

## La chronique dans les quotidiens québécois : un genre journalistique de plus en plus populaire

Jean-Claude Picard

*Professeur de journalisme  
Département d'information  
et de communication  
Université Laval (Québec)*

Le genre journalistique connu sous le nom de "chronique" est un phénomène relativement récent dans les quotidiens québécois. En fait, son existence ne remonte qu'à une trentaine d'années tandis que son développement, sur une base relativement généralisée, ne date que d'environ une décennie.

Avant l'introduction de la chronique, les quotidiens québécois comptaient essentiellement deux types de journalistes autorisés à y publier des articles : les "nouvellistes" ou reporters chargés de rapporter l'actualité dans leurs différents domaines d'activité – il s'agissait évidemment du groupe le plus nombreux – et ensuite les "éditorialistes" dont le travail consiste à commenter cette même actualité en fonction essentiellement de la pensée de l'éditeur et de la tradition éditoriale du journal.

Dans ce type d'univers plutôt conforme aux traditions du journalisme nord-américain, les paramètres rédactionnels étaient donc relativement limpides, autant pour les journalistes que pour les lecteurs : d'un côté, la masse des reporters, passablement anonymes, dont on s'attendait à ce qu'ils livrent l'information de la façon la plus factuelle et la plus objective possible et, de l'autre, quelques commentateurs dont la pensée devait fatalement s'accorder aux orientations idéologiques définies par le propriétaire du journal ou son représentant.

## Un regard personnalisé

L'arrivée de la chronique a complètement bouleversé cet ordre des choses en introduisant dans le journal un nouveau type de journalistes autorisés à donner leur opinion et à commenter l'actualité en leur nom propre, en faisant de ceux-ci les premières véritables vedettes de la presse écrite et en produisant un nouveau contenu journalistique où le lecteur est invité à prendre connaissance de l'information à travers le regard extrêmement personnalisé du chroniqueur.

La chronique a d'abord fait son apparition dans des secteurs très spécialisés du journal, tels les sports et les arts et spectacles, pour ensuite rejoindre graduellement les zones plus classiques de l'information politique, sociale et économique. Si bien qu'aujourd'hui, les grands quotidiens québécois comptent tous une bonne dizaine de chroniqueurs qui, chacun à raison de trois ou quatre textes par semaine, livrent au lecteur tantôt des informations, tantôt des potins, tantôt des analyses, tantôt des commentaires sur leur façon de voir et de comprendre l'actualité.

*« les grands quotidiens québécois comptent tous une bonne dizaine de chroniqueurs »*

En regard de cette évolution, le présent texte a pour objectif de tenter d'apporter quelques éléments de réponse aux questions suivantes :

1. pourquoi les quotidiens québécois ont-ils décidé de développer à ce point ce genre journalistique ?
2. comment la direction d'une salle de rédaction choisit-elle ses chroniqueurs et qu'en attend-elle exactement ?
3. pourquoi des journalistes acceptent-ils de devenir chroniqueurs ?
4. comment les chroniqueurs exécutent-ils leur travail et quels rapports entretiennent-ils avec les lecteurs ?

Pour des raisons de commodité, nous avons circonscrit le champ de notre recherche au quotidien d'information générale *Le Soleil*, de Québec, dont la réalité est représentative de ce qui est décrit plus haut.

## Stratégie marketing

Quotidien plus que centenaire, *Le Soleil* est un journal de type familial qui couvre tous les secteurs d'activité. Il emploie actuellement 77 journalistes dont une douzaine font office de chroniqueurs. Ce journal a longtemps dominé le marché de Québec et de l'Est du Québec avec un tirage quotidien qui dépassait 150 000 exemplaires au milieu des années 60 ; en 1998, ce même tirage n'atteignait plus que 82 000 exemplaires en

semaine<sup>1</sup>, le journal ayant été dépassé par un concurrent populiste (*Le Journal de Québec*) qui exploite principalement les faits divers et les sports. En 1995, *Le Soleil* a rajeuni son contenu et sa présentation graphique, suite à une étude en profondeur réalisée par une firme spécialisée, Saine Marketing, auprès de ses artisans et de ses lecteurs. C'est d'ailleurs à la suite de cette étude que le journal a accru considérablement le nombre de ses chroniqueurs.

