

Baromètre des médias 2009

**Les médias et les journalistes du Québec sont crédibles,
mais le public doute de leur indépendance face aux pouvoirs politiques et économiques
28 octobre 2009**

Marc-François Bernier (Ph.D.)
Titulaire, Chaire de recherche en éthique du journalisme
Département de communication
Université d'Ottawa

Le premier *Baromètre des médias* de la Chaire de recherche en éthique du journalisme (CREJ) de l'Université d'Ottawa contient de bonnes et de mauvaises nouvelles pour les médias et les journalistes du Québec. En effet, le public accorde une grande crédibilité aux médias, mais il doute que les journalistes résistent aux pressions des partis politiques, du pouvoir politique et de l'argent.

C'est ce qui ressort d'un sondage d'opinion réalisé auprès de 1000 personnes, du 15 au 25 octobre 2009, par la firme CROP (marge d'erreur de 3 %, 19 fois sur 20). Ce sondage téléphonique a été commandé par la CREJ dans le cadre de son programme de recherche scientifique. L'échantillon de ménages a été tiré selon la méthode « probabiliste » parmi les abonnés du téléphone de l'ensemble du Québec. Les répondants ont été choisis aléatoirement parmi les personnes de 18 ans et plus résidant dans les ménages sélectionnés, présentes au foyer et aptes à répondre aux questions en français ou en anglais. Les résultats ont été pondérés sur la base du recensement 2006 de Statistique Canada afin de refléter la distribution de la population adulte du Québec selon le sexe, l'âge, la région de résidence des répondants et leur langue d'usage à la maison.

Il est à noter que cette enquête, planifiée de longue date, a été réalisée alors même que les principaux médias du Québec publiaient un grand nombre de révélations concernant des allégations de corruption dans le monde municipal, principalement à Montréal. Il est probable que des répondants aient tenu compte de ces facteurs dans leur appréciation des médias et de leurs journalistes. Il faudra répéter cet exercice pendant plusieurs années pour vérifier l'évolution des choses.

L'enquête a principalement permis de mesurer le niveau de crédibilité des médias et la confiance du public envers les journalistes. Elle révèle aussi que 58 % des répondants sont d'avis que la concentration de la presse nuit au droit du public à une information de qualité (Tableau 1). Ce jugement négatif est plus prononcé chez les hommes et chez les répondants qui ont fréquenté l'université et dont les revenus du foyer sont supérieurs à 80 000 \$ par année.

Tableau 1

Au Québec, certaines entreprises sont propriétaires de plusieurs médias d'information. Selon vous, est-ce que cela...	
	n=1 000 %
Favorise beaucoup le droit du public à une information de qualité.....	11
Favorise un peu le droit du public à une information de qualité.....	21
} 32	
Nuit un peu au droit du public à une information de qualité.....	39
Nuit beaucoup au droit du public à une information de qualité.....	19
} 58	
*A aucun effet sur le droit du public à une information de qualité.....	4
*NSP/Refus.....	6

Par ailleurs, 39 % des répondants croient que les médias de la Société Radio-Canada offrent la meilleure qualité d'information, contre 27 % pour les médias de Quebecor et 12 % pour les médias de Gesca (Tableau 2). Le quotidien indépendant *Le Devoir* obtient la faveur de 7 % des répondants, contre 2 % pour V (anciennement TQS) et Télé-Québec.

Tableau 2

Selon vous, quels médias francophones parmi les suivants offrent la meilleure qualité d'information ? Est-ce...	
	n=1 000 %
Les médias de Quebecor qui regroupent notamment TVA, Le Journal de Montréal, Le Journal de Québec et le site Internet Canoë....	27
Les médias de Radio-Canada soit la télé de Radio-Canada, la radio de Radio-Canada et le site Internet de Radio-Canada.....	39
Les médias de Gesca qui regroupent notamment La Presse, Le Soleil et le site Internet Cyberpresse.....	12
La station de télévision V, anciennement TQS.....	2
Télé-Québec.....	2
Le Devoir.....	7
Aucun de ces réponses.....	5
*NSP/Refus.....	6

On observe que le jugement favorable à Quebecor est surtout présent en dehors des grands centres

urbains que sont Montréal et Québec. Dans la région métropolitaine de Québec, le public favorise Radio-Canada alors que Gesca est préféré dans la région métropolitaine de Montréal. De façon statistiquement significative, Quebecor est le choix de prédilection de ceux qui ont 12 ans ou moins de scolarité. Les plus scolarisés et ceux qui ont des revenus familiaux annuels supérieurs à 80 000 \$ préfèrent Radio-Canada ou Gesca. Il n'y a pas de différence significative entre les groupes d'âges.

