Impact du nouveau contexte technologique dans la production et la diffusion de l'information.

Réponse des journalistes

Étude réalisée pour :

LE GROUPE DE TRAVAIL SUR LE JOURNALISME ET L'AVENIR DE L'INFORMATION AU QUÉBEC

Johanne Bougaud
Septembre 2010

Table des matières

Avant propos p.3

1. Introduction p.4

2. Méthodologie utilisée p.4

3. Présentation des participants p.5

4. Faits saillants p.6

5. Résultats
   - Outils indispensables p.8
   - Les nouvelles technologies et la livraison de l'information
   - Interaction entre le public et les médias
   - Réflexions personnelles sur l'exercice du métier de journalistes en 2010

6. Conclusion p.28

Avant-propos

Je tiens à remercier personnellement les vingt journalistes qui ont répondu au questionnaire. Votre générosité et votre disponibilité sont à souligner. Je remercie aussi le Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information, particulièrement Dominique Payette pour sa confiance. En dernière minute, je remercie aussi mes amies Caroline et Louise qui m'ont aidée à la mise en page et à la structure du texte.

Un merci particulier à celles et ceux qui étaient en vacances ou en pleine première semaine de retour au travail, les deux journalistes des réseaux sociaux qui ont répondu par courriel, le journaliste qui avait une crise d'allergie, celle qui a reporté le rendez-vous téléphonique parce que sa fille venait de se blesser, celui qui préparait le repas de sa blonde absente depuis une semaine, le distrait qui a reporté le rendez-vous parce qu'il déménageait sa sœur, etc.

Vous avez tous été là parce que vous jugiez que c'était important. La preneuse de notes avec calepin et stylo a à cœur de bien rapporter vos propos, mais sous le flot d'informations, il peut subsister des petites erreurs de transcription.

Il est important que vous sachiez qu'à la demande de certains d'entre vous, les propos recueillis au cours de nos entretiens ont été traités de façon confidentielle et anonyme.

J'ai utilisé le masculin pour alléger le texte.

Vous remarquerez aussi que je n'avais pas le temps de traduire plusieurs termes anglais qui sont utilisés dans le métier.

Merci,

Johanne Bougaud

1. Introduction

C'est à la demande du Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec qu'a été lancée cette recherche sur ce que les nouveaux médias ont changé aux pratiques professionnelles des journalistes.

Pour y parvenir, vingt interviews ont été réalisées, avec des journalistes de tous les horizons (radio, télévision, web, quotidiens, hebdomadaires) et de différentes régions.

2. Méthodologie

Un questionnaire a été élaboré en collaboration avec Véronique Labonté du Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec. Il portait sur : les outils, le contenu, la place du lecteur, auditeur, internaute et le métier de journaliste.

La plupart des participants ont reçu le questionnaire par courriel et tous avaient le choix d'y répondre par écrit ou lors d'un rendez-vous téléphonique.

La durée des entrevues a varié de 30 à 60 minutes.

Les personnes ont été proposées en fonction des critères suivants :

a) âge
b) sexe
c) plateforme
d) nombre d'années d'expérience
e) lieu de travail
f) entreprise

Le Groupe de travail approuvait chacune d'entre elles ou faisait de nouvelles suggestions.

- 18 des participants ont répondu par téléphone, 2 par courriel.
- Les mêmes questions ont été posées à tous, mais l'ordre pouvait être différent, selon les réponses.
- Pour 2 de ces personnes, il a fallu laisser tomber certaines questions par manque de temps. Toutes ont accordé au moins 30 minutes à répondre aux 26 questions.
- L'anonymat a été demandé par 2 participants après que 3 personnes aient répondu, il a été décidé que les données seraient traitées de façon anonyme. Les participants suivants en ont été informés.
- Stylo et calepin ont été utilisés pour noter les réponses.
- Certains des participants étaient en vacances et pourtant, tous ont fait preuve d'une étonnante collaboration sans se plaindre du temps consacré à répondre aux questions.

3. Présentation des participants

- ÂGE :
  6 dans la vingtaine
  4 dans la trentaine
  6 dans la quarantaine
  4 dans la cinquantaine

- SEXE :
  9 femmes et 11 hommes

- PLATEFORMES
  Toutes, dont 2 qui travaillent en majeure partie sur le web et les réseaux sociaux.

- EXPÉRIENCE
  9 ont moins de 15 ans d'expérience
  11 ont plus de 15 ans d'expérience

- LIEU DE TRAVAIL
  12 à Montréal
  8 à l'extérieur de Montréal

- ENTREPRISES
  12 travaillent au sein de grosses entreprises de presse à titre de chroniqueur ou de journaliste. (Web, presse quotidienne, télévision, radio et magazine)
  3 travaillent pour des journaux hebdomadaires
  5 travaillent au sein de petites ou de moyennes entreprises, dont 2 sont entièrement sur le web.

La plupart utilisent plusieurs plateformes, que ces personnes soient permanentes, contractuelles ou pigistes.

4. **Faits saillants**

- Dans le coffre à outils du journaliste d'aujourd'hui : c'est à l'unanimité que l'on note l'importance de l'ordinateur (portable de préférence) et l'accès à Internet. Un seul a répondu d'emblée « le téléphone » et « ses jambes » pour revenir par la suite à l'importance d'Internet. Un autre a parlé pendant l'entrevue de l'importance du bon vieux marteau « savoir écrire, raconter et trouver le "lead" ».

- Quelques-uns voient la rivalité entre le papier et la télévision gagnée par le web. L'avenir de la télévision est remis en question.

- Radio-Canada et Gesca sont des entreprises où plusieurs rêvent de travailler : *« Une grosse entreprise, avec beaucoup de moyens »*, diront-ils. L'idéal pour pouvoir exercer le métier en toute liberté et ne pas craindre les poursuites ou l'intimidation. C'est sans oublier l'accès à des outils de travail performants. D'autres font leur chemin seul tout en sachant que l'avenir est préoccupant et qu'il faudra s'adapter selon les besoins des entreprises. La question économique, même si elle n'est jamais abordée directement, transpire dans plusieurs témoignages.

- Un des participants mentionnera que les réseaux sociaux sont au cœur des stratégies de plusieurs entreprises pour atteindre ou conserver leur public. Une autre personne interviewée était préoccupée par le fait qu'il n'y a plus de mur entre la rédaction et le service des finances, une situation qui a des conséquences directes sur le travail des journalistes.

- Tous s'accordent pour dire que les nouveaux outils, « bébelles » pour l'un d'entre eux, leur permettent de mieux travailler, mais le temps est toujours le problème numéro un du journaliste en 2010. Plus d'informations disponibles et moins de temps pour la vérifier et la traiter.

- Pour les jeunes, le multitâche est déjà là. Ils sont préparés et enthousiastes, mais certains s'inquiètent déjà de ne pas être à jour avec les nouvelles technologies. Ils se posent des questions sur les conditions financières en rapport avec le multitâche et le multiplateforme. Ce sont souvent des emplois moins bien rémunérés.