La présente recherche a été effectuée à partir d'entrevues menées en mars 1999 auprès du rédacteur en chef du *Soleil*, Gilbert Lavoie, et de trois chroniqueurs, Michel David, qui rédige une chronique politique, Ghyslaine Rhéault et Jean-Simon Gagné, qui rédigent tous deux une chronique de "société." Tous les sujets relatifs aux questions mentionnées plus haut ont été évoqués avec chacun des interviewés.

La chronique est un genre journalistique dont il est périlleux de proposer une définition tellement elle apparaît comme une sorte de fourre-tout qui, peu importe le sujet traité, se déploie au gré des humeurs et des opinions de son auteur. D'une chronique à l'autre et d'un chroniqueur à l'autre, il est bien difficile de dégager des éléments communs... si ce n'est la totale liberté d'expression dont jouit son auteur. Une liberté qui s'exprime autant dans le choix des sujets et la teneur des propos que dans le style d'écriture. Il est à noter que la photo du chroniqueur accompagne toujours son texte.

Le journaliste Pierre Sormany en propose une définition fonctionnelle, qui rejoint celle convenue entre les gens du métier : « C'est un texte-amalgame où peuvent se retrouver des informations nouvelles, de l'analyse, du commentaire ou même du reportage, au fil d'une lecture personnelle qu'en fait le ou la journaliste. La chronique repose non pas sur la transmission de l'essentiel (la nouvelle) ni sur sa remise en contexte (l'analyse), mais sur la personnalité de celui à qui on la confie. C'est sa lecture de l'actualité et sa façon de la raconter. »<sup>2</sup>

Un peu à l'instar des reporters à qui l'on assigne des secteurs de couverture, la plupart des chroniqueurs pratiquent leur métier dans des champs d'activité relativement bien circonscrits. On pense par exemple aux chroniqueurs de sports, aux chroniqueurs de plein air, aux chroniqueurs politiques, aux chroniqueurs économiques ou encore aux chroniqueurs de radio-télévision. Ces chroniqueurs suivent et commentent l'actualité propre à leur secteur. Leurs chroniques sont constituées d'un mélange d'informations, d'analyses, de critiques, de suggestions, etc.

## Une réponse favorable du public

Par ailleurs, d'autres chroniqueurs, moins nombreux cependant mais souvent considérés comme plus stratégiques par la direction du journal, peuvent traiter de ce que bon leur semble. Branchés sur l'actualité générale, ils abordent les sujets qui les inspirent, au gré de leurs humeurs et de leurs fantaisies. Leurs chroniques, dites de société, sont aussi bien constituées de tout que de rien. Un jour, ce sera un détail de la vie courante et le lendemain, la guerre au Kosovo. Ces chroniqueurs, autant essayistes que journalistes, sont en général plus lus et plus appréciés par les lecteurs.

Gilbert Lavoie a été nommé rédacteur en chef du *Soleil* en 1995. Son arrivée a coïncidé avec la mise en application de l'étude de marché mentionnée plus haut et dont l'objectif principal était d'accroître le tirage du journal par une modification substantielle de son contenu et une présentation graphique plus moderne. Au moment de son arrivée, le journal ne comptait que quelques chroniqueurs : Lavoie en a rapidement triplé le nombre. D'ailleurs, il admet d'emblée que l'ajout de ces chroniqueurs a constitué une des réponses aux recommandations de cette étude : « Il y a quatre ou cinq ans, lorsque je suis arrivé au *Soleil*, les plaintes des lecteurs ainsi que les constatations des spécialistes qui avaient examiné le journal étaient que celui-ci n'était pas assez personnalisé. Les lecteurs voulaient s'identifier à certains journalistes et trouvaient que le journal était trop anonyme... La mise en place des chroniqueurs a été une réponse à cela. »

