervenants potentiels. Bien qu'il se soit vocalement opposé au devoir de réserve, il lui arrive donc de se conformer aux «règles du jeu» en vigueur à l'intérieur du champ journalistique, l'objectif étant d'y accéder et de voir son travail reconnu par les autres agents et le public.

Le concept de communauté interprétative peut également nous éclairer quant aux motivations qui amènent les étudiants en journalisme et les jeunes journalistes à s'imposer un devoir de réserve. D'après le concept de communauté interprétative, le journalisme est défini par la manière dont les journalistes parlent d'eux-mêmes et se regroupent autour d'un sens commun. Selon Barbie Zelizer, par l'entremise d'interactions informelles, qui peuvent prendre diverses formes (discussions, réunions professionnelles, interviews à la télévision, etc), les journalistes parviennent à assimiler les normes et pratiques en vigueur au sein d'une profession. Ils saisissent par le fait même les limites à l'intérieur desquelles ils peuvent exercer leur métier.

Selon le concept de communauté interprétative, les journalistes se rassemblent autour de discours créés à partir d'événements marquants de la vie publique. Le cas de Véronique Dubé pourrait constituer l'un de ces discours que s'échangent les journalistes et les étudiants en journalisme. Cette reporter de Radio-Canada au Saguenay-Lac-Saint-Jean a contrevenu, selon une décision de l'ancien ombudsman des services français de Radio-Canada, à ses obligations et à la déontologie journalistique, en prenant position sur sa page Facebook à propos du projet de Charte des valeurs québécoise que souhaitait adopter le gouvernement péquiste de Pauline Marois. Une participante à ce projet de recherche a raconté en avoir discuté en classe, le cas de cette journaliste pouvant servir de point de départ à des discussions visant à

réfléchir à la présence en ligne des journalistes et au respect du devoir de réserve à l'ère du numérique. En échangeant sur le cas de Véronique Dubé, les journalistes et les étudiants en journalisme pourraient en venir à différencier la «bonne» pratique de la «mauvaise» et à déterminer les limites à l'intérieur desquelles un journaliste peut utiliser les médias sociaux.

### 5.1 UN PROCESSUS DE NORMALISATION PARTIEL

Alors que les médias sociaux en sont venus à occuper une place centrale à l'intérieur du champ journalistique, la propension des étudiants en journalisme et des nouveaux journalistes à s'imposer un devoir de réserve s'est transposée dans les médias sociaux. Bien qu'ils soient des natifs du numérique, ils ne perçoivent pas, d'un point de vue déontologique, les médias sociaux différemment des autres plateformes de diffusion plus traditionnelles (télévision, journaux, radio, etc.).

À cet égard, le participant # 6 a insisté pour dire lors de son entretien que les journalistes ont toujours eu des plateformes pour «se mettre dans le pétrin». Selon lui, les médias sociaux peuvent être risqués pour les journalistes dans la mesure où ces dispositifs leur permettent de publier des contenus de tout genre, et ce, à tout moment. Il croit qu'en publiant des contenus plusieurs fois par jour, les risques de contrevenir aux normes et valeurs journalistiques augmentent.

Renaud Carbasse avance pour sa part que depuis l'adoption des médias sociaux par les journalistes, « la profession tente de revisiter les anciens idéaux professionnels d'objectivité, d'impartialité et d'indépendance, pour les renforcer ou les ajuster aux nouvelles modalités d'interaction en ligne. » (Carbasse 2012, p. 209) Au cours des dernières années, le champ journalistique s'est efforcé à encadrer l'utilisation des médias sociaux par les journalistes afin de préserver les grands idéaux qui définissent

la profession. À une exception près, les participants appliquent, dans leurs activités numériques, le même discernement et la même prudence que sur toute autre plateforme, ce qui est conforme à la position défendue notamment par la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) et le Service de l'information de Radio-Canada.

Comme l'a observé Jane B. Signer dans ses recherches portant sur les journalistes/blogueurs politiques, nous assistons à un processus de normalisation à travers duquel les journalistes intègrent leurs usages des médias sociaux à leur propre système normatif. À l'exception du participant #4, l'usage que font les participants ayant pris part à ce projet de recherche pointe donc, en théorie du moins, vers la normalisation, c'est à dire la protection des grands idéaux journalistiques.

Dans les faits, cette tendance est pourtant loin d'être aussi nette et précise. S'ils n'empruntent pas forcément la voie du changement, les étudiants en journalisme ne semblent pas pour autant accepter le statu quo dans son entièreté. S'ils normalisent l'usage qu'ils font des médias sociaux aux normes et valeurs journalistiques traditionnelles, ce processus de normalisation ne se fait pas sans « écarts de conduite ».