- Les réponses varient beaucoup, selon la fonction et l'âge, sur les besoins des réseaux sociaux dans leur travail, sur les besoins de la population. Un clivage entre les plus jeunes et les plus vieux se dessine clairement.

- Pour les plus âgés, la formation sur l'utilisation de la caméra vidéo est à l'ordre du jour. Certains avouent ne pas se sentir concernés à cause de leur statut ou de leur âge.

- La majorité est d'accord avec l'application d'un code déontologique qui s'appliquerait aux journalistes qui « twittent ». Le sentiment général est que ce sera difficile à appliquer. Les entreprises de presse doivent en prendre la responsabilité, diront certains. D'autres dénoncent le fait que le code ne soit en fait qu'un simple guide. Ils suggèrent de le mettre à jour pour tenir compte des nouvelles réalités technologiques.

- Certains des participants ont dit que tout le monde pouvait être journaliste. Ils considèrent, en gros, que c'est un métier et non une profession. La majorité des journalistes contactés s'oppose cependant à cette façon de voir le journalisme. Une situation qui met clairement à jour le débat sur le statut professionnel.

- Une des personnes contactées est déçue du travail fait par les journalistes et a choisi de ne travailler que sur les réseaux sociaux. Une autre a dénoncé l'esprit corporatiste de la profession. Une autre s'inquiète que la formation en journalisme ne mène les jeunes qu'à réfléchir sur les médias et les nouvelles technologies, mais pas sur les sujets qui préoccupent les gens. Deux autres sont profondément agacées par les commentaires que ce soit des journalistes ou des citoyens. L'une est démoralisée de voir les égos des journalistes vedettes.

- Le blogue nécessite beaucoup de temps à certains, ce n'est pas le cas pour tous. Les grosses entreprises filtrent et modèrent les commentaires engendrés par ses blogues ce qui offre un avantage indéniable à ses journalistes.

5. Résultats

Questions

LES NOUVEAUX OUTILS

- Autrefois, les journalistes n'avaient que le téléphone et la dactylo comme outils de travail. Que contient le coffre à outils du journaliste aujourd'hui? Possédez-vous un agenda électronique? Un BlackBerry? Un iPad? Un iPod? Un iPhone, etc.

- Avez-vous un blogue professionnel? Un blogue personnel? Est-ce à des fins personnelles ou professionnelles?

- Diriez-vous que vous savez utiliser de façon efficace les nouveaux outils et les différentes sources d'informations dans votre métier de journaliste?

- Quand avez-vous besoin des réseaux sociaux dans votre métier? Tout le temps? De temps en temps? Jamais?

- Ces nouveaux outils vous permettent-ils de mieux travailler? De travailler plus rapidement? De travailler encore plus? Expliquez.

RÉPONSES DES JOURNALISTES :

Les nouvelles technologies et leur utilisation :

- Tous ont souligné l'importance de l'ordinateur portable et du branchement Internet à haute vitesse. Quelques-uns ont ajouté le téléphone intelligent, le iPhone, le BlackBerry et aussi le iPad.

Plusieurs participants ont mentionné que le téléphone intelligent sera dans la trousse de tout journaliste d'ici deux à trois ans. Selon eux, ce sont aux employeurs à fournir les instruments de travail, car ces outils coûtent cher. Dans la liste, plusieurs ont mentionné le stylo et le calepin sans oublier l'enregistreuse numérique, le cellulaire et le téléphone fixe, ce dernier est de moins en moins utilisé, avons-nous noté. Un autre a ajouté la caméra numérique vidéo et photo comme outils indispensables du journaliste multimédia.

Deux des participants ont répondu d'entrée de jeu : « *ça prend encore un téléphone et ses deux jambes.* » L'un d'eux ajoute : *«* [Il faut] *évidemment* [avoir] *une connexion Internet.»*

Un autre précise : *«La base c'est d'être minimalement bilingue, détenir une formation universitaire, saisir les réseaux sociaux, avoir une tête bien faite et une culture générale et être super à l'aise avec le multitâche dès la sortie de l'école.»*

Ce participant signale qu'il faut comprendre certaines composantes technologiques : *« iPhone, BlackBerry, compte Twitter, compte Facebook, ordinateur portable, cellulaire, de bons logiciels, une clé USB et une carte Wi-Fi. »*

En région, certains ont souligné que la haute vitesse n'était pas accessible. Cette situation influence les outils dont ils disposent. Les nouvelles technologies ne sont pas indispensables, actuellement, diront certains.

- Certains (3) des participants ont des blogues professionnels. D'autres (4) ont des blogues personnels, et un seul a un blogue personnel et professionnel.

- La plupart disent savoir utiliser de façon efficace ces nouveaux outils dans leur métier.

Les plus jeunes avancent *« qu'ils sont nés dedans »,* en parlant des nouvelles technologies. D'autres avouent que *« c'est un apprentissage perpétuel ».* Un autre avouera en apprendre tous les jours, mais connaître l'essentiel pour bien faire son travail.

Un seul est plus résistant, il utilise les outils dont il a besoin, *« les autres, c'est superflu »*, dit-il. Il est fier d'être anti-Facebook. Selon lui, *« c'est le royaume de la non-pertinence, de la perte de temps ».* Lucide, il sait que si le tirage baisse et que son employeur l'exige, il devra se résigner à mettre plus d'efforts dans l'apprentissage des nouveaux outils.

- La grande majorité des personnes interviewées consultent les réseaux sociaux de temps en temps, quelques-uns tout le temps et deux ne les consultent jamais. Les sites les plus fréquentés sont *Twitter* et *Facebook*. Le premier à des fins professionnelles, le second à des fins davantage personnelles. *Facebook* ne sert à des fins professionnelles souvent que pour trouver des contacts.

- Tous s'accordent pour dire que ces nouveaux outils leur permettent de mieux travailler, mais demandent du temps.

Permettent-ils de travailler plus rapidement? Les réponses varient, mais en général on répond par l'affirmative. Certains sont étourdis par le trop d'informations et les vérifications à faire, tous reconnaissent quand même que l'accès à Internet leur fait gagner du temps.

- Les nouveaux outils font-ils travailler encore plus? Plusieurs points de vue sur cette question.

Un des participants a résumé les propos des uns et des autres : « *Cela permet de travailler mieux, plus vite et moins, à condition de se mettre des limites. [Il existe] un grand danger*

de travailler plus. » L'un dira *« les nouvelles technologies ne font pas nécessairement travailler plus, mais ça permet d'avoir plus de temps pour les choses intelligentes, moins de temps à passer dans la quincaillerie. »* Finalement, un dernier participant conclut : *« Ça permet de travailler plus rapidement et pas plus, différemment. »*

Plusieurs (7) reconnaissent travailler plus, mais tous sauf un, ont précisé que les nouvelles technologies représentent un plus dans leur travail. *« Ces nouveaux outils, Twitter en particulier, peuvent certainement rehausser la qualité du travail journalistique par la richesse et la diversité des informations et des perspectives qu'ils disséminent. Je crois qu'ils rendent effectivement le travail du journaliste encore plus exigeant (voire plus stressant), mais c'est la nouvelle réalité. »*

Un dernier énumère les avantages que lui permettent les nouveaux médias : *« diversification des sources, meilleurs contacts avec les pairs et les sources, variété de tons et d'analyses, création de communautés. »*

Questions

LE CONTENU

- Comment vérifiez-vous l'information obtenue sur Internet, les blogues et les médias sociaux? Insiste-t-on pour savoir comment vous avez trouvé l'information? Avez-vous des comptes à rendre quand vos sources sont anonymes?

