

## Concentration des médias et rapports entre les journalistes, leurs dirigeants et leurs sources apparentées : exploration d'impacts potentiels

Alain LAVIGNE

Professeur  
Département d'information  
et de communication  
Université Laval (Québec)  
*Alain.Lavigne@com.ulaval.ca*

En tant que phénomène international de regroupement d'entreprises de communication qui exacerbe la concurrence dans ce secteur d'activité, la concentration des médias a une portée économique<sup>1</sup> et culturelle<sup>2</sup> assez documentée, en comparaison avec celle de ses impacts potentiels sur les rapports entre les journalistes, leurs dirigeants<sup>3</sup> et leurs sources apparentées<sup>4</sup>. Notre contribution à cet objet de recherche encore en mouvance<sup>5</sup> se veut donc modeste et exploratoire. De manière plus générale, nous entendons en identifier ici certains impacts potentiels sur les pratiques de communication publique et sur les conditions de cette pratique. De manière plus précise, nous tenterons de répondre aux deux questions suivantes : 1. en quoi la concentration des médias est-elle susceptible de modifier les rapports entre les journalistes et leurs dirigeants ? ; 2. en quoi cette concentration est-elle susceptible de modifier les rapports entre les journalistes et leurs sources apparentées ?

Pour nous guider au plan théorique, nous appliquerons une grille d'analyse relationnelle développée par Vincent Lemieux<sup>6</sup> et qui suggère que tous les échanges sociaux empruntent de manière non exclusive à l'un des trois systèmes relationnels suivants : *les relations de liens*, qui puisent à une logique d'appartenance (parenté, amitié et partenariat), *les relations de transactions*, au sens du transfert de

ressources d'un acteur à l'autre, dont la logique en est une d'appropriation et, enfin, *les relations de contrôles*, avec leur logique de régulation structurée des échanges. L'étude récente de sociologie compréhensive du travail des journalistes de Cyril Lemieux<sup>7</sup> contribuera également aux assises théoriques de notre réflexion, plus précisément pour sa conceptualisation de certaines métarègles et règles relationnelles de la pratique journalistique.

C'est donc dans cette optique de systèmes relationnels aux métarègles, règles et canaux d'influence complexes que s'articulera notre propos. Dans le présent exercice qui se veut essentiellement prospectif, nous nous limiterons à la perspective canadienne, plus particulièrement au cas québécois. Nous avancerons tout d'abord une explication à la frénésie mondiale pour la concentration des médias, en plus d'en rappeler les grandes étapes au Québec. Nous exposerons ensuite les métarègles et règles relationnelles entre les journalistes et leurs dirigeants ainsi qu'entre les journalistes et leurs sources apparentées. Quelques nouveaux rapports susceptibles d'être adoptés par les différentes parties, en réaction à la concentration, seront avancés sur la base de scénarios potentiels appuyés d'exemples tirés de l'actualité. En conclusion, nous élaborerons sur la portée de notre exercice prospectif ainsi que sur la pertinence de son éventuelle vérification empirique.

### **Comment expliquer la frénésie mondiale pour la concentration des médias ?**

L'économiste Jeremy Rifkin<sup>8</sup> avance, de notre point de vue, la réponse la plus intéressante à cette question. Selon lui, la concentration des médias à l'échelle de la planète s'inscrit dans la mutation d'une économie de marché à une nouvelle économie des réseaux. Dans cette dernière, ce sont les nouvelles technologies de l'information qui sont à la base de l'échange économique. Le regain récent de la concentration des médias se justifierait donc par les possibilités de la révolution numérique qui fait désormais converger l'écrit, le son et l'image vers un équivalent unique. Les entreprises estiment que les profits du futur se trouvent dans ces gisements fabuleux qu'ouvre la technologie numérique, ce nouveau canal d'interconnectivité de l'économie en réseaux, par tous les moyens disponibles : téléphone (fixe ou mobile), fax, câblage, téléviseur, ordinateur, courrier électronique, Internet, etc. L'objectif visé : pouvoir fournir à l'échelle de la planète non seulement des informations, mais aussi des loisirs, des distractions, du sport, de la culture, des services professionnels, etc.

Le moyen d'y parvenir s'avère donc celui d'être présent dans une variété de secteurs connexes afin de jouer la complémentarité, ce qui mène à un certain contrôle de la chaîne production-consommation. Au Québec, comme le note Anne-Marie Gingras<sup>9</sup>, l'exemple de Quebecor illustre parfaitement cette complémentarité puisque le groupe de presse possède des usines de papier, est propriétaire de médias électroniques, de quotidiens, d'hebdomadaires, de magazines, de maisons d'édition, d'entreprises de distribution et de câblodistribution. À titre d'exemple, cela permet désormais à Quebecor de mener des opérations publicitaires ponctuelles qui touchent l'ensemble de ses médias. Pour les quatre premiers mois de l'année 2002, ces opérations ont représenté des revenus de plus de 5 millions \$<sup>10</sup>.

### **Comment cela s'est-il présenté au Québec ?**

François Demers<sup>11</sup> a identifié les grandes étapes d'évolution de la concentration des médias au Québec, en mettant l'accent sur ses connotations sociales tantôt négatives, tantôt positives. L'analyste rappelle que la concentration des médias a d'abord connu une première phase, dans un contexte d'économie d'échelle plutôt que de révolution numérique. Celle-ci remonte à la fin des années 1960, lors de l'achat du quotidien *La Presse* par Power Corporation du financier Paul Desmarais. Quelques années auparavant, ce dernier avait mis la main sur les trois quotidiens régionaux *Le Nouvelliste*, *La Voix de l'Est* et *La Tribune*.

Cette première véritable action de concentration de titres de la presse écrite faisait alors passer la propriété de *La Presse* des mains d'une famille de la grande bourgeoisie francophone à celle d'un conglomérat. Celle-ci eut deux conséquences directes. La première a été le regroupement de la profession autour de la création, en 1969, de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ). La seconde fut les actions des gouvernements en vue d'endiguer cette concentration, notamment par une Commission de l'Assemblée nationale sur la liberté de presse (1969), un Comité spécial du Sénat<sup>12</sup> (1970), une Commission royale d'enquête<sup>13</sup> (1981) et quelques actions gouvernementales pour bloquer les ventes du *Soleil* de Québec, en 1974, et de Télé-Métropole, en 1986. Les arguments sous-jacents à ces résistances étaient d'éviter que l'on en arrive à une situation d'oligopole (peu d'offres) ou de monopole (un seul offreur qui contrôlerait alors la diffusion de toutes les informations), en clamant les vertus du pluralisme et l'accès de tous aux médias. Cependant, au tournant des années 1990, la connotation négative qui était attachée à la concentration des médias allait faire place à une

connotation positive, dans le nouveau contexte de libre-échange, de déréglementation et de globalisation. La lutte contre la concentration a perdu dès lors son mordant politique parce qu'elle a paru invoquer le passé plutôt que l'avenir, le retrait plutôt que le progrès<sup>14</sup>.