En effet, certains participants contreviennent à leur devoir de réserve et nuisent à leur apparence d'impartialité en se prononçant dans les médias sociaux sur certains sujets et enjeux qui leur tiennent à cœur, comme le féminisme. «Je me le permets, parce qu'un enjeu comme le féminisme, c'est pas vrai que je vais rester neutre là-dessus, parce que ça me concerne intrinsèquement en tant que femme. Ce n'est pas comme avoir une opinion politique à mon avis», raconte la participante #2. Cette dernière explique aussi s'être «vocalement opposée à plusieurs des actions entreprises par le gouvernement Harper». Dans un même ordre d'idées, la participante # 1 explique que

les contenus publiés sur son profil Facebook étaient révélateurs de la personne qu'elle est et des valeurs qu'elle défend. C'est à se demander si la présence même des journalistes dans les médias sociaux remet en question leur capacité à maintenir un «effacement neutre» vis-à-vis du public.

Certains participants contreviennent donc périodiquement à leur devoir de réserve. Bien qu'il ne s'agisse pas d'un désaveu total vis-à-vis de l'impartialité journalistique, en s'exposant de la sorte dans les médias sociaux et en y prenant position, les étudiants en journalisme et les journalistes récemment diplômés contreviennent, dans une certaine mesure, aux normes journalistiques traditionnelles.

À cet égard, Lasorsa, Lewis et Holton (2012) ont eux aussi constaté la présence d'opinions dans les contenus publiés par des journalistes sur le site de microblogage Twitter. Ils attribuaient la présence accrue d'éléments d'opinion à la nature même du réseau social qui, selon eux, encourage l'expression d'opinions. Nous pourrions avancer que les étudiants en journalisme, tout comme les journalistes actifs dans Twitter, adoptent certaines valeurs qui sont propres au web social, comme l'interactivité et la connectivité, tout en normalisant et en intégrant l'usage qu'ils font des médias sociaux à leur propre système de valeurs.

## 5.2 ENTRE HUMILITÉ ET IMPARTIALITÉ

S'ils s'imposent majoritairement un devoir de réserve pour protéger leur apparence d'impartialité, les participants à ce projet de recherche ont tous insisté sur l'impossibilité – voire même l'inutilité – pour un journaliste d'être entièrement impartial ou encore moins objectif. En étant conscients de leur biais, ils abordent leur profession avec humilité et se distancient par le fait même de l'idéologie journalistique. Conscients qu'ils ne sont pas des êtres totalement objectifs, ils ne

craignent pourtant pas que cela puisse les en empêcher de bien réaliser leur travail. «Je ne pense pas que d'être un journaliste, ça veut dire d'être neutre, être journaliste ça veut dire d'être ouvert d'esprit, d'être capable d'entendre les points de vue de ceux qui ne sont pas d'accord avec toi et de les transmettre de manière objective, mais toi, ça veut pas dire que tu dois être un robot complètement dénué d'opinions», tranche la participante #2.

Les participants rencontrés pour ce projet de mémoire n'aspirent donc pas à se transformer en des «machines» totalement objectives. Pour eux, il est possible de ne pas être objectifs, mais d'accomplir un travail impartial. En effet, la plupart des étudiants en journalisme et des jeunes journalistes avec qui nous nous sommes entretenus s'imposent un devoir de réserve dans les médias sociaux, non pas pour mieux exercer leur travail, mais pour préserver leur apparence d'impartialité. Ils ne craignent pas tellement les impacts que leur non-objectivité pourrait avoir sur le travail qu'ils produisent, mais craignent plutôt les répercussions négatives que cette dernière pourrait avoir sur la perception que se fera le public de leur travail. Ils protègent leur apparence d'impartialité en s'imposant un devoir de réserve, l'objectif étant de demeurer crédibles et indépendants auprès du public.

Ce rapport «utilitaire» qu'entretiennent les étudiants et les diplômés en journalisme avec l'impartialité se répercute dans leurs activités en ligne et dans l'ambivalence dont ils ont fait preuve en ce qui concerne la légitimité pour un journaliste de militer au sein d'un parti politique ou d'un organisme comme Greenpeace ou l'Association canadienne des producteurs pétroliers. Certains participants, qui sont opposés à l'engagement d'un journaliste au sein d'un parti politique ou de l'Association canadienne des producteurs pétroliers, se montrent plus indulgents vis-à-vis de Greenpeace. Ne percevant pas le groupe de défense de l'environnement comme une menace à leur crédibilité (selon eux, Greenpeace est perçu de manière assez positive

dans la société), ils ne ferment pas la porte à l'idée de contrevenir à leur devoir de réserve en militant au sein de Greenpeace ou en appuyant une action menée par le groupe environnemental. En d'autres mots, puisque Greenpeace jouit d'une bonne réputation au sein de la population et du champ journalistique et qu'il défend une cause qu'ils perçoivent comme étant positive et utile, ces participants ne s'offusquent pas à l'idée qu'un journaliste y milite.