- Croyez-vous qu'il faut distinguer le journaliste et le citoyen sur le Web?

- Lorsque vous écrivez sur un blogue, est-ce différent de vos chroniques et/ou articles?

- Vous empêchez-vous de faire des commentaires personnels sur les réseaux sociaux? Avez-vous créé des comptes différents pour distinguer votre travail et votre vie personnelle?

- Croyez-vous que le code de déontologie journalistique doit s'appliquer aux journalistes qui twittent?

- Que pensez-vous de l'arrivée des journalistes mobiles multimédia (MoJo) ou des journalistes orchestres?

- Le nouveau contexte technologique augmente-t-il le risque de diffuser de fausses informations ou est-ce le contraire, la rapidité du Web vous permet-elle de corriger certaines erreurs plus rapidement?

- En quoi les nouvelles technologies peuvent-elles améliorer l'information locale et régionale?

RÉPONSES DES JOURNALISTES

Les nouvelles technologies et le contenu :

- Tous les participants vérifient les informations obtenues sur le net, par les sites médiatiques fiables pour certains et par des moyens plus traditionnels comme le téléphone.

Certains ont des comptes à rendre, mais selon le statut et l'entreprise, cela varie : « *mes patrons s'en foutent »,* diront deux d'entre eux. Tous disent cependant prendre le temps de vérifier surtout lorsque l'information arrive par les réseaux sociaux.

Selon l'un des répondants, les sources anonymes sont de moins en moins utilisées, si c'est le cas, les journalistes en parlent au patron.

Un participant a répondu : « *Si [on n'utilisait] pas de sources anonymes, le journaliste ne rapporterait que la moulée que nous servent les gens des relations publiques. »*

Certaines personnes insistent auprès de leurs journalistes pour vérifier. Quelques-unes constatent que les plus jeunes ne se fient qu'aux grands médias et ne vont plus sur le terrain. L'une d'entre elles dira que certains journalistes prennent des raccourcis, n'utilisent qu'Internet et qu'il y a là un danger pour la couverture journalistique de qualité *: « rien ne remplacera jamais le terrain, le contact direct avec les gens »*, souligne-t-elle.

Pour une autre personne interviewée, l'utilisation de matériel provenant de citoyens est un atout pour son entreprise. Les photos et les vidéos sont authentifiés avant d'être diffusés et le nom du témoin est toujours inscrit. La différence doit être bien claire entre ce qui vient des journalistes et ce qui a été envoyé aux médias par le citoyen.

Elle raconte l'exemple suivant : au cours de la semaine du 22 août 2010, on apprend que le 3^{e} individu soupçonné de terrorisme vient de Brossard. Branle-bas de combat, « rush de partout ». Surprise, il a le même nom qu'un candidat qui a participé aux auditions de l'émission *Canadian Idol*. La vidéo est disponible sur Youtube. Oups, un journaliste de Sun Media fait savoir que le nom n'est pas tout à fait le même. Stop, on arrête tout. Rapidement, on apprend que le suspect a été arrêté à London, c'était bel et bien le malheureux candidat.

Elle termine en disant : *« C'est bien tentant d'y aller, [mais cela peut être] grave si c'est une erreur. Internet, c'est très utile, mais à ses risques. »*

- La question sur la distinction : Le journaliste et le citoyen était ouverte aux interprétations. Les réponses sont différentes selon l'expérience.

La plupart sont farouchement contre l'idée que tout citoyen peut se réclamer du titre de journaliste. « *C'est insultant de penser que le journalisme citoyen va remplacer la presse [de référence]. Le journaliste a des comptes à rendre au Conseil de Presse, pas le citoyen. »* Pour un autre, *« un journaliste citoyen ça n'existe pas. Pour les gens de ma génération, c'est comme dire qu'un rebouteux est un médecin. »*

D'autres ont une opinion moins tranchée : *« je n'ai rien contre les journalistes professionnels et les citoyens qui donnent de l'information sur le web. Ça peut être utile. À la différence d'eux, cependant, nous avons la responsabilité de ce que l'on publie ou diffuse. »*

Un participant se dit *« très partagé ».* Il constate que, quelques fois, le travail fait par certains citoyens est mieux fait que celui des journalistes. Il ajoute, « *laissons les infos*

circuler, il y aura une sélection naturelle. Trop trancher, nous priverait de propos de citoyens pertinents. »

Deux participants sont farouchement opposés à un statut professionnel pour les journalistes qui les distingueraient des journalistes dits citoyens. *« Je crois profondément que tout le monde peut être journaliste. Aucune formation précise ou diplôme particulier ne distingue les journalistes « légitimes » des autres « citoyens ». Plusieurs très mauvais journalistes ont étudié en communications et la majorité des grands journalistes n'ont aucun diplôme de journalisme. »*

Il ajoute, *« les journalistes (de la presse écrite ou de la radio/télé) étaient jadis les seuls à pouvoir choisir, commenter et disséminer les nouvelles et les perspectives. Ce n'est plus le cas. Aujourd'hui, la « guerre des idées » et la « guerre de l'info » ne se joue plus uniquement entre journaux et télédiffuseurs, mais dans le public en général. C'est la jungle, et beaucoup de journalistes en ont peur. »*

- Blogue et chronique papier

Les participants qui ont un blogue déclarent appliquer les mêmes règles, utiliser les mêmes informations, mais avouent *« être plus relax, moins structurés »* sur leur blogue.

L'un explique que blogue et chronique c'est différent. Dans le quotidien, rigueur et neutralité sont nécessaires, ce qui n'est pas le cas dans un blogue. C'est plus détendu, les opinions sont permises et il n'y a pas de méthode consacrée. *« Je suis plus à l'aise avec le blogue, c'est moins contraignant »*, souligne-t-il.

Un autre a trouvé l'analogie suivante pour parler de ses deux chapeaux : dans sa chronique il sent que c'est comme parler d'un grand spectacle vu au Centre Bell. Il va mettre du temps sur la rédaction, la réflexion et la synthèse. Sur son blogue, c'est plutôt comme s'il parlait d'un spectacle vu en région.

