

Érosion de la crédibilité et de la confiance des Québécois envers leurs médias d'information

(Mis en ligne le 1er novembre 2012)

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

Même s'ils jouissent encore d'une crédibilité et d'une confiance importantes, les journalistes québécois semblent confrontés à une érosion de ces atouts, selon ce que révèle le *Baromètre des médias 2012* de la Chaire de recherche en éthique du journalisme (CREJ.ca) de l'Université d'Ottawa.

C'est ce qui se dégage d'un sondage CROP réalisé auprès de 1 000 répondants, du 17 au 22 octobre 2012, par le biais d'un panel web. Les résultats ont été pondérés afin de refléter la distribution de la population adulte du Québec selon le sexe, l'âge, la région de résidence, la langue maternelle et le niveau de scolarité des répondants. Compte tenu du caractère non probabiliste de l'échantillon, le calcul de la marge d'erreur ne s'applique pas.

Depuis 2009, la CREJ a commandé quatre sondages d'opinion dans le cadre de son programme à long terme intitulé le *Baromètre des médias*. Le principal objectif est de procéder annuellement à une mesure ponctuelle de l'opinion et de la perception des Québécois quant à la crédibilité et à la confiance qu'ils accordent à leurs médias d'information. Nous sommes en mesure de déceler quelques tendances qui pourront à leur tour générer des hypothèses de recherche plus spécifiques. Notre sondage reprend certaines questions du *Baromètre de la confiance dans les médias*, une enquête réalisée annuellement en France depuis 1987, grâce à la contribution financière du quotidien *La Croix*. Cela nous a déjà permis de faire des comparaisons entre le Québec et la France¹.

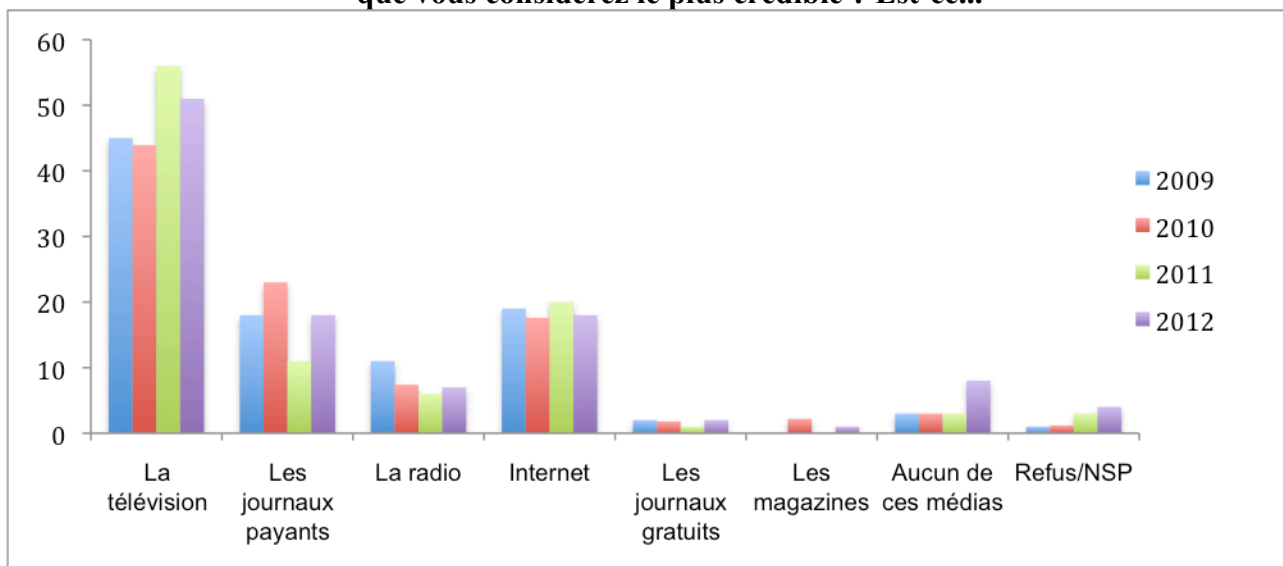
¹ Voir notre analyse (<http://www.crej.ca/credibilite20092011.pdf>).