Mais d'où vient ce besoin de personnalisation de l'information ? Lavoie n'a pas de réponse unique à cette question. Peut-être ce phénomène s'explique-t-il en partie par l'entrée massive de la télévision dans le champ de l'information, créant ainsi les premières vedettes du journalisme. Peut-être s'explique-t-il encore par la concurrence accrue entre l'ensemble des médias qui a obligé le journal à trouver des formules plus vivantes, plus populaires, pour présenter l'information. Peut-être s'explique-t-il enfin par une forme de brouillage de l'information qui inciterait le lecteur à croire qu'elle est plus facile à comprendre et à décoder lorsqu'elle transite par un chroniqueur qui leur est familier et en qui ils ont confiance...

*« ces chroniqueurs, autant essayistes que journalistes, sont en général plus lus et plus appréciés par les lecteurs »*

## Une question de notoriété

Quoi qu'il en soit de ces tentatives d'explication, Lavoie est tout à fait persuadé que la présence de chroniqueurs est très importante pour la notoriété du journal et qu'elle a un impact direct sur son tirage :

« L'embauche d'un chroniqueur tient plus du marketing du journal que de la qualité de l'information comme telle. »  
« Cette dernière opinion est d'ailleurs partagée par les trois chroniqueurs interviewés dans le cadre de cette recherche. »

*« L'embauche d'un chroniqueur tient plus du marketing du journal que de la qualité de l'information comme telle »*

Gyslaine Rhéault relate ainsi la façon dont son rédacteur en chef lui a proposé la chronique de société qu'elle tient depuis quelques années dans le journal : « On refaisait le "pattern" du journal, on tentait de le relancer. Il y a eu une enquête auprès des lecteurs et on s'est rendu compte que la chronique était un créneau à exploiter parce qu'elle plaisait au lectorat. Lavoie m'a approchée et m'a proposé ma chronique actuelle. »

Bien qu'il signe déjà une chronique politique depuis 1991, Michel David est lui aussi persuadé que la chronique est un élément central de la stratégie de marketing du journal : « La chronique répond à un besoin de personnalisation du journal et à la nécessité de se repositionner face à la presse électronique. »

Quant à Jean-Simon Gagné, qui publie une chronique de société dans l'édition du dimanche du *Soleil*, son opinion est encore plus tranchée : « Ils sont venus me chercher dans une optique de marketing. Ils ne me l'ont pas dit comme ça, mais je suis sûr que c'est la réalité. Ils voulaient rajeunir le journal et attirer une nouvelle clientèle. » Avant son arrivée au journal, Gagné était déjà chroniqueur dans *Voir*, un hebdomadaire branché de Québec, particulièrement populaire chez les 30 ans et moins : « Il est clair que Lavoie est venu me chercher pour ma chronique. Il m'a dit qu'il aimait ma chronique, qu'elle avait de l'audience. Quant au contenu, il ne m'en a jamais parlé. »

Il semble donc acquis chez tous les interviewés, tant patron que chroniqueurs, que la chronique offre un contenu journalistique extrêmement attrayant auprès du lectorat et que sa présence dans le journal soit directement responsable de la vente quotidienne d'un certain nombre d'exemplaires.