Un dernier est estomaqué par le nombre de chroniqueurs qui ont un blogue professionnel et du paquet de chroniqueurs tout court. *« Chez Cyberpresse c'est frappant, dit-il, ça a quintuplé sinon plus dans les dernières années. Rappelons-nous qu'on les comptait sur les doigts d'une main. »*

Il se pose des questions sur le nombre de lecteurs qu'on retrouve sur un blogue populaire par rapport au nombre de lecteurs qui consultent les blogues. Le blogue professionnel l'amène aussi à se poser des questions sur le temps consacré à la cueillette d'informations et il se demande si le temps consacré aux réseaux sociaux et à leur blogue ne gruge pas les efforts que le journaliste aurait pu faire pour aller trouver et rassembler des informations. Selon lui, *« il y a moins d'infos dans la chronique et il y a bien du commentaire peu informé ».*

- Faire des commentaires personnels sur les réseaux sociaux

En majorité, les journalistes sont très prudents. L'un des interviewés dira : *« un journaliste doit être plus catholique que le Pape. Il doit être au-dessus de tout soupçon, éthique, et ne jamais se mettre en situation de conflit d'intérêts ».*

Une seule personne a un compte personnel et un compte professionnel pour utiliser les réseaux sociaux.

Certains participants avouent que cela leur arrive quelquefois de laisser glisser des commentaires personnels. L'un d'entre eux se dit qu'une opinion de plus ou de moins ne changera pas grand-chose. Il précise que sur Twitter, la règle des 140 caractères permet davantage les coups de gueule. Un seul dira faire des commentaires personnels malgré son statut, mais il le fait anonymement.

- Un nouveau code de déontologie pour les journalistes qui « twittent »?

Tous sont d'accord même si certains n'y avaient jamais pensé. Cependant, la plupart voient mal comment appliquer un tel code. Il s'agit davantage d'un souhait que d'une réalité.

Certains (3) ont proposé des pistes de solution : *« ce n'est pas facilement applicable, c'est à la direction des entreprises de faire les règles de surveillance. »* Un autre suggère que *« les entreprises de presse devraient mettre sur pied des normes et exiger un devoir de réserve des journalistes quand ils vont sur Twitter. Il faut amender le guide de déontologie, ce n'est pas un code, les journalistes ne sont pas obligés de le suivre. Il faut mettre ce guide à jour. »* Il précise aussi que le journaliste n'est pas un chroniqueur, ce dernier a une liberté exceptionnelle.

Un autre dira : *« il n'est pas question de simplement « étendre la juridiction » des codes de déontologie à Twitter/Facebook. Il faut revoir le code et le moderniser en profondeur pour accommoder ce nouveau paradigme « d'authenticité ». »*

Un seul est partagé, il ne souhaite pas trop d'encadrement. Il ne faudrait pas que le journalisme perde en audace.

Enfin, certains soulignent que la décision de la Cour supérieure du Québec de condamner Canoë (Quebecor) à verser 107 000 $ à Susan Corriveau dans une poursuite pour diffamation pourrait changer les règles de modération sur les blogues. Ainsi il n'y a pas que l'opinion des chroniqueurs et blogueurs qui doit être surveillée. (La plaignante poursuivait le site d'information pour avoir publié et laissé en ligne sur le site du blogue de Richard Martineau des commentaires diffamatoires à son endroit émis par des lecteurs. Voir l'article du Soleil à ce sujet.)

- Les journalistes MoJo

Tous reconnaissent que c'est une nouvelle réalité, mais cette question suscite de vives réactions surtout chez les journalistes plus âgés. La confusion règne dans plusieurs médias et chez les journalistes. Certains étant présents sur plusieurs plateformes se disent MoJo, mais le terme n'est pas balisé.

Les directions d'entreprise commencent à faire de la formation caméra vidéo, remise en question pour quelques-uns, tout dépendra si les journalistes sont volontaires ou pas.

Quelques commentaires :

Le multiplateforme *« c'est le présent et ça va* [le] *rester parce que ça coûte moins cher. Cependant il y a des carences, comme le* [manque de] *contact humain et visuel. Ça dérange les invités. Le MoJo doit écouter, penser au montage, à son timing, donc il n'est pas totalement disponible. »* Selon lui, une bonne formation c'est à la portée de tout le monde.

Quelques réactions des journalistes d'expérience :

« Ça fait des années que ça existe. Les jeunes peuvent s'adapter, ils font beaucoup de terrain, couvrent des sujets méconnus, [en somme, c'est] positif. »

« Ça doit demander un grand courage. Tu es toujours tout seul. Ça en fait beaucoup. Si tu as 23 ans, la question ne se pose même pas, cette tendance est là pour rester. » Les jeunes vont apprendre facilement, mais c'est encombrant et la qualité du produit risque d'être assez variable. Enfin, tout dépendra des moyens mis à la disposition des journalistes.

« Ce n'est pas une mauvaise idée de donner une caméra vidéo, c'est un équipement léger au cas où par exemple, le maire est victime d'un attentat pendant une conférence de presse. »

« Je suis en désaccord si c'est systématique, il y a des spécialistes qui bénéficieraient de ces nouveaux équipements, c'est un travail différent de celui de journalistes. » Pour cette personne, toutes les ressources doivent aller vers le sujet : *« il y a un réel danger d'être distrait. »*

Une autre dira qu'il y des avantages et que ça permet à des journalistes de faire leur travail de façon plus complète. Il y a aussi un avantage pour les propriétaires, en offrant la possibilité de couvrir beaucoup d'évènements à moindres coûts. *« En même temps, il est très rare que quelqu'un soit bon dans tout ce qu'il fait, il y a risque d'une qualité qui diminue. »*

« C'est difficile d'être journaliste-orchestre et que ce soit reconnu par le patron et les conventions collectives. »

Pour les plus jeunes, il y a des bons et des mauvais côtés : tous réclament plus de temps.

« Tu touches à tout, [mais il y a de] *l'exploitation en vue, ce serait important d'être respecté et payé en conséquence. C'est du travail que de combiner vidéo, audio, web et écrit. Si on ne nous donne rien, ça ne marchera pas, on va avoir la langue à terre. »*

« Tant mieux pour les patrons, tant pis pour les journalistes. [Le multiplateforme] *c'est inévitable, mais c'est loin d'être l'idéal. Il faudrait qu'il y ait un meilleur encadrement. »*

Le MoJo *« c'est une évolution normale de la profession : l'évolution des techniques et l'évolution des pratiques = évolution de la profession. »*

Pour cette autre personne, c'est inquiétant de voir le multiplateforme prendre autant de place dans les pratiques journalistiques parce que ça pose un problème de temps. *« Ça gruge.* [Il en résulte] *moins d'informations sur chacune des plateformes. Aussi, des informations plus superficielles et/ou erronées peuvent se glisser* [plus facilement]. *»*

- Les risques de diffuser de fausses informations

Les réponses indiquent que ce n'est pas une préoccupation. Un des participants résume bien la situation : *« Le risque de diffuser de fausses informations? Oui et non. Ça va plus vite, mais on peut les corriger plus vite. »*

Certains apportent des nuances, mais dans l'ensemble, tous reconnaissent que dans le flot d'informations et la vitesse de livraison, des erreurs peuvent se glisser. Un jeune participant dira : « *ça va vite, on n'a pas le temps de se retourner et oui, ça augmente le risque d'erreurs. Par exemple, on se trompe dans les noms, etc. [Souvent ce sont] des niaiseries, mais ça peut aussi être important. Je fais plus d'erreurs sur le Web quand j'envoie un texte parce que je travaille sans filet. Quand c'est pour diffusion papier, j'ai plus de temps et je corrige mes erreurs. »*

Un autre ajoute, *« plus il y a de canaux, plus il y a de possibilités de relayer de fausses infos. L'important, plus que jamais, est de rester transparent et de publier un erratum*. »

Un dernier éclairage sur cette question, l'un des participants avance que les risques d'erreur diminuent avec les nouvelles technologies. Il précise que les internautes sont devenus de véritables chiens de garde.