L'année 2000 allait marquer un autre tournant majeur quant aux effets de la concentration au Québec, comme en témoigne l'observateur attentif du milieu des médias, le journaliste Paul Cauchon : «*On assiste actuellement à une intégration inégalée des entreprises entre elles ainsi que des contenus provenant de tous les médias. Ce mouvement se moque des barrières traditionnelles entre presse écrite, ondes électroniques et nouvelles technologies numériques*<sup>15</sup>. » De fait, au-delà de la concentration de la propriété des médias entre un ou plus plusieurs groupes de presse se pose également de plus en plus la question de leur convergence potentielle, soit la volonté d'y partager des activités et des contenus, tant au plan publicitaire<sup>16</sup> qu'au plan de l'information. Sur ce dernier plan, rappelons que les promesses des groupes de presse étaient pourtant porteuses d'un traitement journalistique amélioré<sup>17</sup>, notamment par une hausse des ressources dans l'information, un meilleur arrimage dans l'offre au public et le sacrosaint respect de l'autonomie des rédactions. Au lieu de cela, le court recul historique que nous en avons pullule d'exemples contraires : rationalisation d'effectifs, uniformisation des contenus et non-respect de l'autonomie des rédactions.

Qui plus est, d'interdit social qu'elle était il n'y a pas si longtemps, la concentration des médias fait désormais figure de nouvelle norme à l'échelle de la planète. Alors qu'elle concernait à l'origine essentiellement la presse écrite et audiovisuelle, elle s'étend aujourd'hui aux entreprises du téléphone, du câble ou de l'édition, pour constituer des mégagroupes médiatiques intégrés avec la bénédiction des gouvernements<sup>18</sup>. Au Québec, par exemple, après avoir annoncé sa ferme intention de légiférer sur la concentration des médias, la ministre d'État à la Culture et aux Communications, s'est plutôt résignée à opter pour la voie de l'auto-réglementation des médias<sup>19</sup>. Contrairement à une nouvelle loi sur l'information, comme le recommandait un comité-conseil chargé de proposer au gouvernement les meilleurs moyens de limiter les effets négatifs de la concentration, le gouvernement du Québec optera finalement pour la création d'une Charte de l'information et d'autres initiatives en vue d'une autoréglementation des médias<sup>20</sup>. Mais comment ce nouvel environnement de la concentration des médias, où la promiscuité de propriété, d'intérêts commerciaux et de personnes est dorénavant encore plus courante, est-il susceptible d'affecter les interactions professionnelles, les interactions publiques et les interactions privées des journalistes ?

## Les rapports entre les journalistes et leurs dirigeants

Le système relationnel le plus directement visé par la concentration est d'abord et avant tout celui qui touche les *interactions professionnelles* entre les journalistes et leurs dirigeants. Selon la grille d'analyse retenue, ces rapports relèveraient principalement du système relationnel de contrôles, lequel permet de réguler les normes de travail de tous les employés à l'intérieur d'une organisation syndiquée ou non. Au sein d'une entreprise de presse occidentale type, la métarègle relationnelle entre les journalistes et les dirigeants seraient traditionnellement celle de l'*adhésion critique* (voir le tableau n°1), soutenue par des règles visant le droit de gérance ainsi que les valeurs et clauses professionnelles.

**Tableau n°1 : La métarègle et les règles des interactions professionnelles entre les journalistes et leurs dirigeants**

Adhésion critique	Droit de gérance
	Valeurs et clauses professionnelles

En effet, les journalistes sont appelés à manifester leur adhésion critique vis-à-vis des politiques rédactionnelle et commerciale de leur média sans pour autant en être des disciples serviles. Ainsi, un journaliste pourra tantôt être défenseur des politiques (commerciale et éditoriale) de son média, et indirectement de son groupe de presse, alors qu'il pourra tantôt les dénoncer dans le cadre de ses instances syndicales et professionnelles. Cette adhésion critique serait propre à tous les acteurs et salariés d'une organisation, qu'elle soit médiatique ou non, comme l'avance Bernard Lamizet : « *L'adhésion à l'organisation ne saurait, de la part des acteurs et des salariés qui participent à son activité, qu'être critique dans une logique sociale et politique de management et de communication : la communication dans les organisations ne saurait être une forme de publicité interne, ni une forme de rhétorique de nature à emporter sans réserve des salariés et des acteurs qui en sont les destinataires*<sup>21</sup>. »

Plus spécifiquement, le degré d'autonomie des journalistes dans leur entreprise dépend de plusieurs facteurs tels leur syndicalisation, leur statut, leur éthique et la santé financière de l'entreprise de presse. Par exemple, dans un contexte syndical, la distanciation est bien manifeste dans les diverses clauses professionnelles négociées et qui s'inscrivent dans les conventions collectives de travail. Ces clauses visent, entre autres, à obtenir de l'employeur plus d'autonomie dans l'exercice de la

profession par le partage du contrôle. En revanche, cette forme de contrôle demeure tout de même limitée car il ne faut pas oublier que l'action syndicale s'exerce en contexte d'entreprise, où l'on doit compter avec le contrôle patronal<sup>22</sup>. De fait, le droit de gérance des dirigeants s'exerce quotidiennement par les décisions à caractère économique (rendement financier, sources de financement, revenus et dépenses), l'affectation des ressources humaines et financières ainsi que certaines interventions ponctuelles<sup>23</sup>. Quant au journaliste à statut précaire, généralement non syndiqué, son autonomie est manifestement encore plus restreinte.

Or, nous sommes d'avis que dans le contexte québécois, la concentration des médias ne semble pas avoir modifié la métarègle relationnelle d'adhésion critique entre les journalistes et leurs dirigeants. Toutefois, le nouvel environnement semble offrir un contexte propice à l'expression de nouveaux rapports de force visant l'affirmation des règles du droit de gérance ainsi que de l'affirmation des valeurs et clauses professionnelles. Dans cette perspective, nous croyons que six scénarios peuvent en découler, dont trois à l'avantage des dirigeants et autant à l'avantage des journalistes.