## Acteurs populaires

Au *Soleil* toutefois, personne n'a directement mesuré l'effet réel de l'ensemble des chroniques ou celui d'un chroniqueur en particulier sur les ventes du journal. Par contre, la popularité des chroniqueurs est mesurée dans les sondages d'opinion menés à l'occasion auprès des lecteurs. Gilbert Lavoie s'explique là-dessus : « Dans les sondages d'opinion, on demande aux lecteurs d'identifier spontanément des journalistes du *Soleil* et ce sont toujours les noms des chroniqueurs qui sont mentionnés en premier lieu. Ghyslaine Rhéault arrive au premier rang avec 7% de répondants ; il n'y a donc aucun doute dans mon esprit que sa chronique est l'une des raisons importantes pour lesquelles on vend *Le Soleil*. »

*« personne n'a directement mesuré l'effet réel de l'ensemble des chroniques sur les ventes du journal »*

Ce résultat permet d'ailleurs d'expliquer le fait que, l'an dernier, le journal a diffusé pendant plusieurs mois sur les ondes des télévisions locales une annonce publicitaire exclusivement axée sur la chronique de Mme Rhéault. Dans cette annonce, un figurant demandait à l'autre s'il avait lu la chronique de Ghyslaine Rhéault publiée le matin même. Celui-ci répondait non et se faisait rétorquer qu'il en avait manqué « une bien bonne ».

Il est extrêmement rare, en presse écrite, que des journalistes soient utilisés, à la télévision, à des fins de promotion du journal. Lavoie le reconnaît volontiers, mais explique simplement avoir avisé Mme Rhéault de l'existence de cette publicité tout en ajoutant que « si elle s'y était objectée, on ne l'aurait pas fait ».

De son côté, la chroniqueuse se souvient d'avoir été avisée, mais elle précise qu'on ne lui a pas demandé son approbation. Une approbation qu'elle aurait de toute façon donnée puisque lorsqu'elle a vu la publicité à la télévision, elle avoue en avoir été plutôt flattée !

Quoi qu'il en soit, cet épisode ne fait qu'illustrer encore davantage le rôle majeur que tiennent la chronique et les chroniqueurs dans le journal. Il semble d'une part que les lecteurs les réclament et, d'autre part, que la direction s'en serve directement dans sa stratégie de développement.

## Les qualités d'un bon chroniqueur

Il y a peu à dire sur la façon dont sont choisis les chroniqueurs, sinon qu'il semble que ce choix soit l'apanage exclusif du rédacteur en chef qui, quelquefois après affichage du poste et quelquefois sans affichage, offre celui-ci à qui bon lui semble sans que des critères comme la formation, l'expérience ou l'ancienneté soient nécessairement pris en considération. En contre-partie, ce même rédacteur en chef considère que le fait de tenir une chronique constitue une affectation comme une autre et qu'elle peut donc être retirée selon son bon plaisir.

Ainsi, Ghyslaine Rhéault s'est vu offrir directement la chronique "société" par Gilbert Lavoie. Elle occupait alors le poste de chroniqueuse radio-télé et avait auparavant fait du reportage général et du reportage dans le secteur culturel. En 1995, elle était journaliste depuis environ 25 ans.

Le cas de Michel David est quelque peu différent puisque c'est lui qui a proposé une chronique politique au rédacteur en chef après avoir été courriériste parlementaire pendant une dizaine d'années. Sa proposition a été acceptée.

Quant à Jean-Simon Gagné, journaliste dans la jeune trentaine, on a vu plus haut qu'il a été recruté directement par le rédacteur en chef alors qu'il était déjà chroniqueur dans un journal concurrent.

Alors pourquoi ceux-ci et pas les autres ? Qu'est-ce que ces journalistes ont pour être appelés à cette tâche plutôt prestigieuse et que leurs collègues n'ont manifestement pas puisqu'ils en sont écartés ? Selon

« la qualité principale d'un bon chroniqueur réside dans sa capacité d'écriture »

Gilbert Lavoie, la qualité principale d'un bon chroniqueur réside dans sa capacité d'écriture. « Il faut, explique-t-il, écrire de façon exceptionnelle, savoir prendre les lecteurs par la main, être capable de leur faire vivre l'événement, de leur montrer l'être humain derrière toutes les histoires, de faire ressortir ses angoisses, ses difficultés, ses joies et ses peines. C'est la qualité la plus fondamentale. »

Pour le reste, Lavoie mentionne l'imagination, la créativité, la capacité de trouver des angles de traitement inédits et intéressants. Et surtout, beaucoup de "souffle" parce qu'il lui semble très exigeant de tenir le rythme et de signer trois chroniques par semaine surtout lorsque le chroniqueur n'a pas de secteur particulier de couverture.