- Les nouvelles technologies et l'information régionale

Les réponses varient si on vit en région ou dans les grandes villes. L'échantillonnage réduit ne permet pas de dresser un portrait complet de la situation à l'extérieur des grands centres urbains.

Ci-dessous, les témoignages de journalistes exerçant en région :

En ce qui concerne l'information locale et régionale, un participant estime qu'il est difficile de faire vivre le site web de son média régional. Il y a tellement de médias, tellement plus de nouvelles, tellement plus de plateformes, ça démocratise peut-être, mais l'information ne circule pas nécessairement plus vite.

Un autre n'est pas certain que l'information locale et régionale se soit améliorée. Mais une chose est sûre, la population a davantage accès aux médias.

Les nouvelles technologies n'ont pas changé grand-chose dans la région d'un autre participant, car les gens qui habitent sa région n'ont très souvent pas accès à la haute vitesse. Par contre, pour le participant, le Net est un outil précieux pour travailler et obtenir des informations.

Un autre ajoute que les nouvelles technologies donnent aux journalistes en région de l'« exposure » partout au Québec.

Pour une autre personne, les nouvelles technos sont importantes pour valoriser les régions et c'est beaucoup plus facile d'accéder à l'information. Par exemple, l'hebdo local du coin de pays d'où elle vient est disponible sur Twitter. Donc, même si les gens sont loin de leur terre natale, ils savent désormais ce qui s'y passe.

En région, Internet – la haute vitesse – est loin d'être accessible à tous, dit ce participant. En région, les gens en ont marre de cet engouement pour les nouvelles technologies et ils craignent une fracture. *« Internet, en région, c'est une réalité pour une élite, par les enfants, peut-être, et par ceux pour qui c'est un instrument de travail. »*

Questions

LA PLACE DU LECTEUR, AUDITEUR, INTERNAUTE, SPECTATEUR

- Les besoins de la population ont-ils changé? Précisez les liens avec les nouvelles technologies.

- Si vous avez un blogue ou êtes sur un réseau social, combien de temps consacrez-vous à regarder les commentaires, à y répondre? Est-ce difficile à gérer? Est-ce que cette source vous a déjà permis d'obtenir de nouvelles informations?

- Jusqu'où va la transparence?

- Est-ce que le contexte technologique change l'espace entre vie privée et vie publique?

- Est-ce que selon vous, tous les sujets se prêtent aux commentaires?

- Êtes-vous d'accord pour bloquer l'accès à certains internautes? Dans quelles circonstances?

RÉPONSES DES JOURNALISTES

Les nouvelles technologies et leur impact sur la relation public-médias

- Les besoins de la population ont suscité des réponses éclairantes.

« Ça va vite les lecteurs veulent savoir ce qui s'est passé demain », répond cette personne. Le public a changé, ils veulent que les journalistes prennent position. Ils veulent se faire une idée rapidement.

Pour d'autres, le public est plus exigeant, tout va plus vite et les attentes ont augmenté : *« avec l'accès aux autres médias, tu ne peux pas ne pas reprendre une info publiée ailleurs. C'est plus difficile de se démarquer. »*

Le public est aujourd'hui capable de vérifier l'information, de mesurer si ce qu'on dit est vrai. Il est mieux informé s'il prend le temps d'aller à la source. « *Ce concept nous force à une plus grande rigueur »,* souligne un participant. On assiste à de plus en plus de contestations de reportages, l'exemple de Dan Rather à CNN est éloquent. *« Nous aussi le public maintenant nous juge et c'est tant mieux. »*

Il y a plus de médias, donc plus de médias spécialisés, plus de tribunes pour les groupes représentant des lobbies. De plus en plus de gens se tournent vers les sujets qui les intéressent personnellement. Ex. : golf, cuisine.

Les besoins de la population n'ont pas changé. Sont-ils plus exigeants? Le participant avance que tout le monde s'ennuie d'où le haut taux de participation aux tribunes téléphoniques. Il y a confusion des genres. *« Les gens travaillent fort. Quand ils rentrent chez eux, ils veulent de la nouvelle et des faits divers. »*

Pour cette autre personne, les besoins de la population ont changé. Elle prend en exemple sa grand-mère de 82 ans. Celle-ci n'appelle plus pour avoir des nouvelles des petits-enfants, elle va sur Facebook. On ne peut se passer des réseaux sociaux actuellement. La radio et la télé ne sont pas aussi rapides. *« Dans la société actuelle, tout va plus vite : on est toujours sur la coche. La population est plus exigeante. Il faut être rapide pour la garder accrochée. »*

Selon une des personnes interviewées, le public est plus frustré, plus fâché, plus impatient, plus sceptique qu'auparavant : *« C'est bon d'avoir une masse de gens qui pensent de façon critique et qui sont plus exigeants et, quelque part, plus sophistiqués. »* Elle a l'impression que le public décroche des médias traditionnels, ils utilisent le Web pour avoir les nouvelles, les numéros gagnants à le loto et la température.

Selon cette autre personne, les gens vont davantage chercher de l'information spécialisée (niches) aujourd'hui. Selon elle, *« les nouvelles technologies ont amené une compétition féroce entre les entreprises pour la livraison de la nouvelle, ça n'a rien à voir avec les besoins du public. »* Aujourd'hui cependant, le public s'attend à avoir de l'info plus rapidement, ils lisent différemment, c'est plus interactif, plus rapide. Quelquefois, ils font eux-mêmes une vraie recherche.

Pour ce participant, qui a toujours vu ce métier comme étant de parler aux gens de choses qu'ils ignoraient ou qui ont de l'intérêt, les besoins n'ont pas vraiment changé, mais les nouveaux outils et les nouvelles technologies influencent leur façon de consommer l'info. Il compare les tendances actuelles à ce qui se passe dans l'alimentation, si les familles veulent manger n'importe quoi, il n'y a rien à faire. Optimiste, cette personne considère que nous sommes au début d'une ère nouvelle en information, le public va apprendre à discerner les bonnes sources de celles qui le sont moins.