S'ils ne semblent pas vouloir se rebeller contre la valeur d'impartialité et s'ils s'imposent plus souvent qu'autrement un devoir de réserve lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux, les étudiants en journalisme et les nouveaux journalistes pourraient éventuellement en venir à s'en distancier plus nettement. «J'ai l'impression que peut-être on s'en va vers ça, vers quelque chose où on va accepter que les journalistes ne sont pas des robots sans opinions, totalement objectifs, mais encore maintenant, je fais attention à l'usage que je fais des médias sociaux», résume le participant #3.

Alors que les médias sociaux continuent de s'imposer auprès d'une majorité de Québécois – plus de 70% des adultes québécois (90% des 18 à 44 ans) sont actifs dans les médias sociaux (CÉFRIO 2015) –, la présence en ligne des journalistes pourrait être appelée à se redéfinir. Les médias sociaux n'ont pas infiltré seulement le champ journalistique au cours de la dernière décennie, mais la société dans son ensemble. Ces dispositifs, qui encouragent l'expression d'opinions et l'interactivité entre les usagers, pourraient compliquer la tâche aux journalistes et aux étudiants en journalisme désireux de protéger leur apparence d'impartialité.

En terminant, les journalistes pourraient progressivement s'offrir une plus grande liberté lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux, en adoptant les valeurs qui sont mises de l'avant par le Web social (interactivité, connectivité, transparence,

expressivité, etc.), et contrevenir encore davantage à leur devoir de réserve en partageant des contenus qui pourraient affecter leur apparence d'impartialité. S'ils désobéissent à l'occasion à leur devoir de réserve, cette tendance pourrait s'accroître au cours des prochaines années. Il serait effectivement surprenant de voir les journalistes s'effacer des médias sociaux pour préserver leur apparence d'impartialité.

## CONCLUSION

Pour conclure, les étudiants en journalisme sont non seulement actifs dans les médias sociaux, mais ils ont grandi avec le Web social. Étant, pour la plupart, des natifs du numérique, est-il plus difficile, pour eux, de respecter un devoir de réserve lorsqu'ils interviennent dans les médias sociaux? Étant, de par leur position de nouvel agent à l'intérieur du champ journalistique, en mesure de métamorphoser le champ journalistique, ont-ils toujours la volonté d'appliquer la valeur d'impartialité journalistique ou rejettent-ils plutôt cette valeur centrale à la profession journalistique ?

De nature exploratoire, ce projet de recherche avait pour objectif de dégager certaines tendances à savoir si, oui ou non, l'usage que font les étudiants en journalisme des médias socionumériques constitue une menace au respect de certaines normes et pratiques journalistiques traditionnelles. Pour mesurer l'impact de l'utilisation des médias sociaux par les étudiants et les diplômés en journalisme sur la pratique du métier de journaliste, nous avons mené six entretiens de type semi-dirigé avec des étudiants en journalisme de première, deuxième et troisième année, ainsi qu'avec de jeunes journalistes.

À la lumière de ces rencontres, force est de constater que l'impartialité journalistique demeure une valeur centrale à la profession journalistique. Pour préserver leur apparence d'impartialité, la très grande majorité des participants avec qui nous nous sommes entretenus dans le cadre de ce projet de recherche s'impose un devoir de réserve au moment d'intervenir dans les médias sociaux. Considérant les médias socionumériques comme des incontournables à la pratique du métier de journaliste, la plupart des participants y appliquent les mêmes normes et valeurs journalistiques que lorsqu'ils interviennent dans d'autres plateformes de diffusion plus «traditionnelles».

Bien que la majorité des répondants soutienne que les journalistes sont formés pour livrer une information impartiale, les participants ont tous insisté, à une exception près, sur l'importance de se prémunir contre les apparences de partialité et de conflit d'intérêts. S'ils n'aspirent pas à devenir des êtres objectifs, bien que reconnaissant l'importance pour un journaliste d'adopter une démarche de travail impartial, les étudiants et les diplômés en journalisme souhaitent, pour la plupart, protéger leur apparence d'impartialité aux yeux du public. Ils s'imposent donc un devoir de réserve lorsqu'ils interviennent dans les réseaux sociaux. Seul un participant est d'avis qu'il pourrait être bénéfique pour les journalistes de délaissé, dans l'usage qu'ils font des médias sociaux, la valeur d'impartialité au profit de la transparence et de l'honnêteté.