Lavoie estime enfin qu'un bon chroniqueur est également un *news getter*, c'est-à-dire qu'il doit être capable de dénicher de l'information exclusive et de la communiquer à ses lecteurs : « Une bonne chronique

doit normalement nous apprendre des choses nouvelles ; il ne faut pas qu'elle soit seulement l'expression d'opinions, mais bien un mélange d'opinions et d'informations. »

### Des informations d'abord pertinentes

Ce dernier point de vue est largement partagé par les trois chroniqueurs interviewés qui estiment tous qu'une bonne chronique est d'abord fondée sur la qualité des informations qu'elle contient.

« Il faut constamment suivre l'actualité, être curieux de tout, être inspiré par tout ce qui se passe autour de nous. L'actualité est toujours mon premier critère lorsque vient le temps de choisir un sujet de chronique », affirme Ghyslaine Rhéault.

Pour Michel David, tout est question de pertinence et de jugement : « Les sujets doivent offrir un intérêt immédiat, ne pas être désincarnés sinon le public s'en détournera. » David estime par ailleurs que sa position privilégiée à l'Assemblée Nationale lui ouvre passablement de portes et lui permet de recueillir auprès des parlementaires et des hauts fonctionnaires toutes sortes d'informations qui échappent habituellement aux reporters réguliers. Ces informations sont par la suite publiées dans sa chronique, sous le couvert de l'anonymat : « Je fais beaucoup de *small talk*. Je vais manger tantôt avec l'un, tantôt avec l'autre. Dans le milieu politique, tout le monde a des messages à faire passer ou veut tester des projets. On a des conversations détendues, mais chacun comprend bien son rôle et le joue correctement. Il est entendu que je peux écrire tout ce qu'on me dit, à condition évidemment de ne pas citer mes sources. »

*« dans le milieu politique, tout le monde a des messages à faire passer »*

Pour sa part, Jean-Simon Gagné se sent moins happé que ses collègues par l'actualité immédiate : « En étant publié dans l'édition du dimanche, tous les autres chroniqueurs sont passés avant moi, si bien que je me sens un peu plus dégagé et donc plus libre d'aborder le sujet dont j'ai vraiment envie de traiter. »

Et ils s'alimentent tous en allant sur le terrain. David suit toutes les activités politiques. Rhéault et Gagné sont plus sélectifs, mais recherchent souvent les événements inusités, moins couverts par la presse traditionnelle.

Par ailleurs, tous s'entendent pour affirmer, à la suite de Gilbert Lavoie, que l'intérêt et la qualité d'une chronique résident pour beaucoup dans la qualité de son écriture.



« La qualité de l'écriture, c'est 50% de l'intérêt d'une chronique. Il faut trouver des façons originales de faire passer le message », soutient Ghyslaine Rhéault.

Même point de vue chez Jean-Simon Gagné qui confirme qu'il est indispensable que « le style soit vif, qu'il ait du punch, de l'imagination, du rythme ».

Pour sa part, Michel David ajoute que « la plume doit être agréable et que le chroniqueur doit pouvoir manier aisément l'humour ».

Le temps d'écriture d'une chronique varie d'un chroniqueur à un autre. Pour un texte d'environ 6 000 caractères (soit 3 à 4 feuillets), il peut varier entre deux et six heures. Jean-Simon Gagné dit écrire très rapidement alors que Ghyslaine Rhéault a besoin de beaucoup plus de temps, sa méthode de travail consistant à écrire beaucoup plus long pour ensuite retrancher par couches successives jusqu'au moment d'en arriver à la longueur requise.