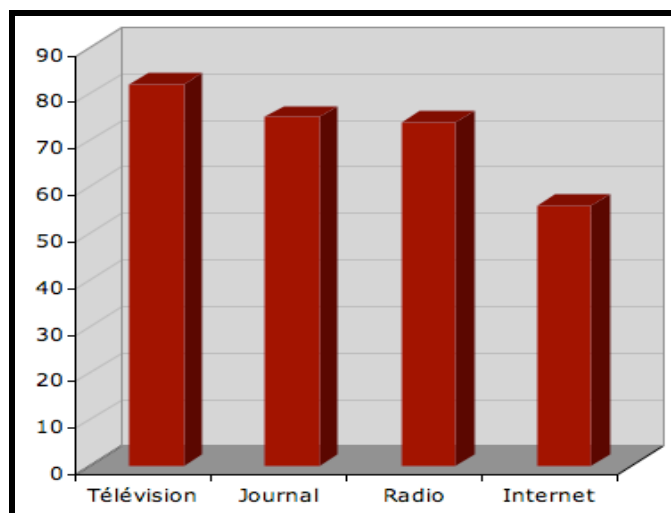
Une importante crédibilité

Pour mesurer la crédibilité que les citoyens accordent aux différents médias (télévision, journaux, radio et Internet), nous avons repris des questions qui sont posées depuis 1987 aux citoyens français, dans le cadre d'une enquête commanditée par le journal *La Croix*.

Nous avons donc demandé aux Québécois si, selon eux, les choses se sont passées « vraiment » ou « à peu près » comme le racontent les différents médias, ou bien s'il y a « pas mal de différences entre la façon dont les choses se sont passées et la façon dont le média les raconte », ou encore « les choses ne se sont pas passées du tout » comme on le raconte dans les médias.

La télévision se démarque avec un résultat favorable à 82 % (les choses se sont passées vraiment ou à peu près comme le raconte le média), alors que ce taux de crédibilité descend à 75 % pour le journal et 74 % pour la radio (Figure 1). On constate aussi que pour les nouvelles lues sur Internet, le jugement favorable chute à 56 %, alors que seulement 16 % ont une opinion défavorable et que 26 % disent ne pas lire de nouvelles sur Internet.

Figure 1



L'analyse révèle que les variables sociodémographiques (âge, sexe, revenu, scolarité, etc.) ne sont généralement pas en cause dans la crédibilité accordée à l'information télévisée, sauf en ce qui concerne le niveau de scolarité. Ceux qui ont 0-12 ans de scolarité croient davantage que les choses se sont vraiment passées comme la télévision le raconte, alors que ceux qui ont 16 ans et plus de scolarité sont plus enclins à penser que les choses se sont passées à peu près comme la télévision le raconte.

En ce qui concerne le journal, on observe que les hommes considèrent davantage que les femmes que les choses se sont vraiment passées comme le journal le raconte. La crédibilité envers les journaux est moins élevée chez ceux qui ont 12 ans ou moins de scolarité, ou dont les revenus familiaux se situent entre 40 000 \$ et 60 000 \$. Quant à la radio, sa crédibilité est plus élevée surtout chez les 35-54 ans.

Ceux qui accordent le plus de crédibilité à Internet sont les hommes, les répondants âgés entre 18 et 54 ans et ceux qui sont les plus scolarisés. Les femmes, les personnes âgées de plus de 55 ans et les répondants ayant des revenus familiaux inférieurs à 40 000 \$ sont ceux qui lisent le moins de nouvelles sur Internet.