La crédibilité vacille

Dans un premier temps, observons que la télévision demeure, en 2012, le média le plus crédible quand les Québécois veulent s'informer. Depuis 2009, le taux de crédibilité de chaque média a fluctué, mais on n'observe pas de tendance nette à la hausse ou à la baisse, sauf peut-être chez les répondants qui n'en choisissent aucun ou qui ne veulent pas répondre. Il y a peut-être de l'incertitude dans l'air, en cette époque où peu d'institutions échappent à la suspicion.

Ce que l'on sait, c'est que la télévision demeure le média le plus crédible chez 58 % des 55 ans et plus, mais le moins crédible chez les Québécois qui ont un diplôme universitaire (37 % seulement la considèrent le média le plus crédible). La télévision est jugée plus crédible pour 40 % des 18-34 ans, tandis que 30 % de ceux-ci optent pour Internet et seulement 4 % pour les journaux payants. Ils sont 13 % à affirmer qu'aucun de ces médias n'est plus crédible que les autres (8% pour l'ensemble des répondants).

Figure 1
Quand vous voulez vous informer, quel est le média que vous considérez le plus crédible ? Est-ce...

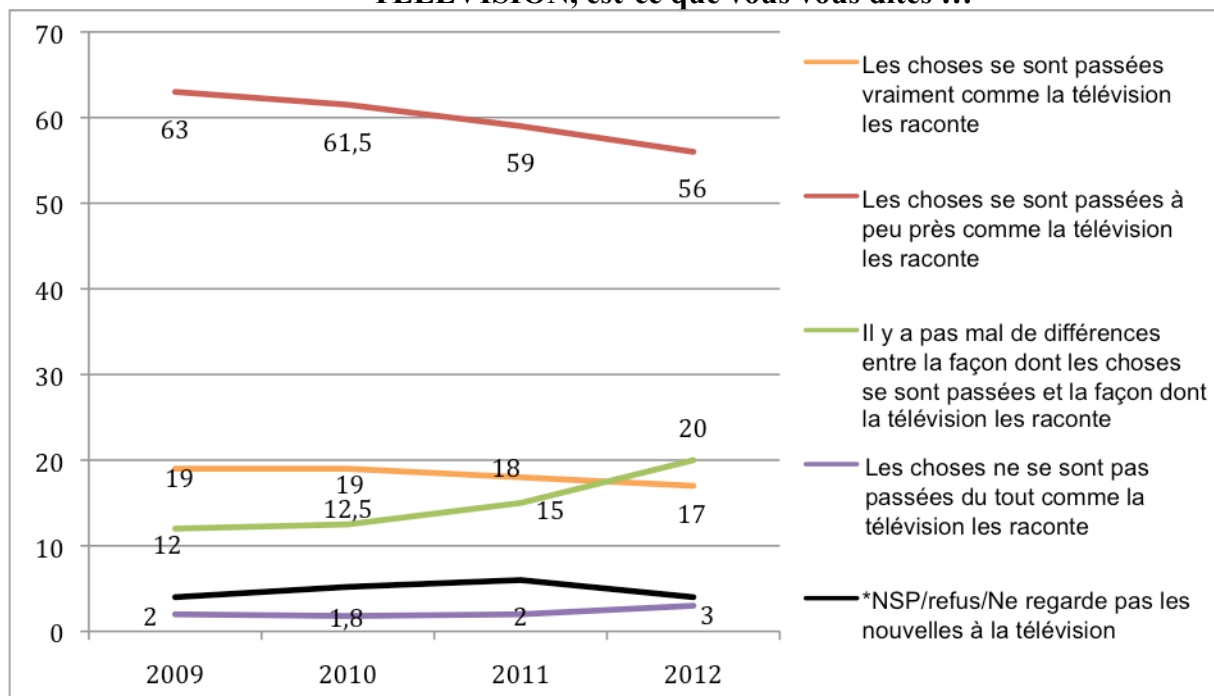


Compte tenu du choix de la télévision comme média le plus crédible, il ne faut pas se surprendre de constater que c'est également elle qui, selon les Québécois, raconte avec le plus d'exactitude comment les choses se sont passées. On observe toutefois une tendance à la baisse de 2009 à 2012. L'âge est ici un facteur déterminant. En effet, il existe un écart significatif entre les 18-34 ans et les 55 ans et plus. Ces derniers sont 80 % à estimer que « les choses se sont passées vraiment » ou « à peu près comme la

télévision les raconte », contre seulement 58 % des 18-34 ans. L'écart est encore plus significatif lorsque le jugement est négatif. En effet, 37 % des 18-34 ans croient qu'il « y a pas mal de différence » ou que « les chose ne se sont pas passées du tout comme la télévision les raconte », contre 17 % chez les 55 ans et plus.