Selon un autre participant, les besoins de la population n'ont pas changé, mais le consommateur de nouvelles est plus exigeant. *« Ils veulent des nouvelles, tout de suite, tout le temps. »* Les gens plus jeunes vont sur les sites d'info et le grand rendez-vous du téléjournal télévisé n'est plus pour eux.

Une autre dira *: le public d'aujourd'hui veut s'informer auprès de « vraies personnes » parfois des amis ou des connaissances, et fait de moins en moins confiance à la « voix de Dieu » des médias institutionnels qui se posent en détenteurs exclusifs de la vérité objective. Il y a une très forte tendance vers la personnalisation de l'information, qui agit comme gage d'authenticité et d'intégrité.»*

Pour un autre, il faut : *rester humain, être disponible, être flexible, connaître le ton, le rythme et la nature des publications pour ne pas commettre d'impair. Habituer le public*

à une proposition précise de publications et s'y tenir. Est-ce que le contexte technologique change l'espace entre vie privée et vie publique? Absolument. Il faut de plus en plus s'y connaître en Web pour paramétrer toutes ces options.

Une autre personne interviewée va dans le même sens*, «il y a un besoin accru de transparence et de présence. Produire de l'information exige de rendre des comptes. Le tout peut se faire grâce aux réseaux sociaux, par exemple.*

- Le temps consacré au blogue et son utilité.

Les réponses varient, mais il faut savoir que dans les grosses entreprises, le blogue est géré par une équipe et que les journalistes sont payés pour alimenter leur blogue.

Une des personnes interviewées n'a plus de blogue, ça lui demandait trop de temps. *« C'est comme un jardin, il faut l'entretenir »*, souligne-t-elle.

Une autre précise que les courriels qu'on lui fait parvenir sont souvent très agressifs et émotifs. Ça lui prend beaucoup de temps à gérer son site, à lire les commentaires, à jouer au modérateur. Mais elle ne songe pas à en bloquer l'accès à certains. Par ce canal, on lui a fait parvenir des nouvelles informations utiles à quelques occasions.

Dans les grandes entreprises, *« avoir un blogue professionnel est à la mode, les patrons nous y encouragent, mais c'est notre choix. »* La personne remarque que beaucoup de lecteurs ne lisent que son blogue.

Plusieurs journalistes interviewés passent peu de temps à lire les commentaires trouvant que ceux-ci sont souvent insignifiants. L'un parle du style corrosif des interventions ajoutant que c'est démoralisant. Il souligne qu'il n'a jamais obtenu de nouvelles infos grâce aux réseaux sociaux, blogue, etc. Un autre ajoutera qu'il y consacre le moins de temps possible. Autrefois, cette personne pouvait obtenir de nouvelles infos grâce au blogue, *« désormais, c'est le territoire des gens qui parlent fort, souvent des non pertinents. »*

Cette autre personne, qui approuve les commentaires, détruit ceux qui ont un caractère haineux. *« Les commentaires, c'est un problème, il y en a trop, mais les gens en veulent. Les gens oublient souvent que pour se connecter cela prend du contenu. Oui, il y a des gens qui méritent qu'on leur bloque l'accès. Quand j'ai un doute, je m'abstiens de publier, c'est moi le dernier rempart, c'est moi le responsable. »*

Un autre souligne : *« Je pense que les commentaires sont très riches. Je les lis tous. Parfois j'y réponds. Personnellement, je fais surtout dans l'opinion et du débat, donc les commentaires ne sont que la suite de la conversation. Les commentaires sont à mon sens une des plus grandes révolutions (positives) d'Internet. »*

Enfin un dernier ajoute que *« répondre aux commentaires consiste en une partie de la routine du journaliste présent sur les réseaux sociaux. La plupart des comptes au Québec ne sont pas hyper populaires, le nombre de commentaires publiés ne prend pas tant de temps à gérer. »*

- La transparence, vie privée, vie publique

Cette question était mal formulée et a dû être expliquée à certains. Il en ressort qu'évidemment, il faut que ce soit d'intérêt public, mais….

Transparence? *C'est rendu très loin, les gens savent tout, il n'y a pas de limites. La ligne est très fine, c'est une question de jugement. À noter qu'il y a beaucoup de redites.*

Y en a plus de ligne entre le privé et le public. Dans la pratique, tout est public, tout peut se retrouver quelque part. Tout se sait maintenant. Cette personne n'écrit pas n'importe quoi. *Tout se sait, mais tout ne s'écrit pas encore, mais tout s'écrit quelque part ???? Les premières concernées (personnalités publiques) ne le réalisent pas.*

Une autre va dans le même sens et ajoute : *le problème avec les nouvelles technologies, c'est que ce sont souvent les gens qu'on couvre qui ont à vivre avec ce nouvel environnement. Ça les pousse à réagir sans réfléchir, ils n'ont pas le temps de se préparer.*

La transparence espace privé-public : la ligne est floue. Est-ce qu'on doit avoir plus de transparence? Pas évident de dire oui tout le temps. *Ce n'est pas normal. Le journaliste veut être « hot ». L'intérêt public, il l'oublie souvent.*

Une autre fait du cas par cas quand elle apprend des infos. Elle use de son jugement. C'est bien différent d'autrefois : *notre job est de ne pas tout écrire. Il y a beaucoup plus d'acteurs,* poursuit-elle*, nous ne sommes plus seuls. Ça se peut qu'elle en parle ou pas, la nouvelle s'impose d'elle-même.*

Transparence, public, privé : *Où que tu sois, n'importe quel bozo peut mettre ta photo sur le Web. Les entreprises de presse vont faire quoi?* Il considère qu'au Québec, on est particulièrement respectueux, c'est un petit monde, les journalistes font preuve de réserve : *on fait encore très attention, c'est un des endroits au monde où c'est le plus agréable.*

Quant aux événements qui ont touché la ministre St-Pierre en août pendant un huis clos, il dira que : *Le BlackBerry c'est la réalité d'aujourd'hui surtout à l'Assemblée nationale, s'il y a bien un milieu où il faut définir les règles, c'est le monde politique. Il faut juste l'interdire à certaines occasions, il n'y a rien de scandaleux à ça.*

- Les commentaires du public

Les réponses varient selon l'âge et l'expérience du blogue. Les jeunes parlent de liberté d'expression, les plus expérimentés s'inquiètent des lobbys et autres groupes de pression. Un aperçu des réponses :

Selon les journalistes interrogés, ce ne sont pas tous les sujets qui se prêtent aux commentaires et tout commentaire contrevenant à la nétiquette doit être bloqué. Un seul a répondu que tout sujet méritait d'être débattu et commenté.

« *Les menaces et la diffamation sont interdites par le Code criminel : bloquer des internautes pour ces raisons me semble tout à fait justifié. Certains sites pourront imposer d'autres restrictions (pas de discours discriminatoire, identification obligatoire, etc.), mais à mon avis, ils le feront, dans beaucoup de cas, au péril de leur pertinence* », soutient un participant.