Ainsi, du côté des dirigeants, le droit de gérance pourrait notamment être resserré par : 1. une avancée de la protection des intérêts économiques, par des initiatives de promotion de l'ensemble du secteur privé et par un poids accru des publicitaires dans les contenus ; 2. une avancée dans les modes de gestion, par l'embauche de nouveaux gestionnaires d'information ; 3. le développement de nouveaux formats et modes d'échanges de contenu. Du côté des journalistes, les valeurs et clauses professionnelles pourraient notamment être invoquées par : 4. une avancée de telles clauses, à l'occasion de négociation de nouveaux contrats de travail ; 5. une dénonciation publique de la concentration des médias, *via* les instances professionnelles et syndicales ; 6. une affirmation des valeurs professionnelles, notamment par un resserrement quant à l'accès à la profession.

Au gré du professionnalisme des journalistes, de leur spécialisation, de la tradition du média et des acquis syndicaux, nous pensons que ces six scénarios sont susceptibles d'être mis de l'avant. Pour la situation québécoise, nous pouvons d'ailleurs constater que les dirigeants semblent déjà recourir aux trois scénarios projetés.

Le scénario n°1 (la protection des intérêts économiques) irait ainsi bon train, par l'entremise notamment des complicités entre entreprises se développant pour la défense de l'intérêt de l'autre, chacune ayant à cœur la défense des intérêts de l'autre, ce qui rejaillit sur la défense de

ses propres intérêts. Il en serait de même du poids des publicitaires dans les contenus, suivant une configuration variable selon les types de médias. Comme le décrit Gingras : « Dans les journaux, il faut distinguer les composantes de la rédaction : au général et au politique, les influences de nature commerciale se font rares, alors qu'elles foisonnent dans les sections thématiques portant sur les soft news ou encore aux arts. Les journaux régionaux, particulièrement ceux dont la santé financière est fragile, ceux qui dépendent pour leur survie de quelques annonceurs, peuvent être tentés d'éliminer le mur. Les magazines collaborent souvent avec plaisir à la défense des intérêts de leurs annonceurs. À la radio et aux télévisions publiques, il faut distinguer l'information soumise à des règles strictes et le reste, où tout peut être dit ou montré, y compris des articles complaisants et de la publicité déguisée en reportages (consommation, arts, etc.)<sup>24</sup>. »

Quant à l'avancée du pouvoir des dirigeants dans les modes de gestion (scénario n°2), il serait bien enclenché lui aussi. Entre autres, les plus importants dirigeants des médias proviennent désormais plus souvent de l'entourage du propriétaire ou du milieu des affaires<sup>25</sup>. La règle non écrite du recrutement des dirigeants au sein même du milieu du journalisme ne tiendrait manifestement plus. Qui plus est, on peut aussi s'attendre à ce que le système de promotion interne des médias récompense les journalistes « compréhensifs » plutôt que les « mauvaises têtes » qui oseraient contester l'ordre des choses<sup>26</sup>.

En matière de développement de nouveaux formats et de modes d'échanges de contenu, le scénario n°3 s'avèrerait également de plus en plus une réalité. Autour du cas de l'achat de TQS par le groupe Quebecor en 1997<sup>27</sup>, Gingras a en effet constaté un impact sur les formats d'information de la station : « Un an plus tard, le moral était au plus bas dans la salle de rédaction de TQS ; bon nombre de journalistes, fatigués de se voir servir le discours "toujours faire plus avec moins", ont déserté et la station s'oriente clairement, sans remords, vers l'exploitation des catastrophes et de la "télé-poubelle", c'est-à-dire le spectaculaire voyeur et racoleur, et, dans ce cas-ci, faussement spontané<sup>28</sup>. »

Quant à l'échange de contenu entre les différents médias d'un même groupe de presse, la pratique semblerait bien implantée selon des formules qui varient quelque peu d'un groupe à l'autre, chaque groupe de presse optant pour sa politique maison<sup>29</sup>. Celle qui a le plus troublé le milieu journalistique canadien au cours de l'année 2002 est sans contredit celle du groupe CanWest Global. Rappelons en effet que le propriétaire de ce groupe de presse a imposé un éditorial « unique », rédigé de son siège social de Winnipeg, à ses 14 plus importants journaux à travers les pays. Un recul de la liberté éditoriale des journaux détenus par le groupe que n'a pas manqué de dénoncer La Guilde des employés des journaux

du Canada<sup>30</sup>. Bien que le mégagroupe de presse ait assoupli quelque peu sa politique maison par la suite, en limitant ses éditoriaux uniformisés à certains sujets majeurs que les membres sont maintenant libres de les publier ou non, la formule d'échange demeure.

Si les échanges de contenu font manifestement de plus en plus partie des pratiques tant des médias écrits qu'audiovisuels, ils seraient devenus la norme dans les cybermédias appartenant à un même groupe de presse. Conséquence de la concentration, de l'étendue de la diversité des propriétés, les sites proposent aux internautes des services qui appartiennent tous au même propriétaire. C'est le cas notamment des différents portails des membres du groupe Quebecor, où l'on retrouve les mêmes nouvelles et la même présentation graphique, seules les pages d'accueil sont différentes<sup>31</sup>. « Par exemple, le site d'IciQuebec renvoie à Canoë, permet d'acheter en ligne des livres ou disques à Archambault, de rencontrer l'âme sœur avec le Réseau Contact, de rejoindre les guides de ville de sept autres cités canadiennes... tous ces services appartiennent à Quebecor », soulignent Demers et Le Cam<sup>32</sup>.

Par ailleurs, pour ce qui est des rapports à l'avantage des journalistes, le scénario n°4 nous apparaît plutôt inexploité à ce jour, alors que les scénarios n°5 et n°6 seraient en plein déploiement, si l'on se fie au cas québécois. À titre d'exemple, la FPJQ pratiquerait le scénario n°5 en se faisant un devoir de dénoncer publiquement tous les mouvements de propriété allant dans le sens d'une plus grande concentration des médias<sup>33</sup>. À cet effet, la publication professionnelle *Le 30* publie régulièrement des articles critiques sur le sujet<sup>34</sup>. La FPJQ ouvre également la voie au scénario n°6 en ne fermant dorénavant plus la porte à une intervention de l'État visant à reconnaître un titre à la profession, tel qu'il en a été discuté au congrès 2002 de la fédération. Comme l'a fait valoir avant le congrès sa présidente, dans une entrevue au journal *Le Devoir* : « Est-ce qu'un statut de journaliste professionnel ne donnerait pas aux journalistes une force incontournable pour assurer leur indépendance journalistique dans un contexte de concentration<sup>35</sup> ? » Bien que ce projet de loi ait été rejeté par les membres de la FPJQ, sa présidente a qualifié cette première discussion d'étape préliminaire, à l'issue de ce congrès : « Il était prématuré de parler d'une loi, a affirmé la présidente de la FPJQ, Anne-Marie Dussault. Nous n'en sommes qu'à l'étape préliminaire. Il faut voir cela sur un horizon de 5 à 10 ans. La réflexion ne fait que commencer<sup>36</sup>. »

En résumé, même si la métarègle relationnelle entre journalistes et dirigeants nous apparaît inchangée dans le nouvel environnement, la concentration des médias semble offrir un contexte propice à l'expression de nouveaux rapports de forces autour des règles du droit de gérance ainsi que de celle des valeurs et clauses professionnelles. Les exemples

relevés dans l'actualité tendent à démontrer que la situation serait à l'avantage des dirigeants plutôt que des journalistes. Mais qu'en est-il maintenant pour les rapports entre les journalistes et leurs sources ?