Il est permis de penser que la couverture télévisuelle du conflit étudiant ainsi que des nombreuses manifestations contre la hausse des frais de scolarité, au printemps et à l'été 2012, puisse expliquer cet écart. À cet effet, un autre sondage réalisé il y a un an, pour le *Baromètre des médias 2011*, avec la même méthodologie, révélait que 69 % des 18-34 ans estimaient alors que « les chose se sont passées vraiment » ou « à peu près comme la télévision les raconte », contre 25 % qui étaient d'avis qu'il « y a pas mal de différence » ou que « les chose ne se sont pas passées du tout comme la télévision les raconte ». Chez les 18-34 ans, les Québécois les plus concernés par le conflit étudiant, la crédibilité de la télévision comme source d'information a donc connu une importante chute en 2012.

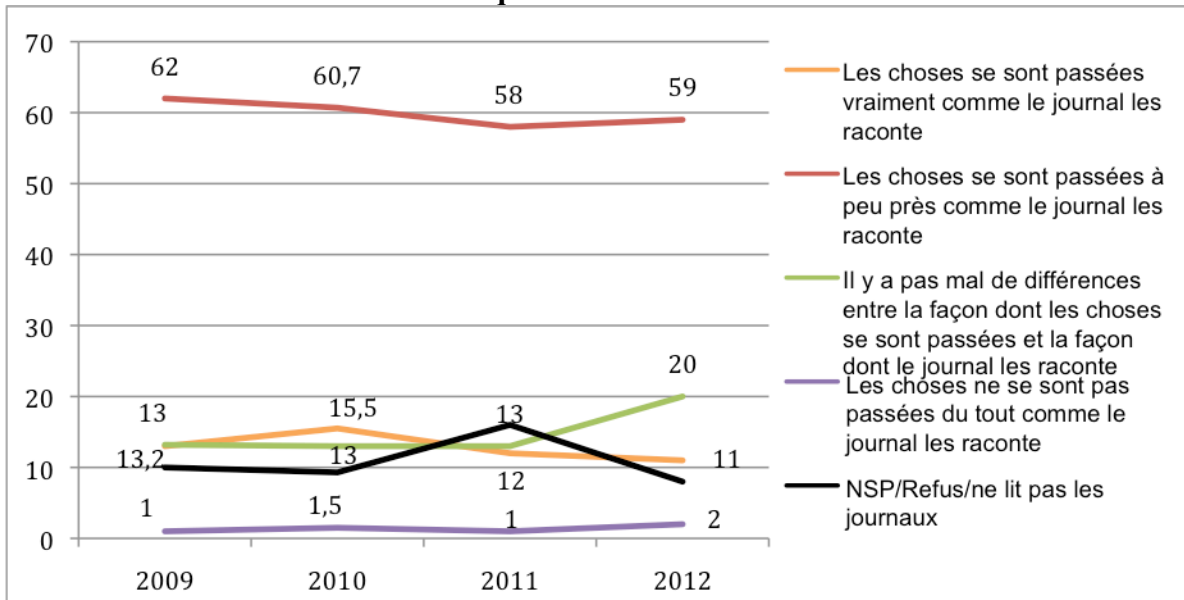
Figure 2
En général, à propos des nouvelles que vous voyez à la
TÉLÉVISION, est-ce que vous vous dites ...



Pour ce qui est du journal, on a également affaire, depuis 2009, à une crédibilité générale à la baisse de 5 %, si on tient compte des deux réponses plutôt favorables, alors que le scepticisme a grimpé de 8 % (voir lignes rouge et orange de la figure 3). Encore une fois, les 55 ans et plus se montrent moins