Même s'ils sont de nouveaux agents et qu'ils ont grandi avec les médias sociaux, les étudiants et les diplômés en journalisme interviewés pour ce projet de recherche ne semblent pas vouloir - pour l'instant du moins - se rebeller contre l'impartialité journalistique. Pourtant, certains participants ont avoué contrevenir à l'occasion à leur devoir de réserve, par exemple, en prenant position sur des enjeux qui leur tiennent à cœur. Alors que les médias sociaux poursuivent leur ascension à l'intérieur du champ journalistique, certains participants laissent entrevoir la possibilité d'éventuellement se distancier de l'impartialité journalistique, à condition bien entendu que le public en vienne à accepter que les journalistes ne soient pas des êtres objectifs, mais qu'ils sont capables de pratiquer leur métier de la manière la plus impartiale possible.

Plutôt que les étudiants en journalisme et les jeunes journalistes, c'est peut-être le public qui en viendra à modifier le rapport que les journalistes entretiennent avec certaines normes et valeurs traditionnelles, comme l'impartialité et le devoir de réserve. Comme le participant #3 l'entrevoit, le public en viendra peut-être à accepter qu'un journaliste puisse traiter d'un enjeu avec impartialité, tout en ayant une position affichée par rapport à ce même enjeu. «Parce que si tu es capable de faire

une critique négative de Greenpeace même si tu es membre de Greenpeace, par exemple, les gens vont voir que tu n'es pas dans une ligne de pensée immuable», conclut-il. Comme le laisse entrevoir le participant #4, le public recherchera peut-être un jour des journalistes préférant la transparence à l'impartialité.

La relation qu'entretiennent les journalistes avec le public a par ailleurs évolué au cours des dernières années. En encourageant l'interactivité et la connectivité de ses usagers, tout en misant sur une approche plus personnalisée, les médias sociaux pourraient avoir contribué à redéfinir la frontière qui séparait autrefois le journaliste de son public.

Si le public en vient à accepter que les journalistes soient des êtres subjectifs capables d'exécuter un travail impartial, ces derniers pourraient délaisser l'impartialité et le devoir de réserve au profit de certaines valeurs associées au Web social, comme la transparence. Il serait toutefois surprenant de voir les journalistes se détacher complètement de l'impartialité. Comme les six participants à ce projet de mémoire semblent le penser, cette valeur fait partie de l'ADN des journalistes. Le rapport que les journalistes entretiennent avec cette valeur pourrait toutefois se concentrer autour du travail des journalistes, plutôt que des journalistes eux-mêmes qui ne seront jamais, aux yeux des participants, des «robots» totalement impartiaux.

## LIMITES DU PROJET DE RECHERCHE

La question à laquelle nous nous sommes intéressés dans ce projet de recherche, c'est-à-dire l'impact sur les normes et valeurs journalistiques traditionnelles de l'usage que font les étudiants en journalisme et les jeunes journalistes des médias sociaux, est vaste et complexe. Ce projet n'avait d'ailleurs pas la prétention - ni même l'intention - d'y répondre de manière claire et sans équivoque. Étant un projet

de nature exploratoire, il nous est impossible de généraliser nos résultats, notre échantillon étant beaucoup trop limité. Pour obtenir un portrait plus global du sujet de recherche et poursuivre la réflexion quant à l'influence de l'utilisation des médias sociaux par les étudiants en journalisme sur les normes et pratiques journalistiques traditionnelles, il pourrait être pertinent, dans un prochain projet de recherche, de construire un questionnaire de type sondage à partir des résultats obtenus lors des entretiens menés dans le cadre de ce mémoire, puis de l'administrer auprès d'un échantillon plus imposant.

Finalement, en nous intéressant exclusivement aux étudiants en journalisme et aux journalistes récemment diplômés, nous sommes conscients d'exclure d'autres individus susceptibles d'influencer le champ journalistique. Nous pensons notamment aux journalistes d'expérience. De par la position qu'ils occupent à l'intérieur du champ journalistique, ces derniers pourraient, comme les nouveaux agents, contribuer à la métamorphose du champ journalistique. Comme nous l'avons déjà indiqué, le public, qui n'a jamais eu un accès aussi direct et rapide aux journalistes, pourrait aussi influencer le champ journalistique. Le projet que nous avons réalisé dans une optique exploratoire et les conclusions que nous en avons tirées sont donc limités et partiels.