### Les rapports entre journalistes et sources apparentées

En contexte français, Cyril Lemieux<sup>37</sup> a identifié les principales logiques sous-jacentes aux rapports que les journalistes politiques déploient dans leurs relations avec leurs sources. Dans ce qu'il appelle les *interactions privées*<sup>38</sup> (voir tableau n°2), l'établissement de la confiance passe par la personnalité, l'intimité et la restitution. La métarègle de l'ensemble de ces rapports serait *l'engagement*, au sens de l'engagement immédiat, non médiatisé par la présence ou la référence à un tiers.

**Tableau n°2 : la métarègle et règles des interactions privées entre les journalistes et leurs sources**

Engagement	Personnalité
	Intimité
	Restitution

En vertu de la règle de la personnalité, l'engagement du journaliste doit être assuré en personne plutôt que par la médiation institutionnelle : « Lorsque la mise en présence est assurée pour la première fois entre deux individus, les apparences physiques, les gestes, les énoncés qui permettent à chacun de se documenter sur "le type de personne" qui lui fait face, sont amenés à jouer un rôle décisif pour la suite de l'interaction<sup>39</sup>. » Pour sa part, par la règle de l'intimité, l'engagement doit être total et non pas limité ou réservé. Il s'agit alors en particulier de pouvoir se confier entièrement, sans détours et sans retenue. Quant à la règle de la restitution, elle implique que l'engagement soit partagé : « L'investissement des interactants dans ce genre de cycles d'engagement et de restitution a des effets profonds sur la temporalité de leurs relations. D'abord, il les conduit à se rapporter aux moments qu'ils vont partager à partir d'attentes réciproques plus stables. Ce qu'on peut décrire comme une ritualisation de la relation : prendre l'habitude de se voir ou de s'appeler au moins une fois par semaine, de se retrouver tous les jeudis dans le même restaurant, de faire le point à échéance régulière. Ensuite, cet investissement les conduit aussi à récapituler le temps déjà passé ensemble, sous la forme de quelque chose d'inaccessible aux tiers<sup>40</sup>. »

Par ailleurs, l'analyste traite également des *interactions publiques*<sup>41</sup> entre les journalistes et leurs sources, qu'il associe aux interactions qui se déroulent devant un public. Interviennent alors les règles de la distanciation énonciative, de la conservation de l'initiative et du recoupement, dont la métarègle est *la distanciation* (voir tableau n°3).

**Tableau n°3 : La métarègle et règles des interactions publiques entre les journalistes et leurs sources**

Distanciation	Enonciative
	Conservation de l'initiative
	Recoupement

La distanciation énonciative consiste en une autocorrection en fonction de la capacité des interactants à identifier la présence dans la situation où ils se trouvent, de tiers susceptibles de composer un public. La règle de la conservation de l'initiative, de son côté, permet au journaliste de rendre manifeste au public que c'est lui qui a choisi d'inviter son interlocuteur à s'exprimer dans son média et que c'est lui qui a choisi de lui poser les questions qu'il lui pose<sup>42</sup>. Finalement, dans cette même veine, la règle du recoupement permet de remettre en cause de façon systématique la parole d'autrui, allant jusqu'à en faire une véritable routine.

À l'image des rapports entre journalistes et dirigeants, comme nous l'avons relevé précédemment, nous sommes d'avis que la concentration des médias n'a pas affecté les métarègles relationnelles traditionnelles entre les journalistes et leurs sources. De plus, les rapports entre les parties demeureraient également inchangés. Ce que la concentration semble toucher ici sensiblement, ce serait plutôt l'apparition de nouveaux canaux d'influence.

En effet, dans la perspective d'une nouvelle famille élargie (le groupe de presse et ses nombreuses composantes médiatiques et autres), cela signifie que les journalistes doivent veiller à demeurer indépendants de plusieurs nouvelles sources apparentées, tout en espérant en tirer profit au plan professionnel. Pour leur part, les sources membres du groupe de presse ont du même coup de nouveaux liens avec des médias de la « famille ». Or, nous croyons que dans pareil environnement, quatre nouveaux canaux d'influence sont susceptibles d'être de plus en plus testés, dont deux à l'avantage des journalistes et autant à l'avantage des sources apparentées.

De la part des journalistes, l'appartenance à un groupe de presse pourrait signifier : 1. le développement de nouveaux contacts privilégiés avec certains journalistes de la famille élargie ; 2. le développement de nouveaux contacts privilégiés avec certaines sources de la famille élargie. Pour leur part, en vertu d'une même appartenance, les sources apparentées pourraient explorer : 3. de nouveaux contacts privilégiés avec certains journalistes de la famille élargie ; 4. de nouveaux contacts privilégiés avec certaines sources de la famille élargie.

Sur le terrain québécois, quelques manifestations récentes permettraient de croire à l'usage de tels canaux d'influence, particulièrement ceux à l'avantage des journalistes. En effet, une certaine tendance semble se dessiner pour le développement de nouveaux rapports privilégiés avec certains journalistes de la famille élargie, soit le scénario n°1. Ces nouvelles relations peuvent survenir quand un journaliste d'un média écrit, par exemple, est appelé à commenter un événement à titre d'expert, notamment à la station de télévision appartenant au même groupe de presse que son journal. À l'inverse, il deviendra de plus en plus difficile pour un journaliste d'agir à titre d'expert sur les ondes d'une station concurrente<sup>43</sup>.

Le scénario n°2, pour sa part, est également susceptible d'être « joué » par les journalistes en quête d'information privilégiée. Ainsi, certains journalistes pourraient être tentés de solliciter des sources apparentées à leur avantage, sans nécessairement leur offrir une quelconque contrepartie.