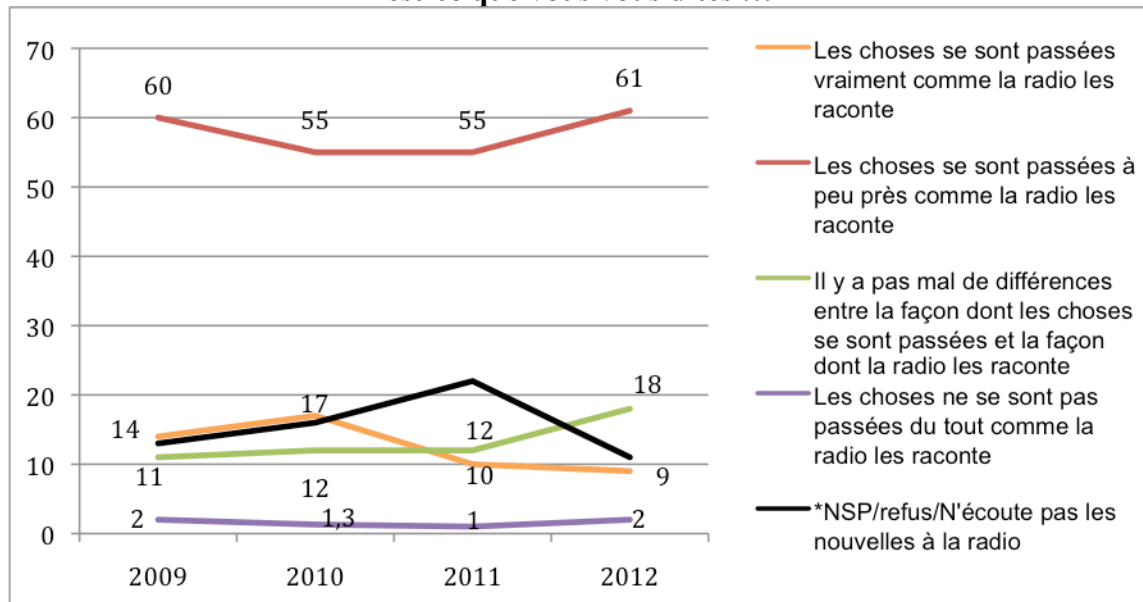
sceptiques que les 18-34 ans, mais l'écart est moins important. De même, les 18-34 ans accordent moins de crédibilité aux journaux en 2012 qu'en 2011. On constate par ailleurs que les Québécois qui vivent en dehors des régions de Montréal et Québec se montrent plus sceptiques, peut-être en raison de leur exposition à des journaux régionaux.

Figure 3
En général, à propos des nouvelles
que vous lisez dans le JOURNAL,
est-ce que vous vous dites ...



On l'a vu plus haut, la radio n'est pas considérée comme un média des plus crédibles quand on la compare à la télévision, aux journaux et même à Internet. Ici aussi, les 18-34 ans se montrent plus sceptiques, mais cette fois l'écart significatif est avec les 35-54 ans. La radio est jugée plus crédible chez les diplômés universitaires et les ménages dont le revenu est supérieur à 100 000 \$. L'enquête ne permet pas de déterminer si cette crédibilité incombe à la radio publique (Radio-Canada) ou à la radio commerciale. On observe également que les 18-34 ans sont presque deux fois plus nombreux à douter de l'exactitude de l'information radiophonique en 2012 (30 %) qu'en 2011 (16 %).