## BIBLIOGRAPHIE

- Bardin, L. (1977). *L'analyse de contenu*. Paris : Presses universitaires de France.
- Barnard, S. R. (2012). *Twitter and the journalistic field: how the growth of a new(s) medium is transforming journalism*. (Thèse de doctorat). Université du Missouri. Récupéré de ProQuest Dissertation & Theses. 3533982.
- Barnard, S. R. (2014). « "Tweet or be sacked": Twitter and the new elements of journalistic practice ». *Journalism*, 17(2), 190 - 207. DOI: 10.1177/1464884914553079
- Benson, R., Neveu, E. (2005). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge : Polity Press.
- Bernier, M-F. (2004). *Éthique et déontologie du journalisme*. Québec : Les presses de l'Université Laval.
- Berthier, N. (2010). *Les techniques d'enquête en sciences sociales : méthodes et exercices corrigés*. Paris : Les Éditions Armand Colin.
- Blanchet, A., Gotman, A. (2014). *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Paris : Les Éditions Armand Colin.
- Bonneville, L., Grosjean, S., Lagacé, M. (2007). *Introduction aux méthodes de recherche en communication*. Montréal : Gaëtan Morin éditeur.
- Bor, S. E. (2014). « Teaching Social Media Journalism: Challenges and Opportunities for Future Curriculum Design ». *Journalism & Mass Communication Educator*, 69 (3), 243-255. DOI: 10.1177/1077695814531767
- Bourdieu, P. (1987). *Choses dites*. Paris : Les Éditions de minuit.

Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. New York : Columbia University Press.

Bourdieu, P. (2005). «The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field». Dans *Bourdieu and the Journalistic Field*, sous la direction de Benson, R., Neveu, E. Cambridge : Polity Press, 29-47.

Bourdieu, P. (2008). *Sur l'emprise de la télévision : suivi de L'emprise du journalisme*. Paris : Éditions Raisons d'Agir.

Boyd, D. M. et Ellison. N. B. (2008) «Social Network Sites: definition, history, and scholarship». *Journal of Computer-mediated Communication*, 13(1), p. 210-230.

Brin, C., Charron, J. et Bonneville, J. (2004). *Nature et transformation du journalisme. Théorie et recherches empiriques*, Québec, Les Presses de l'Université Laval.

British Broadcasting Corporation (2012). *Breaking news guidance for BBC journalists*. Récupéré en août 2015 de [www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2012/02/twitter\\_guidelines\\_for\\_bbc\\_jou.html](http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2012/02/twitter_guidelines_for_bbc_jou.html)

The British Broadcasting Corporation (2015). «BBC News Group Social Media Guidance for Staff». Récupéré en janvier 2016 de [http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/26\\_03\\_15\\_bbc\\_news\\_group\\_social\\_media\\_guidance.pdf](http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/26_03_15_bbc_news_group_social_media_guidance.pdf)

Brüggemann, M., Engesser, S. (2014). «Between Consensus and Denial: Climate Journalists as Interpretive Community», *Science Communication*, 36(4), pages 399-427, DOI: 10.1177/1075547014533662

Brunet, P. J. (2002). *Éthique et Internet*. Québec : Les Presses de l'Université Laval.

BuzzFeed (2017). «The BuzzFeed Audience». Récupéré en février 2017 de <https://www.buzzfeed.com/advertise>

Carbasse, R. (2012). « La déontologie journalistique et les réseaux sociaux : L'encadrement de l'utilisation de Twitter par les institutions du journalisme québécois ». Dans *Médias sociaux : Enjeux pour la communication*, sous la direction de Proulx, S., Millette, M et Heaton, L., 203-232, Québec : Presses de l'Université du Québec.

Carr, D. (2012). « Twitter Is All in Good Fun, Untill Isn't ». *The New York Times*. Récupéré le 14 février 2014 de [www.nytimes.com/2012/02/13/business/media/twitter-is-all-in-good-fun-until-it-isnt.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2012/02/13/business/media/twitter-is-all-in-good-fun-until-it-isnt.html?_r=0)

Cardon, D. (2008). « Le design de la visibilité », *Réseaux*, 6 (152), p. 93-93. [www.cairn.info/revue-reseaux-2008-6-page-93.htm](http://www.cairn.info/revue-reseaux-2008-6-page-93.htm).