En revanche, ces mêmes canaux d'influence peuvent techniquement être inversés à l'avantage de sources apparentées. De fait, selon le scénario n°3, il est permis de croire que certains journalistes peu critiques pourraient être davantage sensibles aux représentations venant des sources de la « famille ».

De plus, il ne faudrait pas négliger le nouveau canal d'influence entre les sources membres d'un même groupe de presse, soit le scénario n°4. Plus que jamais, les sources d'une même famille peuvent développer des relations afin de maximiser leur chance de voir leurs messages diffusés par les médias, au premier chef ceux rattachés à leur famille élargie.

En résumé, ni les métarègles, ni les rapports entre les journalistes et leurs sources apparentées nous apparaissent modifiés par la concentration des médias. Cependant, de nouveaux canaux potentiels d'influence sont désormais à la portée des parties membres d'un même groupe de presse.

## **Des impacts significatifs dans les rapports entre journalistes et dirigeants**

L'analyse relationnelle que nous avons menée sur les rapports entre les journalistes et leurs dirigeants, dans le contexte de la concentration des médias, nous a permis de dégager certains impacts significatifs sur les interactions professionnelles entre les journalistes et leurs dirigeants. Même si la métarègle relationnelle de l'adhésion critique ne semble pas avoir été touchée par la concentration, les rapports entre les parties, eux, ont manifestement resserré le droit de gérance des dirigeants. De fait, ces derniers auraient augmenté leur contrôle sur la protection des intérêts économiques, les modes de gestion ainsi que les formats et modes d'échanges de contenu. D'ailleurs, cela tend à confirmer les changements observés au cours des dernières années dans l'entreprise de presse traditionnelle par les analystes du journalisme de communication<sup>44</sup>, du journalisme de marché<sup>45</sup> et du journalisme spécialisé<sup>46</sup>.

Pour les premiers, les évolutions récentes provoqueraient des changements non seulement au niveau du paramètre « entreprise de presse », mais aussi sur une série de 13 autres paramètres constitutifs de la sphère médiatique, dont la pratique journalistique et les sources d'information<sup>47</sup>.

Pour les seconds, les évolutions résulteraient essentiellement de la recherche d'une rentabilité maximale de l'entreprise de presse, ce qui viendrait à redéfinir la pratique du journalisme. Les indicateurs de ces évolutions seraient : 1. la priorité donnée aux rubriques jugées les plus propices à maximiser les publics ; 2. la prime accordée aux informations à fort contenu émotionnel ; 3. la perte d'autonomie des rédactions face aux services gestionnaires ; 4. l'intériorisation par les journalistes de ces changements non pas comme des contraintes, mais comme des instruments d'évaluation de leur compétence.

Pour les troisièmes enfin, la variable la plus évidente et visible pour analyser le degré d'autonomie entre les différents espaces spécialisés du journalisme serait d'ordre économique. Comme le relève Dominique Marchetti, les médias participent parfois de manière très directe à l'économie de ces champs de production parce qu'ils contribuent au développement d'un marché pour ces produits, mais aussi parce que quelques grands groupes économiques maîtrisent de plus en plus les différents maillons de la production<sup>48</sup>.

À l'intérieur de ces nouveaux rapports entre les dirigeants et les journalistes, il ne faut toutefois pas compter les journalistes comme perdants sur toute la ligne, comme en témoignent les scénarios potentiels

à leur disposition. La sociologie du journalisme nous enseigne, en effet, que les journalistes profitent assez systématiquement des changements dans leur environnement comme des ressources dont ils tirent des avantages au plan professionnel<sup>49</sup>. En ce sens, il sera intéressant de suivre au cours des prochaines années l'évolution des scénarios à l'avantage des journalistes que nous avons dégagés.

### **Des impacts subtils dans les rapports entre journalistes et sources apparentées**

L'analyse des rapports entre les journalistes et sources apparentées que nous avons développée, rappelons-le, nous a permis d'avancer certains impacts subtils dans les rapports entre les parties. L'engagement et de la distanciation y demeurent des métarègles relationnelles toujours dominantes. Néanmoins, comme nous l'avons souligné, la concentration des médias sous-entend de nouveaux canaux d'influence potentiels entre journalistes et sources apparentées.

Selon une optique analytique d'influence bilatérale fondée sur la coopération et le conflit<sup>50</sup>, nous croyons que ces nouveaux canaux s'ajoutent ainsi aux nombreuses stratégies et tactiques de négociation à la disposition des sources apparentées et des journalistes. Alors que les nouveaux canaux d'influence seront testés par certains journalistes et certaines sources apparentées, il est probable que d'autres n'y recourent jamais pour des raisons professionnelles. En effet, au moins trois facteurs sont susceptibles de tempérer leur usage. Un premier facteur est lié au fait que journaliste et source apparentée ont tous deux une image publique à défendre, une réputation à protéger et une crédibilité à maintenir<sup>51</sup>. Le second facteur est lié à déontologie journalistique qui prescrit d'éviter toute promiscuité avec les relationnistes (sources professionnelles) qui ont longtemps été identifiés comme des «*frères ennemis*<sup>52</sup> ». Un troisième facteur, enfin, est lié aux possibles situations de conflits d'intérêts. Comme le recommande le Guide de déontologie de la FPJQ (1996), à la section 9 : «*Le choix des informations rendues publiques par les journalistes doit être guidé par le seul principe de l'intérêt public. Il ne doivent pas taire une partie de la réalité aux seules fins de préserver ou de rehausser l'image de tel individu ou tel groupe*<sup>53</sup> ».

Si ces rapports idéaux entre journalistes et sources demeurent balisés par une éthique personnelle et une déontologie professionnelle, la pratique journalistique peut également comporter des variantes importantes selon le secteur de spécialisation des journalistes et des sources. De fait, les problèmes auxquels font face les journalistes et les

sources et les manières de les résoudre ne sont alors pas nécessairement les mêmes. Ce sont des milieux différents qui engendrent leur « culture » propre qui correspondent à des jeux dont les règles peuvent varier<sup>54</sup>. À titre d'exemple, il est reconnu que dans les secteurs des arts et des sports, les rapports aux sources seraient davantage marqués par la promiscuité et le donnant-donnant<sup>55</sup>. De tels secteurs seraient donc en principe plus susceptibles d'être affectés par le nouvel environnement de la concentration, compte tenu que la promiscuité entre les journalistes et les sources y est déjà l'objet d'une plus grande acceptation.