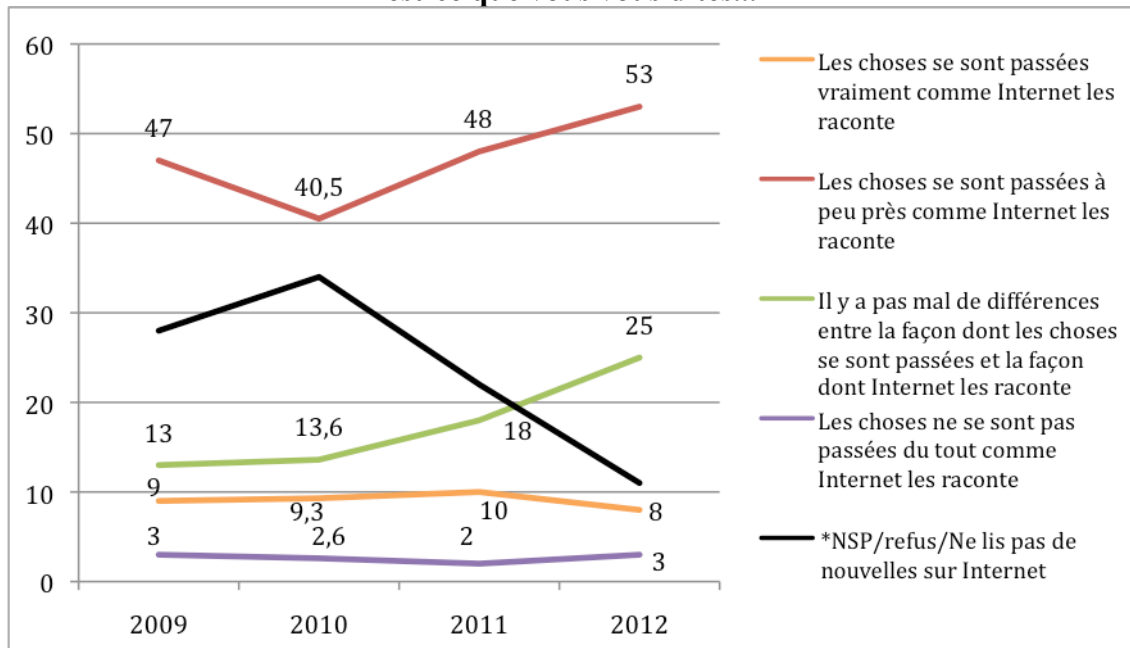
Figure 4
En général, à propos des nouvelles
que vous entendez à la RADIO,
est-ce que vous vous dites ...



Pour Internet, la situation est différente car sa crédibilité est à la hausse, tout comme sa fréquentation comme source d'information. Ceci doit toutefois être interprété en tenant compte du fait que les principales sources d'information en ligne demeurent les sites des principaux médias traditionnels que sont la télévision et les journaux quotidiens payants². Notons cependant que les 18-34 ans se montrent davantage sceptiques que leurs aînés de 55 ans et plus. En effet, ils sont 59 % à avoir une opinion plutôt positive quant à la crédibilité d'Internet, contre 62 % chez les 55 ans et plus, alors que ces derniers sont 23 % à avoir une opinion plutôt négative contre 33 % des 18-34 ans. Mais on constate néanmoins une tendance à la nuance car les deux réponses plus radicales (« les choses se sont passées vraiment... » et « les choses ne se sont pas passées du tout comme Internet les raconte ») sont en stagnation depuis 2009. En 2012, ce sont les 55 ans et plus qui se montrent plus sceptiques qu'en 2011 envers Internet (12 % vs 23 %), peut-être en réaction aux informations contradictoires ou officieuses qui ont pu y circuler durant le conflit étudiant et les grandes manifestations. On constate finalement que la proportion de ceux qui ne se prononcent pas sur cette question diminue, signe qu'Internet est devenu un véritable média d'information.

² Voir à cet effet les *Netendances 2011* du CEFRIO (http://www.cefrio.qc.ca/fileadmin/documents/Publication/NET4-source_information_LR_.pdf).

Figure 5
En général, à propos des nouvelles
que vous lisez sur INTERNET,
est-ce que vous vous dites...