Par ailleurs, tous font remarquer que  
**« tu trouves et tu élabores tes sujets aussi bien sous la douche que dans la rue ou au bureau »** la chronique ne peut pas être perçue comme un texte issu d'une "couverture" ordinaire, limitée dans son objet et dans le temps.

« La chronique, tu vis avec ça 24 heures par jour, sept jours par semaine. Tu trouves et tu élabores tes sujets aussi bien sous la douche que dans la rue ou au bureau », soutient Ghyslaine Rhéault.

« Ce qui est long, c'est de faire les recherches et de vérifier toutes les informations. Par la suite, tu écris d'abord la chronique dans ta tête. Lorsque tu t'installes au clavier de l'ordinateur, elle est déjà toute faite », ajoute Jean-Simon Gagné.

### **Pourquoi devient-on chroniqueur?**

La totale liberté d'expression dont ils jouissent est, de très loin, la raison majeure qui a incité les trois interviewés à devenir chroniqueurs.

« À condition de respecter les limites du bon goût, je suis absolument libre d'écrire tout ce que je veux. Il n'y a pas d'interdit, pas de sujet tabou, pas de directives des autorités du journal », constate Ghyslaine Rhéault.

Même sentiment chez Michel David qui explique ainsi son passage du reportage politique à la chronique politique : « Je voulais me renouveler par rapport à mon métier de reporter, m'écarter de règles que je trouvais trop contraignantes comme celle de l'objectivité. Je voulais pouvoir dire des choses, exprimer mes opinions dans un cadre qui soit

différent de celui de l'éditorial. » Selon lui, toute chronique comporte une expression d'opinion, présente les événements dans un contexte invitant les lecteurs à tirer des interprétations ou des conclusions. David confirme également n'avoir jamais reçu de directives de la part des autorités du journal et ce, même si sa chronique a une saveur indépendantiste alors que *Le Soleil*, dans sa position éditoriale, est officiellement d'obédience fédéraliste. Le chroniqueur soupçonne même que sa chronique fasse l'affaire de la direction du journal puisqu'elle satisfait une partie de sa clientèle, *Le Soleil* étant distribué dans une région essentiellement francophone où au moins 50% de l'électorat est indépendantiste : « Je fais contre-poids à l'éditorial, donnant ainsi une certaine crédibilité au journal. »

Pour sa part, Jean-Simon Gagné, également indépendantiste, estime lui aussi avoir reçu carte blanche de la direction : « Lorsqu'on m'a engagé, on m'a dit : "Tu fais ce que tu veux !" Alors je les ai pris au mot. Depuis ce temps, je sais que j'ai écrit des choses que la direction n'a pas aimées parce que j'ai heurté le segment âgé et fédéraliste du lectorat, mais je n'ai pas eu de directives contraires, alors je continue. »

Gilbert Lavoie tient en effet à respecter la liberté d'expression qu'il laisse à chacun de ses chroniqueurs une fois qu'il les a recrutés. Selon lui, cette liberté est l'essence même de la chronique. Aussi, même s'il est le rédacteur en chef du journal, il prend généralement connaissance du contenu des chroniques en même temps que les lecteurs, en lisant le quotidien. Et il estime qu'il en est bien ainsi.

Par ailleurs, les textes des chroniqueurs ne sont pas révisés par le secrétariat de rédaction, sinon à des fins linguistiques. À moins évidemment d'une faute grossière au chapitre du contenu, les textes sont publiés intégralement et sans aucun changement.

### **Statut et rôle au sein du journal**

Contrairement aux chroniqueurs des autres quotidiens québécois, ceux du *Soleil* ont exactement le même statut que l'ensemble des autres journalistes. Journalistes au même titre que tous leurs collègues, ils sont régis par les mêmes dispositions de la convention collective de travail et gagnent le même salaire que les autres, même s'ils affirment qu'il leur arrive souvent de fournir un plus grand nombre d'heures de travail, compte tenu de l'effort de recherche et d'écriture qu'exige la chronique.