Pour l'ensemble des médias, les résultats de notre recherche sont nettement meilleurs que les résultats obtenus en France depuis 1987, où le taux favorable n'a jamais dépassé 66 % (en faveur de la radio plutôt que de la télévision)¹. Nos résultats se démarquent aussi d'enquêtes récentes aux États-Unis. Par exemple, en septembre 2009, le Pew Research Center rapportait que seulement 29 % des Américains étaient d'avis que les médias rapportaient correctement les faits².

Il se peut que les circonstances évoquées plus haut favorisent ponctuellement les médias du Québec et leurs journalistes, car plusieurs intervenants publics les ont félicités d'avoir mis au jour les réseaux d'influence occulte en vigueur à la Ville de Montréal. Toutefois, nos résultats rappellent ceux d'un sondage Léger Marketing réalisé en 2002, pour le compte de la Fédération

¹ TNS/SOFRES/LA CROIX (2009), *Baromètre de confiance dans les médias 2009*, (<http://www.tns-sofres.com/points-de-vue/E69E404147664AE19B85EED7EDA0995A.aspx>).

² PEW RESEARCH CENTER (2009), *Press Accuracy Rating Hits Two Decade Low*, (<http://people-press.org/report/543/>).

professionnelle des journalistes du Québec. Il révélait qu'environ 78 % des répondants se disaient très (8 %) ou assez satisfaits (70 %) de la qualité de l'information transmise par les médias, tandis que 21 % se disaient peu (18,2 %) ou pas du tout satisfaits (2,8 %). Bien entendu, les questions de 2002 et 2009 sont différentes, mais toutes deux reflètent une attitude favorable envers les médias.

De façon générale, l'enquête révèle aussi que la télévision demeure le média considéré le plus crédible par les Québécois (45 % des répondants), suivi d'Internet (19 %) qui devance les journaux payants (18 %), la radio (11 %) et les journaux gratuits (2 %), lorsque vient le temps de s'informer.

Tableau 3

Quand vous voulez vous informer, quel est le média que vous considérez le plus crédible ? Est-ce...	
	n=1 000 %
La télévision	45
Les journaux payants.....	18
La radio	11
Internet.....	19
Les journaux gratuits	2
*Aucun de ces médias.....	3
*Refus	1

Une grande méfiance

Le jugement porté sur la crédibilité de l'information est différent de l'appréciation qu'on peut avoir quant à l'indépendance des journalistes face aux différents pouvoirs. Les journalistes peuvent rapporter des informations que le public considère véridiques, mais celui-ci peut en même temps douter de leurs intérêts, voire de leurs motivations à agir de la sorte. Le public peut aussi croire que les journalistes ne rapportent pas tout ce qu'ils savent et taisent des informations importantes. Il est difficile de bien décoder les réserves des Québécois en cette matière, mais ils manifestent une grande méfiance quant à l'indépendance des journalistes.

Quand on leur demande s'ils croient que « les journalistes sont indépendants, c'est-à-dire qu'ils résistent aux pressions des partis politiques et du pouvoir politique », 50 % des répondants disent non, contre 40 % qui disent oui (Tableau 4).

Tableau 4

Croyez-vous que les journalistes sont indépendants, c'est-à-dire qu'ils résistent aux pressions...	
a) des partis politiques et du pouvoir politique	
	n=1 000 %
Oui, ils sont indépendants	40
Non, ils ne sont pas indépendants.....	50
*NSP	10
*Refus	0

De même, quand on leur demande s'ils croient que « les journalistes résistent aux pressions de l'argent », ils sont encore 50 % à dire non et 39 % pensent que oui. Face à ces deux questions, on retrouve respectivement 10 % et 11 % de gens qui répondent ne pas le savoir.

Tableau 5

Croyez-vous que les journalistes sont indépendants, c'est-à-dire qu'ils résistent aux pressions...	
b) de l'argent	
	n=1 000 %
Oui, ils sont indépendants	39
Non, ils ne sont pas indépendants.....	50
*NSP	11
*Refus	0

Ici encore, la méfiance envers les journalistes québécois est moins élevée que celle manifestée envers les journalistes français, qui était de 61 % en janvier 2009. Mais cette méfiance n'est pas inédite. En 2002 toujours, les Québécois étaient majoritairement d'avis (67 %) que les annonceurs avaient une influence sur le travail des journalistes. De même, seulement 26 % des Québécois croyaient que les journalistes étaient avant tout au service du public, contre 39 % qui les croyaient surtout au service de leur entreprise et 29 % au service de leurs propres intérêts³.