La méfiance s'installe

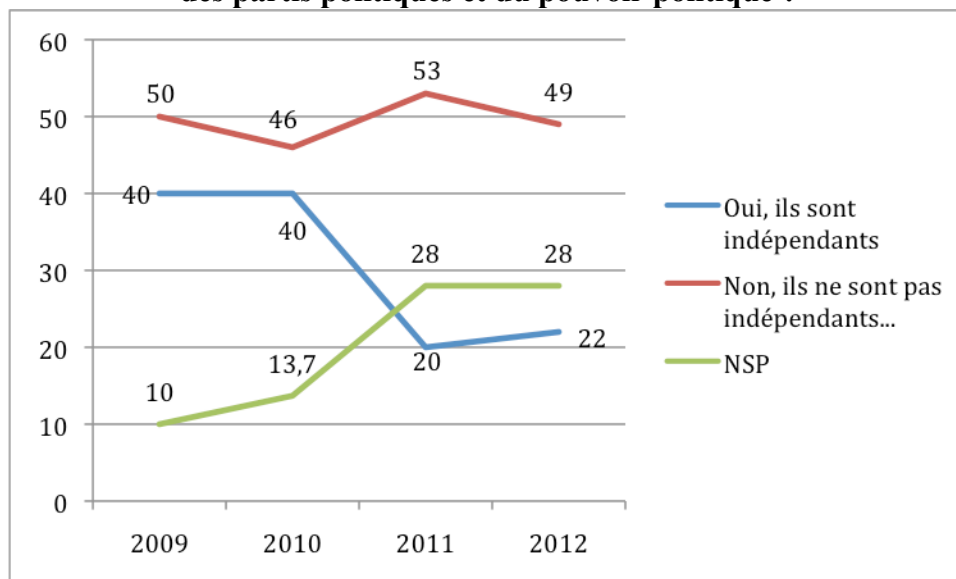
Depuis 2009, toujours en nous inspirant de l'expérience française, nous cherchons à savoir si les Québécois font confiance en l'intégrité de leurs journalistes, cette valeur pouvant en quelque sorte être prise en compte dans la crédibilité que l'on accorde ou refuse à un média et à ses journalistes. Compte tenu des importants succès obtenus ces dernières années par les journalistes d'enquête - qui ont dévoilé d'importants scandales de corruption impliquant les milieux du crime organisé, de la construction et certaines administrations municipales - on serait porté à croire que les Québécois vont manifester une confiance accrue en leur indépendance des partis politiques, du pouvoir politique et de l'argent. D'autant plus que le Baromètre des professions 2012, tiré d'un sondage Léger Marketing³, indique que 48 % des Québécois font confiance aux journalistes, une augmentation de 9 %, comparativement à 2011, qui permet aux journalistes de se classer au 37^e rang. Or, le portrait est moins positif qu'anticipé.

Depuis 2009, les Québécois sont de moins en moins nombreux à croire en la capacité des journalistes à résister aux pressions des partis politiques et du pouvoir politique. Si ceux qui ne croient pas en leur indépendance sont presque aussi nombreux en 2012 que par le passé, ceux qui croient en leur indépendance se font plus rares, tandis que les indécis (ou incertains) sont plus nombreux depuis 2010.

³ Léger, Jean-Marc (2012), « Le baromètres des professions 2012 », *Le Journal de Montréal*, 2 octobre 2012, p. 23.

Il est possible que bon nombre de militants des partis politiques et des élus mis en cause par les enquêtes journalistiques manifestent ainsi leur ressentiment. Pour ceux-ci, il est plus facile et confortable, cognitivement parlant, de s'en prendre aux journalistes et de douter de leurs motivations, plutôt que de modifier leurs propres croyances et affiliations partisans. Paradoxalement, cette méfiance pourrait être un indicateur de la qualité du travail journalistique qui consiste, parfois, à déplaire au grand nombre en diffusant des informations véridiques et d'intérêt public. Par ailleurs, des recherches ont déjà montré que les citoyens doutent des motivations démocratiques des journalistes et des médias d'information, ce qui expliquerait en partie la stabilité de la proportion de ceux qui ne croient pas en leur indépendance.

Figure 6
Croyez-vous que les journalistes sont indépendants,
c'est-à-dire qu'ils résistent aux pressions
des partis politiques et du pouvoir politique ?