## **Conclusion**

Afin de mieux évaluer la portée de notre exercice prospectif, il nous apparaît important de rappeler, en conclusion, que la concentration des médias est une des manifestations des changements récents qui affectent l'entreprise de presse. Ces changements, bien circonscrits par les analystes du journalisme de communication, du journalisme de marché et du journalisme spécialisé, ont manifestement des retombées d'ordre économique, culturel et relationnel. Ce sont essentiellement les retombées relationnelles de la concentration qui ont ici retenu notre attention par l'identification d'impacts potentiels sur les rapports entre les journalistes, leurs dirigeants et leurs sources apparentées. Or, comme le souligne Éric Neveu<sup>56</sup>, nous sommes d'avis que le savoir-faire de tout journaliste se déploie et se construit via des interactions complexes, plus particulièrement avec sa hiérarchie et ses sources apparentées ou non. On retiendra donc que la concentration, dans cette perspective, s'ajoute à cet univers de contraintes et d'interdépendances qui marquent quotidiennement le travail des journalistes.

Dans cet ordre d'idées, notre analyse relationnelle a permis d'avancer que la concentration des médias, qui s'est imposée comme jamais au cours de la décennie 1990, ne semble pas avoir affecté les métarègles relationnelles des journalistes avec ses dirigeants et ses sources apparentées. Néanmoins, le nouvel environnement de la concentration semble offrir un contexte propice à l'expression de nouveaux rapports de force autour des règles du droit de gérance et de celle des valeurs et clauses professionnelles, jusqu'ici plutôt à l'avantage des dirigeants. À ce sujet, la présidente de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec relevait récemment que ces journalistes ne jouissent plus de toute la liberté nécessaire et qu'ils ne sont guère en mesure de faire contrepoids au pouvoir des propriétaires de médias. D'ailleurs, certains avouent ouvertement faire une couverture minimale forcée de certains

sujets où les intérêts de leur groupe de presse sont en jeu<sup>57</sup>. En ce qui a trait aux impacts sur les rapports entre les journalistes et les sources, il nous a aussi été possible de relever certains scénarios plus subtils, révélateurs du développement de nouveaux canaux potentiels d'influence.

Notre exercice prospectif et exploratoire a bien sûr une portée limitée. Néanmoins, il s'avère suffisamment révélateur de changements dans certaines pratiques de communication publique et, surtout, dans les conditions de cette pratique pour en justifier éventuellement une vérification empirique. Ainsi, dans le cadre de recherches futures, il serait intéressant d'évaluer non seulement notre proposition dans un contexte culturel précis, mais aussi dans des secteurs journalistiques diversifiés et auprès de journalistes à statuts divers. Des telles recherches permettraient assurément d'identifier certains impacts permanents découlant de la concentration des médias, avec certaines nuances propres aux différents secteurs et aux statuts professionnels divers de la pratique journalistique ■

### Notes

1. Pour un portrait détaillé de la situation en contexte canadien et québécois, voir entre autres THÉORÉT Yves (2002), « La concentration et la propriété mixte des entreprises culturelles et des médias d'information au Canada », *Communication*, vol. 21, n°2, pp.113-136. Voir également le site Internet du Centre d'études sur les médias ([www.cem.ulaval.ca](http://www.cem.ulaval.ca)).
2. Voir notamment RAMONET Ignacio (2001), *La tyrannie de la communication*, Paris, Gallimard ; RAMONET Ignacio (2002), « Les nouveaux maîtres du monde », *Manière de voir*, n°63, *L'empire des médias*, pp.6-7.
3. Nous entendons ici à la fois les propriétaires et leurs divers représentants dans la chaîne d'autorité : éditeurs, rédacteurs en chef, directeurs de l'information, éditorialistes, etc.
4. Nous entendons ici des sources professionnelles (relationnistes) et individuelles liées par leur appartenance structurelle à un même groupe de presse, tous secteurs d'activités confondus.
5. Notamment en raison de son extension à la convergence de propriété d'entreprises de contenus (téléphonie, câble, etc.) et de contenus (médias), en plus qu'à la propriété croisée, soit la concentration de propriété de plusieurs médias sur un même territoire.
6. LEMIEUX Vincent (1998), *Les coalitions. Liens, transactions et contrôles*, Paris, PUF ; LEMIEUX Vincent (1999), *Les réseaux d'acteurs sociaux*, Paris, PUF.
7. LEMIEUX Cyril (2000). *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Éditions Métailié.
8. RIFKIN Jeremy (2002), « Voici venu le temps des réseaux », *Manière de voir*, n°63, « L'empire des médias », pp.10-15.

CONCENTRATION DES MÉDIAS ET RAPPORTS ENTRE LES JOURNALISTES...

9. GINGRAS Anne-Marie (1999), *Médias et démocratie. Le Grand malentendu*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, p.113.
10. SCHMOUKER Olivier & Marie-Claude DUCAS, « Entr evue avec Pierre Karl Péladeau : l'esprit de famille », *Info-Press*, janv.-févr. 03, pp.29-34.
11. DEMERS François (2000), « Concentration des entreprises de presse : vers une reconfiguration du paysage médiatique au Québec et au Canada », *Les Cahiers du journalisme*, n°8, déc. 00, pp.192-203.
12. DAVEY Keith (1970), *Comité spécial du Sénat sur les moyens de communication de masse. Rapport*, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services du Canada.
13. KENT Tom (1981), *Commission royale sur les quotidiens. Rapport*, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services du Canada.
14. DEMERS François (2000), « Concentration des entreprises de presse : vers une reconfiguration du paysage médiatique au Québec et au Canada », *Les Cahiers du journalisme*, n°8, déc. 00, p.198.
15. CAUCHON Paul (2000), « Services publics, ouais... », *Le Devoir*, 23-24/10/00.
16. Voir à ce sujet le dossier coordonnée par DUCAS Marie-Claude (2003), « Gr oupes média. Où en est la convergence ? », *Info Presse*, janv.-févr. 03.
17. Pour un aperçu exhaustif des arguments en ce sens, voir LAVOIE Marie-Hélène, DORNAN Christopher & Florian SAUV AGEAU (dir.), *La concentration de la presse écrite : un "vieux" problème non résolu*, Université Laval, Centre d'études sur les médias, coll. « Les Cahiers-médias », n°11, pp.35-38.
18. Pour un aperçu plus détaillé sur cette question, voir GINGRAS Anne-Marie (1999), *Médias et démocratie. Le Grand malentendu*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, pp.124-127 et RABOY Marc (avec la collaboration de Geneviève GRIMARD) (2000), *Les médias québécois. Presse, radio, télévision, inforoute*, Montréal, Gaëtan Morin éditeur, pp.89-93.
19. RICHER Jocelyne (2003), « Concentration de la pr esse. Diane Lemieux renonce à légiférer », *Le Soleil*, 13/02/03.
20. ASSELIN Pierre (2003), « Lemieux comble le vide. La ministr e annonce une série d'initiatives en vue de l'autoréglementation des médias », *Le Soleil*, 14/03/03.
21. LAMIZET Bernard (2001), « Le miroir social des institutions. Théorie de la constr uction de l'espace médiaté des organisations », in Cavallier Marcel-Paul & Jacques Walter, *Organisations, médias et médiations*, Paris, L'Harmattan, pp.280-281.
22. DÉOM Esther (1989), *Quarante ans de syndicalisme chez les journalistes québécois*, Montréal, Agence d'ARC, p.6.
23. GINGRAS Anne-Marie (1999), *Médias et démocratie. Le Grand malentendu*, Sainte-Foy, p.94.
24. *Ibid*, pp.99-100.
25. Par exemple, soulignons l'embauche à l'été 2001 de l'ex-r elationniste du Canadien de Montréal, Bernard Brisset, à titre de rédacteur en chef du *Journal de Montréal*. Cf. COMTOIS Martin (2001), « Un gars des sports à la tête du *Journal de Montréal* », *Le 30*, juil.-août 01, p.6.