Carvin, A. (2012). *Distant Witness : social Media, the Arab Spring and a Journalism Revolution*. New York : Cuny Journalism Press.

CEFRIQ (2015). «NETendances 2015 : Les médias sociaux : plus présents dans le processus d'achat des Québécois». Récupéré le 26 mars 2017 de <http://www.cefrio.qc.ca/netendances/les-medias-sociaux-plus-presents-dans-le-processus-d-achat-des-quebecois/>

Chalaby, J. K. (1998). *The invention of journalism*. New York : St. Martin's Press.

Conseil de presse du Québec (2002). « Avis du Conseil de presse du Québec concernant le journalisme en ligne ». Récupéré en août 2015 de <http://conseildepresse.qc.ca/publications/avis/avis-du-conseil-de-presse-du-quebec-concernant-le-journalisme-en-ligne/>

Coutant, A. et Stenger T. (2012). « L'avènement des "médias sociaux"? Une histoire de participation ». *Le Temps des médias. Revue d'histoire*, Nouveau Monde Éditions, 76-86.

Deslauriers, J.-P. (1991). *Recherche qualitative : guide pratique*. Montréal : McGraw-Hill, Éditeurs.

Desplanques, A. C. (2012). « Droits de scolarité : les médias étudiants se mobilisent ». *Projet J, Observatoire du journalisme*. Récupéré le 14 février 2014 de [projetj.ca/article/droits-de-scolarite-les-medias-etudiants-se-mobilisent](http://projetj.ca/article/droits-de-scolarite-les-medias-etudiants-se-mobilisent)

Desplanques, A. C. (2012). « Twitter et les journalistes, une relation en construction ». *Projet j, Observatoire du journalisme*. Récupéré le 14 février 2014 de [projetj.ca/article/twitter-et-les-journalistes-une-relation-en-construction](http://projetj.ca/article/twitter-et-les-journalistes-une-relation-en-construction)

Duchaine, Gabrielle. (2012). « Jean Lapierre remporte sa joute juridique contre Pierre Sormany ». *La Presse*. Récupéré le 14 février 2014 de [www.lapresse.ca/actualites/justice-et-affaires-criminelles/201209/06/01-4571845-jean-lapierre-remporte-sa-joute-juridique-contre-pierre-sormany.php](http://www.lapresse.ca/actualites/justice-et-affaires-criminelles/201209/06/01-4571845-jean-lapierre-remporte-sa-joute-juridique-contre-pierre-sormany.php)

Fédération professionnelle des journalistes du Québec (2010). *Guide de déontologie des journalistes du Québec*. Récupéré en mars 2016 de [www.fpqj.org/fileadmin/FPJQ/pdf/10\\_12\\_Guide\\_en\\_vigueur.pdf](http://www.fpqj.org/fileadmin/FPJQ/pdf/10_12_Guide_en_vigueur.pdf)

Francoeur, Chantal. (2013). « Facebook, beaucoup plus qu'un média social ». *Observatoire du journalisme, Projet J*. Récupéré le 13 février 2014 de [projetj.ca/article/facebook-beaucoup-plus-qu%E2%80%99un-media-social](http://projetj.ca/article/facebook-beaucoup-plus-qu%E2%80%99un-media-social)

Francoeur, C. (2012). « Informer ou in-former ? : Les formats journalistiques au service du statu quo », *Composite*, 15(2)

- Gingras, A.-M. (2009). *Médias et démocratie : le grand malentendu*. Québec : Presses de l'Université du Québec
- Lefebvre-Gonzalez, C. (2013). « Rewriting the Rulebook, Revamping an Industry: Objectivity and Professional Journalism in Transition in the Modern Media Ecology ». [Thèse de doctorat]. Université du Colorado.
- Hermida, A. (2009). « The Blogging BBC ». *Journalism Practice*, 3 (3), 268-284. DOI: 10.1080/17512780902869082
- Hermida, A. (2010). « Twittering the News: the emergence of ambient journalism ». *Journalism Practice*, 4 (3), 297-308.
- Hermida, A. (2012a) «Social Journalism: Exploring How Social Media is Shaping Journalism». Dans *The Handbook of Global Online Journalism*, sous la direction de Siapera, E., Veglis, A., 309-328, Grande-Bretagne : Wiley-Blackwell
- Hermida, A. (2012b). « Why journalists should break news on Twitter ». Récupéré en août 2015 de [j-source.ca/article/why-journalists-should-break-news-twitter](http://j-source.ca/article/why-journalists-should-break-news-twitter)
- Hirst, M. et Treadweel, G. (2011). « Blogs Bother me ». *Journalism Practice*, 5 (4), 446-461. DOI: 10.1080/17512786.2011.555367
- Jeanne-Perrier, V. (mai 2010). Colloque *Les journalismes : réalités plurielles, éthique commune ?*. Acte du colloque, Ottawa, Université d'Ottawa, 9 mai 2010. Récupéré en février 2014 de [www.crej.ca/REJ2010/Jeanne-Perrier.pdf](http://www.crej.ca/REJ2010/Jeanne-Perrier.pdf).
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: where old and new media collide* New York: New York University Press.