D'ailleurs, les trois chroniqueurs interviewés se plaignent de cette situation et souhaiteraient recevoir un salaire qui tienne compte à la fois des heures travaillées et du caractère stratégique de la position qu'ils occupent au sein du journal.

« J'estime que la situation actuelle est injuste ; j'ai déjà fait des démarches pour que mon salaire soit augmenté mais ça n'a rien donné, le syndicat s'y étant objecté », explique Michel David qui reconnaît cependant que son statut de chroniqueur lui permet d'effectuer des piges rémunérées dans les réseaux de télévision.

Même attitude chez Ghyslaine Rhéault qui considérerait comme tout à fait normal de gagner au moins le même salaire que ceux dont le rendement au travail équivaut au sien : « Malheureusement, on vit dans un syndicalisme égalitaire qui m'empêche de réclamer davantage. » Mais d'ajouter aussitôt que la grande liberté journalistique dont elle jouit peut constituer une certaine forme de compensation.

Assez ironiquement, leur point de vue est partagé par le rédacteur en chef qui estime que les chroniqueurs mériteraient une bien meilleure rémunération compte tenu de leur importance dans la notoriété et les ventes du journal. « Je serais prêt à les payer davantage, mais j'attends que le syndicat m'en fasse la demande »,

**« contrairement aux autres reporters, les chroniqueurs n'ont pas à lutter pour être publiés »** avance-t-il avec une certaine candeur. En revanche, en plus de la liberté exceptionnelle dont ils bénéficient, les chroniqueurs du *Soleil* disposent d'un

autre avantage majeur sur tous les reporters : le journal leur réserve en effet un espace "garanti" trois fois par semaine. Alors que le volume du journal, et par voie de conséquence la surface dédiée au rédactionnel, a diminué au cours des dernières années, cet espace garanti à la chronique constitue un privilège très important puisque, contrairement aux autres reporters, les chroniqueurs n'ont pas à lutter pour être publiés. Quoiqu'il adienne et sauf cas très exceptionnel, leurs textes se retrouveront toujours dans le journal, dans la page, toujours la même, qui leur est réservée.

À cet égard, Ghyslaine Rhéault raconte une anecdote révélatrice de l'importance que *Le Soleil* accorde à sa chronique. Un jour, alors que le journal était particulièrement mince, que l'information générale était particulièrement abondante et qu'elle-même ne se sentait pas particulièrement inspirée pour écrire une chronique, elle a tout bonnement offert de céder sa place. L'offre a été refusée et la direction a préféré mettre de côté des informations importantes et ne pas rater le rendez-vous de la

chroniqueuse avec ses lecteurs, quitte à publier une chronique peut-être moins inspirée que d'habitude.

### Chroniqueurs vs éditorialistes

Par ailleurs, on aurait pu a priori penser que les rapports de travail entre les chroniqueurs et les éditorialistes du journal étaient tendus ou difficiles, compte tenu que tous travaillent dans le domaine de l'opinion et que leurs points de vue sont souvent diamétralement opposés. Or, dans les faits, il n'en est rien puisque chaque groupe ignore (ou à peu près) le travail de l'autre.

« Chroniqueurs et éditorialistes vivent dans des mondes complètement différents. Les éditorialistes représentent l'opinion de l'éditeur, de l'entreprise qui publie le journal alors que les chroniqueurs n'écrivent qu'en leur nom propre », explique Gilbert Lavoie.

« Je ne me sens pas du tout en compétition avec l'éditorial, précise Ghyslaine Rhéault ; je jette un coup d'œil sur ce qu'ils font, mais je les lis rarement ; mon travail est complètement différent de celui d'un éditorialiste. » Prudente, elle ajoute qu'elle ne fera pas « exprès » d'aller directement à l'encontre des opinions exprimées dans la page éditoriale.