26. BERNIER Marc-François, cité par DESJARDINS Stéphane (2001), « Grande liquidation : l'information est à vendre », *Le 30*, fév. 01, p.11.
27. Depuis lors, cette station est passée en 2001 aux mains du groupe Cogeco et Bell Globemedia, alors que le groupe Quebecor devenait propriétaire de la station TVA et du câblodistributeur Vidéotron.
28. GINGRAS Anne-Marie (1999), *Médias et démocratie. Le Grand malentendu*, Sainte-Foy, p.123.
29. À ce chapitre, entre les quotidiens du groupe Gesca, dont *La Presse*, à Montréal, et *Le Soleil*, à Québec, ne peuvent être échangés des textes à contenu politique, des chroniques et des éditoriaux. Cf. NÉRON Jean-François (2002), « Concentration de la presse. On n'en est pas encore à la "pensée unique" », *Le Soleil*, 12/11/02.
30. PRESSE CANADIENNE (2002), « Liberté éditoriale. Campagne syndicale chez CanWest », *Le Soleil*, 21/06/02.
31. JONCAS Hugo (2002), « Convergence à la manière Quebecor », *Le 30*, Mars 02, pp.6-7.
32. DEMERS François & Florence LE CAM (2002), « Des promesses, des promesses ! Ce qui s'est passé sur le Net à Québec, Canada », *MédiaMorphoses*, n°4, mars 02, p.28.
33. L'achat de TQS par Quebecor en 1997 constitue la seule exception à cette règle. La FPJQ avait alors approuvé cette transaction parce que la survie de la station était directement menacée. Cf. GINGRAS Anne-Marie (1999), *Médias et démocratie. Le Grand malentendu*, Sainte-Foy, p.121.
34. Par exemple, NOËL, André (2001), « Celui qui paye le musicien choisit la musique », *Le 30*, fév. 01, pp.13-15 ; LAJOIE France (2003), « Les empiristes contre-attaquent », *Le 30*, fév. 03, pp.24-25.
35. DUTRISAC Robert (2002), « Protéger la qualité de l'information dans un contexte de concentration de la presse. Journalistes... professionnels », *Le Devoir*, 14-15/09/02, p.A7.
36. BOIVIN Simon (2002), « Statut des journalistes. La FPJQ dit non à un ordre professionnel », *Le Soleil*, 02/12/02.
37. LEMIEUX Cyril (2000), *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Éditions Métailié.
38. Soit le système relationnel de liens, selon la grille d'analyse retenue.
39. LEMIEUX Cyril (2000), *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Éditions Métailié, p.154.
40. *Ibid*, pp.160-161.
41. Soit le système relationnel de transactions, selon la grille d'analyse retenue.
42. LEMIEUX Cyril (2000), *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Éditions Métailié, pp.144-145.
43. C'est ce qui est arrivé au journaliste Michel Auger, à l'emploi du *Journal de Montréal*, membre du groupe Quebecor. La direction de son journal a remis en cause publiquement la participation de son journaliste judiciaire à l'émission *Auger enquête* de TQS. Une source syndicale confiant que les problèmes du reporter n'auraient probablement jamais existé si le diffuseur de son émission avait été TVA, un réseau appartenant à Quebecor.

## CONCENTRATION DES MÉDIAS ET RAPPORTS ENTRE LES JOURNALISTES...

- Cf. NON SIGNÉ (2002), « L'émission de Michel Auger irrite son journal », *Le Soleil*, 07/11/02.
44. CHARRON Jean & Jean de BONVILLE (1996), « Présentation. Journalisme en mutation. Perspective de recherche et orientations méthodologiques », *Communication*, vol.17, n°2, déc. 96, pp.15-49.
45. UNDERWOOD & MACMANUS, cités par NEVEU Éric (2001), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, pp.93-94.
46. NEVEU Éric, RUELLAN Denis & Rémy RIEFFEL (2002), « Les journalistes spécialisés. Présentation », *Réseaux*, n°111, pp.9-17; MARCHETTI Dominique (2002), « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux*, n°111, pp.21-55.
47. CHARRON Jean & Jean de BONVILLE (1996), « Présentation. Journalisme en mutation. Perspective de recherche et orientations méthodologiques », *Communication*, vol.17, n°2, déc. 96, p.18.
48. MARCHETTI Dominique (2002), « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux*, n°111, p.46.
49. LEMIEUX Cyril (2000), *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Éditions Métailié, p.447.
50. CHARRON Jean, LEMIEUX Jacques & Florian SAUVAGEAU (1991), *Les journalistes, les médias et leurs sources*, Boucherville, Gaëtan Morin éditeur.
51. *Ibid*, p.202.
52. Selon la thématique retenue lors du Congrès de la FPJQ de 1988.
53. FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE DES JOURNALISTES DU QUÉBEC (1996), *Guide de déontologie de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec*, Assemblée générale du 24/11/96.
54. CHARRON Jean, LEMIEUX Jacques & Florian SAUVAGEAU (1991), *Les journalistes, les médias et leurs sources*, Boucherville, Gaëtan Morin éditeur, p.203.
55. LAPOINTE Josée (2000), « Journalistes culturels et relationnistes. Donnant-donnant et renvoi d'ascenseur », *Le 30*, mars 00, pp.31-32.
56. NEVEU Éric (2001), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, p.43.
57. DUSSAULT Anne-Marie (2003), « Les journalistes : un contre-pouvoir au pouvoir des propriétaires des médias ? », *Le 30*, juin 03, p.40.