Kaufman, L. (2013) « BuzzFeed hires Pulitzer winner to head investigative unit ». The New York Times. Récupéré en février 2017:

<http://www.nytimes.com/2013/10/22/business/media/buzzfeed-hires-pulitzer-winner-to-head-investigative-unit.html>

Lagacé, P. (2010). « Le journaliste de La Presse et les médias sociaux ». *La Presse*. Récupéré le 13 février 2014 de [blogues.lapresse.ca/lagace/2010/10/05/le-journaliste-de-la-presse-et-les-medias-sociaux/](http://blogues.lapresse.ca/lagace/2010/10/05/le-journaliste-de-la-presse-et-les-medias-sociaux/)

Larsorca, D. L., Lewis, S. C. et Holton, A. E. (2012). « Normalizing Twitter ». *Journalism Studies*, 13 (1), 19-36. DOI : 10.1080/1461670X.2011.571825

Lynch, D. (2007). « Incubating Innovation at Journalism Schools », *Nieman Reports*, Fall, pp. 61-3.

Mercier, A. (2012). « La place des réseaux sociaux dans l'information journalistique ». L'Observatoire du web-journalisme au sein du Centre de Recherche sur les Médiations (CREM). Récupéré le 15 mars 2015 de [www.ina-expert.com/e-dossier-de-l-audiovisuel-journalisme-internet-libertes/la-place-des-reseaux-sociaux-dans-l-information-journalistique.html](http://www.ina-expert.com/e-dossier-de-l-audiovisuel-journalisme-internet-libertes/la-place-des-reseaux-sociaux-dans-l-information-journalistique.html)

Millerand, F. et Proulx, S. (2010). « Web social, mutation de la communication ». Dans *Web social, mutation de la communication*, sous la direction de Millerand, F., Proulx, S. et Rueff, J., Québec : Presses de l'Université du Québec.

Millette, J. (2013). *De la rue au fil de presse : Grèves étudiantes et relations publiques*. Québec : Les Presses de l'Université Laval.

Millette, M., Millette J. et Proulx, S. (2013). « Hashtags et casseroles : De l'auto-organisation du mouvement social étudiant ». *Wi*, 7, (1) [en ligne] Récupéré en

février 2014 de [wi.mobilities.ca/hashtags-et-casseroles-de-lauto-organisation-du-mouvement-social-etudiant](http://wi.mobilities.ca/hashtags-et-casseroles-de-lauto-organisation-du-mouvement-social-etudiant)

Molyneux, L. (2014). « What journalists retweet: Opinion, humor, and brand development on Twitter ». *Journalism*, 16 (7), 920 - 935. DOI: 10.1177/1464884914550135

Mourao, R. R. (2014). «The boys on the timeline: Political journalists' use of Twitter for building interpretive communities». *Journalism* 2015, 16 (8), 1107–1123. DOI: 10.1177/1464884914552268

National Public Radio (2015). «Ethics handbook: Impartiality». Récupéré en janvier 2016 de <http://ethics.npr.org/category/f-impartiality/>

Paillé, P., Mucchielli, A. (2003). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin.

Parmelee, J. A. (2013). « Political journalists and Twitter : Influences on norms and practices ». *Journal of Media Practice*, 14 (4), 291-305. DOI: 10.1386/jmpr.14.4.291\_1

Prensky, M. (2001). «Digital Natives, Digital Immigrants Part 1». *On the Horizon*, 9 (5), 460-466. DOI: 10.1108/10748120110424816

Proulx, S., Millette, M. et Heaton, L (2012). *Médias sociaux : Enjeux pour la communication*. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Proulx, S. (2012). « L'irruption des médias sociaux ». Dans *Médias sociaux : Enjeux pour la communication*, sous la direction de Proulx, S., Millette, M. et Heaton, L, 9-31. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Quivy, R., Campenhoudt, L. V. (1988). *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris : Éditions Bordas. .

Rocher, G. (1968). *Introduction à la sociologie générale*. Montréal: Éditions H.M.H.