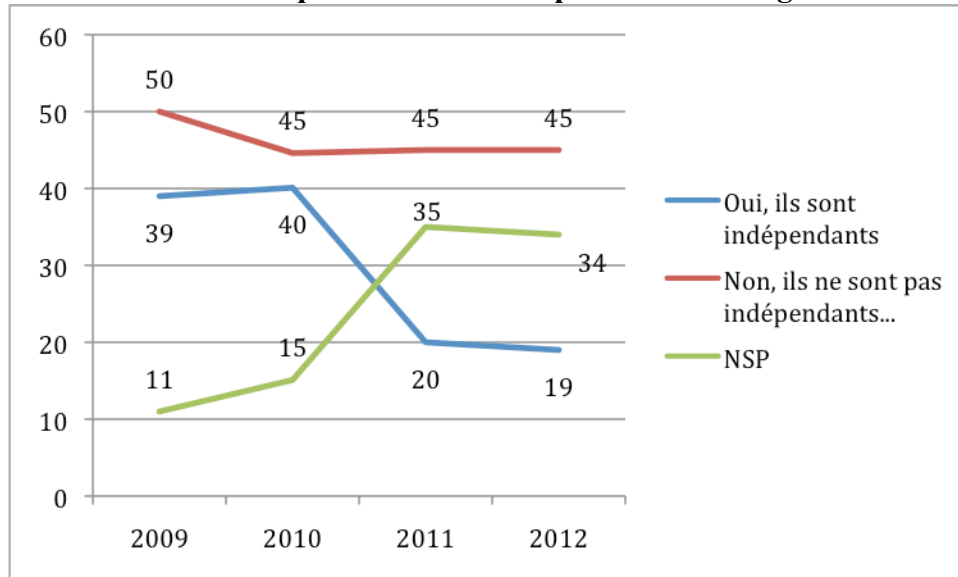


Eu égard à la capacité de résister aux pressions politiques, on observe que les femmes sont un peu moins méfiantes que les hommes (44 % des femmes ne croient pas en leur indépendance contre 54 % des hommes), tout comme elles sont plus nombreuses à ne pas avoir d'opinion à ce sujet (36 % vs 19 %).

On constate une tendance similaire dans la perception des Québécois quant à la capacité des journalistes à résister aux pressions de l'argent. S'ils sont un peu moins nombreux à douter de leur

indépendance (45 % en 2012 contre 50 % en 2009), les Québécois sont encore moins nombreux à croire en leur indépendance, avec un creux de 19 % en 2012. Pendant ce temps, la proportion de ceux qui disent ne pas savoir est en hausse, passant de 11 % en 2009 à 34 % en 2012. Signalons que pour les deux dernières questions, ceux qui refusent de réponses représentent à peine 1 % de l'échantillon.

Figure 7
Croyez-vous que les journalistes sont indépendants, c'est-à-dire qu'ils résistent aux pressions de l'argent?



Eu égard aux pressions de l'argent, les femmes sont plus indécises, car elles sont 43 % à ne pas savoir ce qu'il en est contre 25 % chez les hommes. Chez ces derniers, 25 % croient que les journalistes résistent aux pressions de l'argent (14 % chez les femmes) et 49 % ne croient pas en leur indépendance (42 % des femmes). L'autre facteur déterminant est l'âge. Plus les répondants sont âgés, plus ils croient en cette indépendance. Chez les 18-34 ans, ils sont 57 % à ne pas croire en leur capacité de résister aux pressions de l'argent, contre 38 % des 55 ans et plus.

Questions d'imputabilité

En 2009 et 2011, nous avons abordé la question de l'imputabilité des journalistes⁴ pour constater à deux reprises que les Québécois sont moins favorables à l'autorégulation, tel le tribunal d'honneur du Conseil de presse du Québec. Ils sont davantage favorables à d'autres dispositifs de reddition de compte, tel un tribunal spécialisé en déontologie du journalisme qui pourrait sanctionner et mettre à

⁴ Voir à cet effet (<http://www.crej.ca/CPQ20092011.pdf>).

l'amende les journalistes et les médias fautifs, ou encore le recours aux tribunaux civils, qui peuvent juger et sanctionner tous les citoyens, y compris les journalistes et les médias.

Pour l'édition 2012 du *Baromètre des médias*, nous avons soumis à nos répondants deux questions reliées à la capacité d'autorégulation des médias. Outre le fait de documenter l'état d'esprit des Québécois à ce sujet, les questions retenues permettent de procéder à une certaine comparaison avec des enquêtes réalisées au Canada et aux États-Unis, il y a quelques années⁵. Bien entendu, la comparaison est à titre indicatif seulement, compte tenu de l'écart temporel entre notre sondage et les deux autres. Dans un premier temps, nous nous sommes intéressés à la perception des Québécois quant à l'attitude des médias face aux plaintes et aux reproches du public.

Tableau 1
Perception de l'attitude des médias face
aux plaintes et aux reproches du public

Selon vous, est-ce que les médias du Québec	Québec 2012	Canada 2003	États-Unis sondages multiples
Ignorent les plaintes et les reproches du public	29 %	36 %	58 %
Accordent de l'importance aux plaintes et aux reproches du public	45 %	53 %	35 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	26 %	11 %	7 %

Retenons que moins de 50 % de la population québécoise manifeste sa confiance en la volonté des médias de tenir compte des plaintes et des reproches. Les hommes sont plus nombreux que les femmes (33 % vs 25 %) à penser que les médias ignorent les plaintes et les reproches du public, tandis que les francophones sont plus nombreux que les allophones à croire qu'ils y accordent de l'importance (47 % vs 32 %).