³ BERNIER, Marc-François (2004), *La méfiance des Québécois envers la concentration de la propriété des médias, les journalistes et l'intervention gouvernementale*, communication orale dans le cadre du XVII^e congrès international des sociologues de langue française, Tours (France), le 6 juillet 2004

Le Conseil de presse est mal perçu

Il y a peut-être un lien à faire entre la faible confiance du public envers l'indépendance des journalistes et le fait que seulement 20 % des répondants font confiance au Conseil de presse du Québec (CPQ) pour « assurer que les journalistes respectent l'éthique et la déontologie de leur métier ».

À la place de cet organisme d'autorégulation qui a uniquement un pouvoir de sanction morale, 34 % des répondants préfèrent que le mandat d'imputabilité soit confié à un « tribunal spécialisé en déontologie du journalisme, qui pourrait sanctionner et mettre à l'amende les journalistes et les médias fautifs », tandis que 15 % choisissent les « tribunaux civils, qui peuvent juger et sanctionner tous les citoyens, y compris les journalistes et les médias ». On trouve aussi 21 % des répondants qui sont d'avis que personne ne devrait être chargé de faire respecter l'éthique et la déontologie du journalisme « car il faut respecter de façon absolue la liberté de presse ». On observe que 9 % des répondants ne répondent pas à cette question.

Tableau 6

Qui devrait s'assurer que les journalistes respectent l'éthique et la déontologie de leur métier ? Est-ce...	
	n=1 000 %
Le Conseil de presse du Québec qui a uniquement un pouvoir de sanction morale	20
Un tribunal spécialisé en déontologie du journalisme, qui pourrait sanctionner et mettre à l'amende les journalistes et les médias fautifs	34
Les tribunaux civils, qui peuvent juger et sanctionner tous les citoyens, y compris les journalistes et les médias.....	15
Personne, car il faut respecter de façon absolue la liberté de presse	21
*NSP/Refus.....	9

Chez ceux qui souhaitent une certaine imputabilité des journalistes et de leurs médias, seulement 29 % choisissent le CPQ, contre plus de 70 % qui préfèrent confier ce mandat à une instance indépendante des médias, qui pourrait sanctionner ceux qui transgressent leurs normes professionnelles. La perception négative du public rejoint les réserves et les critiques des chercheurs

et observateurs des médias qui doutent de plus en plus de l'efficacité de mécanismes d'autorégulation (conseils de presse, ombudsman, médiateurs de presse, etc.) lorsque ceux-ci sont impuissants à assurer une réelle autodiscipline qui passe notamment, mais pas exclusivement bien entendu, par l'imposition des sanctions réelles dans les cas de transgressions déontologiques graves⁴.

Conclusion

Ce premier *Baromètre des médias* de la Chaire de recherche en éthique du journalisme de l'Université d'Ottawa permet de distinguer des notions telles la crédibilité, qui concerne la perception quant à la véracité de l'information, et la confiance, qui repose sur la perception quant à l'intégrité professionnelle des journalistes.

L'information est plus présente et plus accessible que jamais, mais cette abondance n'est pas un gage de qualité. Quand tous peuvent diffuser les messages qu'ils désirent, il devient bien difficile et très exigeant pour le citoyen de pouvoir déterminer à qui il peut faire confiance pour lui fournir une information fiable.

La crédibilité et l'intégrité sont peut-être les valeurs professionnelles qui viendront en aide aux journalistes et aux médias en leur permettant d'offrir une valeur ajoutée aux informations qu'ils produisent et diffusent. Il y a là un créneau pour se distinguer et se démarquer des autres communicateurs publics, et pour retrouver la voie de la rentabilité. Quand le public a la conviction qu'il lui est possible de s'informer convenablement et gratuitement, il faut lui fournir de bonnes raisons pour le convaincre de payer afin d'être réellement bien informé.

⁴ BERNIER, Marc-François (2009), « Au-delà des mythes et limites de l'autorégulation : la corégulation démocratique », communication dans le cadre du colloque international Déontologie de l'information dans un monde arabe en mutation, Tunis, 23 et 24 avril 2009.