Russell, A. (2013). « Innovation in hybrid spaces: 2011 UN Climate Summit and the expanding journalism landscape ». *Journalism*, 14 (7), 904-920. DOI : 10.1177 / 1464884913477311

Saba, J. (2014) «Beyond cute cats: How BuzzFeed is reinventing itself». *Reuters*. Récupéré en février 2017 de <http://www.reuters.com/article/2014/02/23/us-usa-media-buzzfeed-idUS-BREA1M0IQ20140223>

Saint-Jean, A. (2002). *Éthique de l'information : fondements et pratiques au Québec depuis 1960*. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.

Sauvayre, R. (2013). *Les méthodes de l'entretien en sciences sociales*. Paris : Dunod.

Savoie-Zajc, L. (2009). « L'entrevue semi-dirigée ». Dans *Recherche Sociale. De la problématique à la collecte de données*, sous la direction de Gauthier, B., 337-360. Montréal : Presses de l'Université du Québec.

Schudson, M. et Tiftt, S. E. (2005). « American Journalism in Historical Perspective ». Dans *The Press, sous la direction de Overholser, G. et Hall Jamieson, K.*, 17-47. Oxford: Oxford University Press.

Schudson, M. (2001). « The objectivity norm in American journalism ». *Journalism*, 2 (2), 149–170. DOI: 1464-8849(200108)2:2;149–170;018145.

Schultz, I. (2007). « The Journalistic Gut Feeling », *Journalism Practice*, 1 (2), 190-207. DOI: 10.1080/17512780701275507

Société Radio-Canada (2010). « Normes et pratiques journalistiques ». Récupéré en mai 2017 de [www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/lois-et-politiques/programmation/journalistique](http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/lois-et-politiques/programmation/journalistique)

Société Radio-Canada (2007). « Boisclair défend son candidat vedette ». Récupéré en mars 2017 de <http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/340302/boisclair-reax-drainville>

Singer, J. B. (2005). « The political j-blogger : “Normalizing” a new media form to fit old norms and practices ». *Journalism*, 6 (2), 173–198. DOI: 10.1177/1464884905051009.

Singer, J. B. (2003). « Who Are These Guys? The Online Challenge of the Notion of Journalism Professionalism ». *Journalism* 4 (2), 139–163. DOI: 10.1177/146488490342001

Smith, B. (2011). « Home news », *Politico*. Récupéré le 15 novembre 2016 de <http://www.politico.com/blogs/ben-smith/2011/12/home-news-106870>

Tourangeau, P. (2013). « Médias sociaux n’a rien de privé pas plus que les commentaires qu’on y fait (Saguenay-Lac-Saint-Jean : révision de Pierre Tourangeau, ombudsman Service français ». Société Radio-Canada. Récupéré le 12 février 2014 de [www.ombudsman.cbc.radio-canada.ca/fr/revision-des-plaintes/2013/medias-sociaux-facebook-n-a-rien-de-privé-pas-plus-que-les-commentaires-qu-on-y-fait-saguenay-lac-saint-jean/](http://www.ombudsman.cbc.radio-canada.ca/fr/revision-des-plaintes/2013/medias-sociaux-facebook-n-a-rien-de-privé-pas-plus-que-les-commentaires-qu-on-y-fait-saguenay-lac-saint-jean/)

Tourangeau, P. (2015). « Analyse et impartialité : de la nature de l’opinion (Midi info, Le 15-18) ». Société Radio-Canada. Récupéré en mai 2017 de <http://www.ombudsman.cbc.radio-canada.ca/fr/revision-des-plaintes/2015/analyse-et-impartialite-de-la-nature-de-l-opinion-midi-info-le-15-18/>

Tandoc, E. C. Jr et Jenkins, J. (2015). « The Buzzfeedication of journalism? How traditional news organizations are talking about a new entrant to the journalistic field will surprise you! » *Journalism*, 18 (4), 482 - 500. DOI: 10.1177/1464884915620269

Taylor, S. J. et Bogdan, R (1998). *Introduction to Qualitative Research Methods : A Guidebook and Resource*. États-Unis : John Wiley & Sons, Inc.

Zelizer, B. (1993) «Journalists as interpretive communities». *Critical Studies in Media Communication* 10 (3): 219–237.

Van Dijck, J. et Poell, T. (2015). «Making Public Television Social? Public Service Broadcasting and the Challenges of Social Media», *Television & New Media*, 16(2), 148–164.

Van Dijck, J., Poell, Thomas (2013). « Understanding Social Media Logic ». *Media and Communication*, 1(1), 2-14. DOI: 10.12924/mac2013.01010002