*« les journaux se servent des chroniqueurs pour compléter et quelquefois contourner les éditorialistes »*

Pour sa part, Michel David estime que la chronique est maintenant un genre journalistique davantage lu que l'éditorial. Selon lui, les journaux se servent des chroniqueurs pour compléter et quelquefois contourner les éditorialistes en offrant une matière différente aux lecteurs. Et, comme on l'a vu plus haut, il se sent tout à fait à l'aise d'exprimer des opinions qui contredisent celles des éditorialistes.

Quant à Jean-Simon Gagné, il note que l'éditorial est un genre prévisible, un peu "encarcané" à l'intérieur des préférences et des limites idéologiques fixées par l'éditeur alors que la chronique est beaucoup plus imprévisible. Dans cette perspective, il ne ressent lui non plus aucune forme de compétition avec les éditorialistes, estimant faire un travail complètement différent.

De tous les journalistes du *Soleil*, les chroniqueurs sont très certainement ceux qui entretiennent le plus de liens avec les lecteurs du journal. De vingt-cinq à trente communications par semaine pour Ghyslaine Rhéault alors que Michel David et Jean-Simon Gagné en reçoivent respectivement une vingtaine et une dizaine par semaine.

## Un feedback de plus en plus électronique

Ces communications se font quelquefois par voie téléphonique mais, désormais, le plus souvent par courrier électronique, chaque chroniqueur publiant son adresse Internet à la fin de sa chronique.

Les lecteurs communiquent avec les chroniqueurs pour des raisons diverses et variées. Parfois, ils vont commenter une chronique, parfois ils vont la critiquer vertement, parfois ils vont vouloir ajouter des compléments d'information, parfois encore, mais plus rarement, ils vont directement suggérer des sujets de chronique.

Chaque chroniqueur dit privilégier ce contact direct avec les lecteurs. Aussi, tous retournent systématiquement leurs appels téléphoniques. Quant aux messages reçus par courrier électronique, ils ne vont y répondre qu'occasionnellement et jamais lorsqu'il s'agit de messages injurieux.

Des trois chroniqueurs, seule Ghyslaine Rhéault assure utiliser directement l'opinion des lecteurs dans sa chronique : « On trouve parfois des choses très étonnantes dans les lettres des lecteurs. Alors il m'arrive de les regrouper par thèmes et de les publier. J'estime bénéficier d'un privilège exorbitant et je trouve normal que les lecteurs puissent en profiter eux aussi à l'occasion. »

Pour sa part, Michel David dit qu'il prend la peine de répondre à toutes les opinions qu'il estime « articulées » et qu'il ignore totalement les messages qui contiennent des insultes ou des menaces.

Quant à Jean-Simon Gagné, sa chronique – qui est généralement plutôt provocante – lui vaut passablement de courrier. Il est intéressant de noter que les lecteurs plus jeunes lui envoient des courriels (généralement positifs), alors que les plus âgés communiquent par lettre ou par téléphone (et que leurs commentaires sont généralement

*« ce dialogue constant avec une partie de leur public conforte leur statut »* négatifs !). Gagné se dit conscient que sa chronique, surtout lorsqu'elle évoque des sujets à caractère politique, suscite des réactions assez violentes chez plusieurs lecteurs, mais il ajoute que cela ne modifie en rien son travail : « Je ne me sens pas intimidé, mais ça m'agace de constater que des gens peuvent être à ce point intolérants. »

Au total, les trois chroniqueurs sont heureux et flattés de ces rapports directs avec les lecteurs. Occupant déjà une position privilégiée dans le journal, ils estiment que ce dialogue constant avec une partie de leur public conforte leur statut et accroît la personnalisation de leurs liens avec le lectorat.

**Notes**

1. Source : Audit bureau of circulation, mars 1998
2. SORMANY Pierre (1990), *Le métier de journaliste*, Les Éditions du Boréal, Montréal, page 120.