Tous les sujets ne se prêtent pas aux commentaires, il y a trop de commentaires, ce participant vise particulièrement les journalistes. *Trop de commentateurs, sujets insignifiants, sujets qui n'intéressent personne.* Actuellement, il y a plus de commentaires que de nouvelles, la concurrence joue.

Quant aux commentaires des internautes, *« c'est de la responsabilité de l'entreprise d'avoir un modérateur si besoin est. »* Jusqu'à récemment et encore chez certains, on publie tout et on réagit s'il y a une plainte.

Même en étant en faveur de la liberté d'expression pour tous, un participant souligne que le journal n'a pas à être la tribune de tout le monde.

Pour les commentaires, ce participant songe tout de suite aux journalistes : *non, je ne suis plus capable d'entendre les commentaires des journalistes*. Quant à bloquer l'accès aux internautes indésirables, il ne voit pas comment cela pourrait être fait.

Un jeune participant constate l'importance de modérer les blogues *« Ça dérape solide, c'est effrayant. Si rien n'est fait, ça va nous dépasser. »* On se demande où se situe la limite.

Une personne affirme que les lobbys ont envahi les blogues : *« c'est la jungle plus que jamais. »* Cette personne remarque la tendance à publier tous les commentaires et trouve cela très dangereux. Selon elle, plusieurs sujets ne devraient pas être ouverts aux commentaires. *« Nous n'avons pas le choix de bloquer l'accès quand les propos sont haineux et diffamatoires. »*

Questions

VOUS

- Êtes-vous pigiste? Avez-vous plus ou moins de 15 ans d'expérience dans le métier?

- Quel type d'entreprise correspondrait à votre idéal journalistique?

- Comment définissez-vous le multitâche et le multiplateforme? Avez-vous le temps d'adapter l'information selon la plateforme?

- Des caméras robots et même des robots pour écrire et lire les nouvelles sont aujourd'hui une réalité, est-ce que ça vous inquiète?

- Pourquoi êtes-vous journaliste? Qu'aimez-vous dans ce métier? Y a-t-il des irritants?

- Ai-je oublié une question importante? N'hésitez pas.

RÉPONSES DES JOURNALISTES

Les nouvelles technologies et leur impact dans leur vie personnelle

- Pigiste, contractuel, surnuméraire ou permanent? + ou – de 15 ans d'expérience

Un échantillonnage assez représentatif a été établi : 9 ont moins de 15 ans d'expérience et 11 en ont plus de 15.

- L'entreprise idéale?

La majorité des personnes contactées sont bien où elles sont. Les plus jeunes rêvent de travailler pour la SRC ou Gesca, pour une entreprise avec de gros moyens financiers. D'autres recherchent une entreprise où l'audace et la non-complaisance seraient valorisées. Une seule personne a précisé qu'elle aimerait travailler dans une entreprise décloisonnée, ça veut dire pas juste pour une seule plateforme, changer de rôle, couvrir d'autres régions : *« ça permet d'avoir un regard neuf ».* Elle ajoute une entreprise où il y a du brainstorming, où il y a ébullition d'idées.

Une autre avait une vision très précise : travailler dans une entreprise qui a des moyens, mais qui n'est pas trop grosse, capable d'engager suffisamment de journalistes et qui est à la fois diffuseur sur les médias traditionnels et sur Internet. Une entreprise qui utilise le

multiplateforme, qui soit bien équipée, bien organisée et que chacun ait des tâches précises, elle termine en disant bien payée.

- Les robots?

Les commentaires étaient très partagés. Certains s'en inquiétaient, d'autres pas du tout. Un participant est préoccupé par autre chose : que la mise en page du journal soit faite en Inde l'inquiète beaucoup. Selon lui, l'avenir des pupitreurs est en péril et les propriétaires vont laisser faire parce que ça coûtera moins cher.

Un autre est aussi davantage inquiet pour l'avenir de la télévision pas pour la presse écrite ou les médias écrits.

- Ce qu'ils aiment dans ce métier? Les commentaires sont regroupés par tranche d'âge, les 40 ans et plus d'abord, suivis des autres.

« En information, nous sommes des vecteurs de changement, des gardiens (piliers) de la démocratie, nous sommes des acteurs importants. » Il aime l'information et les journalistes, la plupart ont du jugement, de l'empathie et c'est évident qu'ils ne sont pas là pour la paye.

Un participant dira simplement qu'il aime la variété et rencontrer des gens, ce que lui permet le métier de journaliste.

Une profession qui permet de participer à la solution de problèmes, à faire en sorte que la société tourne plus rond, qu'il y ait moins d'abus, *« avoir un rôle de chien de garde. »* Passion totale pour son métier, pas de vacances, ne décroche jamais.

Un autre dit qu'il a toujours voulu être journaliste, son héros c'était Tintin. Il se considère privilégié d'être payé pour regarder les autres faire des choses plus sérieuses que lui. Il a plus de difficulté avec le fait de devoir recommencer à zéro tous les jours.

Un autre participant est convaincu d'avoir fait ce qu'il voulait. D'être en accord avec les principes auxquels il croit : la justice et l'équité. Pour lui, *« l'information c'est un outil de changement social. J'y crois toujours. »*

Une personne souligne que c'est important d'avoir vécu des réalités différentes pour pouvoir en témoigner. Elle est journaliste parce qu'elle est curieuse et qu'elle a besoin de partager ses réponses. Dans ce métier, elle aime abolir les préjugés.

Ce participant dira *« quand on aime écrire et qu'on est curieux, c'est un sacré beau métier. »* Il trouve important de travailler pour une entreprise de presse, riche en très bonne santé financière qui sera difficile à intimider.

Celui-ci répondra : *« parce que c'est un service public pour aider le citoyen à être plus éclairé pour prendre de bonnes décisions. »*

Cette autre personne est journaliste parce qu'elle aime fouiller un sujet, construire et raconter une histoire pour aider les gens à comprendre. Elle adore ce qu'elle fait. Parmi les irritants : le manque de temps et d'argent, *« parce que ça ne paye pas. »*

Les plus jeunes :

« Je suis journaliste par passion pour l'information et pour le partage. Je crois que le journalisme construit un monde meilleur. Les irritants? Tous les obstacles à cet idéal, qu'ils proviennent du laxisme des journalistes eux-mêmes, des éditeurs et rédactions, des patrons. Toute information ou nouvelle conçue comme une marchandise (comme un fait divers, disons), faite pour satisfaire les besoins immédiats du public plutôt que pour le confronter, l'étonner et lui apprendre des choses. »

« Je suis journaliste par idéalisme pur, parce que nous vivons dans une société qui doit être transformée et que les médias ont un grand pouvoir. J'aime surtout le débat sociopolitique et la remise en question des idées reçues. Les irritants sont légion, mais aussi une source de motivation. »

Un autre participant reconnaît une part d'égoïsme dans le choix d'être journaliste. C'est un universitaire, mais qui ne sort pas d'une école de journalisme. Il aime la liberté inouïe dont il jouit pour aborder les sujets qui lui plaisent. Il reconnaît aussi qu'il a une responsabilité politique dans les sujets cruciaux qu'il veut partager. Pour lui, les médias c'est le toujours quatrième pouvoir. Parmi les irritants : *«la rectitude politique en général et particulièrement chez les journalistes – la meute dans son ensemble m'agace. La pression conformiste me dérange. Je considère que les journalistes sont de ceux qui sont le moins critiques envers eux-mêmes.»* Il souligne en outre que la rapidité de livraison donne lieu à un jugement instantané qui n'est pas un gage de profondeur.