Nous avons par la suite abordé la question de la perception de nos répondants quant à l'attitude des médias qui sont confrontés à des erreurs. Ici, le résultat est plus négatif, car 50 % de nos répondants sont d'avis que les médias essaient de cacher leurs erreurs et seulement 27 % croient le contraire.

Tableau 2
Perception de l'attitude des
médias face à leurs erreurs

Selon vous, est-ce que les médias du Québec	Québec 2012	Canada 2003	États-Unis sondages multiples
Essaient de cacher leurs erreurs	50 %	54 %	62 %
Acceptent de reconnaître leurs erreurs	27 %	34 %	27 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	23 %	12 %	11 %

⁵ Enquêtes du Consortium canadien de recherche sur les médias pour le Canada auprès de 3 012 répondants, en novembre et décembre 2003 (http://www.cmrcrm.ca/_OLDSITE/english/reportcard2004/01.html), et de sondages successifs du Pew Research Center pour les États-Unis.

À ce sujet, les hommes sont plus catégoriques car 55 % croient que les médias essaient de cacher leurs erreurs, contre 44 % des femmes. Cette opinion est partagée par 60 % des 18-34 ans et 56 % de ceux qui ont fait des études universitaires. En général, plus nos répondants sont jeunes et plus ils sont scolarisés, plus leur opinion est négative à ce sujet.

Il est possible que le public, de plus en plus exposé à la critique des médias et des pratiques journalistiques, via les médias sociaux notamment, constate l'existence de plusieurs erreurs et dérapages, alors que les médias eux-mêmes se montrent assez discrets à ce sujet. Pour certains répondants plus au fait de la situation, le fait que le principal conglomérat médiatique, Quebecor Média, se soit retiré du Conseil de presse du Québec, peut aussi être perçu comme un refus de reconnaître ses erreurs, ou encore comme une façon d'ignorer les plaintes du public.

Conclusions

La crédibilité et la confiance envers les médias comme de leurs journalistes reposent sur de nombreuses variables dont l'âge, le genre et la langue. D'autres variables, tels l'usage des médias, le niveau d'éducation, le revenu, l'expérience personnelle avec les médias ou encore les convictions politiques entrent certainement en jeu. On comprend qu'il soit bien difficile pour les journalistes de sortir gagnants quand autant de facteurs sociaux, culturels, économiques politiques et démographiques peuvent influencer l'opinion que les citoyens se font de leur travail. On se découragerait pour moins que cela.

Et pourtant, les médias comme leurs journalistes sont en quelque sorte condamnés à préserver leur réputation, condamnés à l'excellence et à fournir au public une information de qualité, à servir l'intérêt public de façon rigoureuse, équitable et intègre. Devant déjà lutter contre divers préjugés - et devant aussi assumer le poids de leurs erreurs, de leurs fautes et de leurs dérapages - les médias et les journalistes professionnels sont, plus que jamais, soumis au regard implacable des citoyens, qui peuvent maintenant librement diffuser leurs critiques, même les plus injustes. C'est ce que nous appelons *la montée en puissance du 5e pouvoir*, le pouvoir citoyen qui s'impose via les médias sociaux, avec à la fois son sens commun et une certaine sagacité, mais aussi avec ses excès qui peuvent menacer la liberté de la presse.

Face à une telle reconfiguration, la meilleure façon pour les médias et les journalistes professionnels de conserver ce qui leur reste de légitimité, de crédibilité et de confiance dans l'espace public, c'est d'agir en conformité avec les principes éthiques et les règles déontologiques qu'ils se sont librement données. Non seulement doivent-ils agir de la sorte par esprit de justice, par souci de vérité et par devoir démocratique, mais aussi parce que telles sont les attentes des publics à leur endroit. Tels sont aussi les engagements maintes fois répétés des médias et des journalistes envers les publics.

En plus d'agir en accord avec l'éthique et la déontologie de l'information - ce qui est le fondement de la liberté responsable de la presse - les médias et les journalistes devraient comprendre que leur intérêt est de se doter de dispositifs d'imputabilité efficaces, crédibles et indépendants, dans le but de répondre aux critiques justifiées du 5e pouvoir, tout en protégeant la liberté de la presse contre les excès, les fureurs et la démagogie passagères de ce même 5e pouvoir.

* * *