### Références bibliographiques

- ASSELIN Pierre (2003), « Lemieux comble le vide. Le ministre annonce une série d'initiatives en vue de l'autoréglementation des médias », *Le Soleil*, 14/03/03.
- BOIVIN Simon (2002), « Statut des journalistes. La FPJQ dit non à un ordre professionnel », *Le Soleil*, 02/12/02.
- CAUCHON Paul (2000), « Services publics, ouais... », *Le Devoir*, 23-24/10/00.

- CHARRON Jean & Jean de BONVILLE (1996), « Présentation. Journalisme en mutation. Perspective de recherche et orientations méthodologiques », *Communication*, vol. 17, n°2, déc. 96, pp.15-49.
- CHARRON Jean, LEMIEUX Jacques & Florian SAUVAGEAU (1991), *Les journalistes, les médias et leurs sources*, Boucherville, Gaëtan Morin éditeur.
- COMTOIS Martin (2001), « Un gars des sports à la tête du *Journal de Montréal* », *Le 30*, juillet-août 01, p.6.
- DAVEY Keith (1970), *Comité spécial du Sénat sur les moyens de communication de masse. Rapport*, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services du Canada.
- DEMERS François (2000), « Concentration des entreprises de presse : vers une reconfiguration du paysage médiatique au Québec et au Canada », *Les Cahiers du journalisme*, n°8, déc. 00, pp.192-203.
- DEMERS François & Florence LE CAM (2002), « Des promesses, des promesses ! Ce qui s'est passé sur le Net à Québec, Canada », *MédiaMorphoses*, n°4, mars 02, pp.27-32.
- DÉOM Esther (1989), *Quarante ans de syndicalisme chez les journalistes québécois*, Montréal, Agence d'ARC.
- DESJARDINS Stéphane (2001), « Grande liquidation : l'information est à vendre », *Le 30*, février 01, pp.11-12.
- DUBUC Alain (2002), « Convergence : après les folies, les défis », *Le Soleil*, 27/04/02, p.D4.
- DUCAS Marie-Claude (2003), « Groupes médias. Où en est la convergence ? », *Info Presse*, janvier-février 03.
- DUSSAULT Anne-Marie (2003), « Les journalistes : un contre-poids au pouvoir des propriétaires des médias ? », *Le 30*, juin 03, p.40.
- DUTRISAC Robert (2002), « Protéger la qualité de l'information dans un contexte de concentration de la presse. Journalistes... professionnels », *Le Devoir*, 14-15/09/02, p.A7.
- FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE DES JOURNALISQUES DU QUÉBEC (1996), *Guide de déontologie de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec*, Assemblée générale du 24 novembre 96.
- GINGRAS Anne-Marie (1999), *Médias et démocratie. Le Grand malentendu*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec.
- JONCAS Hugo (2002), « Convergence à la manière Québécoise », *Le 30*, mars 02, pp.6-7.
- KENT Tom (1981), *Commission royale sur les quotidiens. Rapport*, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services du Canada.
- LAJOIE France (2003), « Les empires contre-attaquent », *Le 30*, février 03, pp.24-25.
- LAMIZET Bernard (2001), « Le miroir social des institutions. Théorie de la construction de l'espace médiatique des organisations », in Cavallier Marcel-Paul & Jacques Walter, *Organisations, médias et médiations*, Paris, L'Harmattan, pp.271-282.
- LAPOINTE Josée (2000), « Journalistes culturels et relationnistes. Donnant-donnant et renvoi d'ascenseur », *Le 30*, mars 00, pp.31-32.

CONCENTRATION DES MÉDIAS ET RAPPORTS ENTRE LES JOURNALISTES...

- LAVOIE Marie-Hélène, DORNAN Christopher & Florian SAUVAGEAU (dir.), *La concentration de la presse écrite : un "vieux" problème non résolu*, Université Laval, Centre d'études sur les médias, coll. « Les Cahiers-médias », n°11.
- LE BOHEC Jacques (2000), *Les mythes professionnels des journalistes*, Paris, L'Harmattan Communication.
- LECLERC Aurélien (avec la collaboration de Jacques GUA Y) (1991), *L'entreprise de presse et le journaliste*, Sillery, Presses de l'Université du Québec.
- LEMIEUX Cyril (2000), *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Éditions Métailié.
- LEMIEUX Vincent (1999), *Les réseaux d'acteurs sociaux*, Paris, PUF.
- LEMIEUX Vincent (1998), *Les coalitions. Liens, transactions et contrôles*, Paris, PUF.
- MARCHETTI Dominique (2002), « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux*, n°111, pp.21-55.
- NÉRON Jean-François (2002), « Concentration de la pr esse. On n'en est pas encore à la "pensée unique" », *Le Soleil*, 12/11/02.
- NEVEU Éric (2001), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte.
- NEVEU Éric, RUELLAN Denis & Rémy RIEFFEL (2002), « Les journalistes spécialisés. Présentation », *Réseaux*, n°111, pp.9-17.
- NOËL André (2001), « Celui qui paye le musicien choisit la musique », *Le 30*, février 01, pp.13-15.
- NON SIGNÉ (2002), « L'émission de Michel Auger irrite son journal », *Le Soleil*, 07/11/02.
- PRESSE CANADIENNE (2002), « Liberté éditoriale. Campagne syndicale chez CanW est », *Le Soleil*, 21/06/02.
- RABOY Marc (avec la collaboration de Geneviève GRIMARD) (2000), *Les médias québécois. Presse, radio, télévision, inforoute*, Montréal, Gaëtan Morin éditeur.
- RAMONET Ignacio (2002), « Les nouveaux maîtres du monde », *Manière de voir*, n°63, « L'empire des médias », pp.6-7.
- RAMONET Ignacio (2001), *La tyrannie de la communication*, Paris, Gallimard.
- RICHER Jocelyne (2003), « Concentration de la pr esse. Diane Lemieux renonce à légiférer », *Le Soleil*, 13/02/03.
- RIFKIN Jeremy (2002), « Voici venu le temps des réseaux », *Manière de voir*, n°63, « L'empire des médias », pp.10-15.
- SAUVAGEAU Florian (2001), « De la concentration à la synergie ou des idées à la marchandise », *Le 30*, déc.-janv. 01, pp.13-14.
- SCHMOUKER Olivier & Marie-Claude DUCAS (2003), « Entr evue avec Pierre Karl Péladeau : l'esprit de famille », *Info-Presse*, janv.-fév. 03, pp.29-34.
- THÉORÊT Yves (2002), « La concentration et la pr opriété mixte des entreprises culturelles et des médias d'information au Canada », *Communication*, vol.21, n°2, pp.113-136.