Un autre est journaliste parce qu'il a besoin de travailler avec les gens, de voir, de partager ses connaissances. Un métier qui lui permet de faire tout ça. Les irritants : l'horaire ! Il aime ce métier : *« j'étais en secondaire IV et je rêvais d'être journaliste. »* Il dira que chaque semaine il apprend. Il découvre.

Cette personne aime : *ce métier parce qu'elle aime découvrir et apprendre tous les jours, avant tout, je suis curieuse et j'aime fouiller, ce n'est jamais monotone*. Son métier lui offre la possibilité de changer son quotidien et celui des autres quand elle couvre des dossiers importants. L'irritant, ce qu'elle n'aime pas, elle n'a pas le temps de tout lire, de tout savoir, de tout explorer, ce n'est jamais fini.

Une autre souligne que le journaliste en région est un acteur de développement pour sa région. Il peut faire avancer un dossier. Il représente une force.

La personne interviewée a toujours voulu être journaliste pour approcher la vérité : *aller à la quête.* Elle aime la diversité dans ce métier. Elle dira *: « on apprend chaque jour »*.

Ce qui la dérange, c'est la perception que les gens ont des journalistes. Selon elle, le milieu est en pleine ébullition, en pleine révolution, il faut se remettre constamment en question.

- D'autres irritants, des réponses éclairantes

Les conditions actuelles, questions financières, gestion du temps, l'organisation de l'entreprise. Peur de perdre son emploi. L'horaire de travail et l'impact sur la vie familiale.

Un autre en a contre les agences de communication qui servent de remparts entre la source et nous et contre : « *les organismes publics qui nous mettent des bâtons dans les roues, ex. la Loi d'accès à l'information, un irritant total avec ses délais. »*

Celui-ci vit l'incertitude d'avoir un emploi dans un an. Il vit un stress. Face à l'avenir et aussi dans le quotidien à cause du manque de personnel et du manque de ressources. Il constate aussi un manque de respect envers les journalistes. Le mélange des genres démontre un manque de compréhension du métier.

« Il ne faut jamais oublier que la mission fondamentale du journaliste est d'informer ». Il a l'impression qu'au lieu de mieux servir le public, on le dessert.

Un autre dira*, « c'est lourd moralement, ça me chagrine. À un moment donné, il faut s'ouvrir les yeux, nous sommes impuissants, pas des acteurs, et ce qu'on voit n'est pas réjouissant. »*

- Des questions qui les préoccupent et qui n'ont pas été posées.

Un participant dénonce l'attitude du Conseil de Presse, il trouve scandaleux que celui-ci ait laissé filer Quebecor. Il a beaucoup de reproches à leur faire. Il irait plus loin et suggère une loi qui obligerait à suivre l'exercice du Conseil de Presse. *« Si ça prend un statut formel, encadré par l'État »,* ainsi soit-il. La FPJQ doit se décider, c'est dans l'air depuis sept ou huit ans.

Une personne signale que *« l'aspect business, commerce du journalisme m'inquiète. Autrefois, il y avait une séparation nette entre rédaction et finances, une muraille de Chine. Aujourd'hui, le mur n'existe plus, ça a des conséquences directes sur le travail. »* Elle n'en dira pas plus.

Pour un participant : Quel est l'avenir de la profession? Ne sait pas si c'est réjouissant. *« En information, on dit aux gens comment penser alors qu'on devrait les aider à chercher les outils, à trouver les outils. Les commentaires des journalistes sont aujourd'hui plus importants que l'information de base. La vitesse tue, il n'y a plus de substance. Les journalistes en sont responsables en partie. »*

Enfin, un autre se dit préoccupé par le peu de place des jeunes en journalisme, par le peu de représentativité de vision du monde dans les grands médias québécois, par le peu de médias indépendants, par le manque d'innovation et le manque d'idées nouvelles, par la convergence médiatique, par le manque de financement et par le manque de leadership de la part de Radio-Canada en matière d'information de qualité qui construit un monde meilleur.

CONCLUSION

À la lumière des données recueillies, force est de constater que les nouvelles technologies ont créé et créent toujours une véritable révolution au sein du métier de journaliste.

L'organisation et les conditions de travail traversent un véritable bouleversement et tout indique que c'est loin d'être terminé.

Le rôle des uns et des autres est à repenser. Incluant celui des écoles de journalisme, du Conseil de Presse, de la FPJQ et des entreprises de presse.

Plusieurs questions se posent sur le statut de journaliste et la sempiternelle question du statut se pose de nouveau. Choisira-t-on de défendre les droits des journalistes par un ordre professionnel? Un syndicat? Un code de déontologie? Le veulent-ils? Quel est le rôle du gouvernement québécois dans cette tempête?

Cette étude démontre que les réseaux sociaux sont là pour demeurer dans le travail journalistique. À la vitesse actuelle, personne ne peut prédire leur importance dans l'avenir. Une chose est sûre, les directions d'entreprise prennent des mesures pour aller chercher cette nouvelle clientèle, jeune et « rentable » en plaçant les nouveaux médias au centre de leurs stratégies d'affaires.

Le défi est immense pour tous, comment garder les plus âgés(e)s et attirer les plus jeunes? Les besoins des uns sont-ils si différents des autres ou est-ce seulement une question d'habitude à l'environnement technologique? Sans avoir fait de recherche approfondie, il est permis de constater qu'il y un réel intérêt des plus âgé(e)s pour les nouvelles technologies.

Il faut que le milieu journalistique travaille ensemble pour trouver une façon de bien vivre avec les nouvelles technologies. Il faut réunir les journalistes jeunes et les plus expérimentés, donner aux journalistes Web la place qui leur revient. Commencer à écouter et échanger avec les directions d'entreprise, les écoles de journalisme, le Conseil de Presse, la FPJQ et l'AJIQ. Tous doivent être conscients des nouvelles réalités technologiques, journalistes expérimentés, vedettes ou pas, ainsi que les syndicats : le monde a changé et il y a une urgence pour l'information tout court. Ici, nous ne parlons même pas de qualité. Le monde actuel est ailleurs et ceux qui sont intéressés par l'info vont la chercher selon leurs besoins ou leurs intérêts sur le Web. Le milieu doit apprendre à se parler et trouver des solutions pour calmer l'insécurité de plusieurs et permettre à chacun de vivre sa passion pour le journalisme et sa pratique.