

La polyphonie du journal télévisé D'une parole institutionnelle à une parole individuelle

JEAN CHARRON

Professeur titulaire

Département d'information et de communication
Université Laval
Canada

jean.charron@com.ulaval.ca

SÉBASTIEN CHARLTON

Coordonnateur aux opérations

Centre d'études sur les médias (CEM)
Canada

sebastien.charlton@com.ulaval.ca



Le journal télévisé (JT) est constitué d'un assemblage de voix : voix du réseau de télévision qui revendique la responsabilité institutionnelle du JT ; voix du présentateur qui le préside ; voix des reporters et des chroniqueurs qui se succèdent à l'écran ; voix invisibles de l'équipe de professionnels et de techniciens qui veillent à la composition et à la mise en forme du JT ; voix des protagonistes et des témoins des événements ; voix des interprètes qui sont sollicités pour analyser ou commenter l'actualité. Cette polyphonie est élaborée et orchestrée par les artisans du JT. Elle est en cela un révélateur de ce que ces artisans considèrent être la raison d'être du JT. En effet, le choix des locuteurs présents dans le JT et la répartition du temps de parole attribué à chacun obéissent à des critères de sélection et de mise en valeur relatifs à la nature des événements jugés dignes de retenir l'attention du public et relatifs à l'identification des locuteurs jugés dignes d'en parler. Ces critères sont la traduction, sur un mode opératoire, du type de rapport que les journalistes cherchent à établir avec le monde dont ils sont censés rendre compte et avec le public qu'ils sont censés informer.

Une analyse en diachronie des voix présentes dans les JT diffusés au Québec¹ depuis les années 1960 permet d'observer certains changements dans le choix et l'assemblage de ces voix². Nous

Pour citer cet article, to quote this article, para citar este artigo :

Jean Charron, Sébastien Charlton, « La polyphonie du journal télévisé. D'une parole institutionnelle à une parole individuelle », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 8, n°2 - 2019, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.

URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

voulons plus particulièrement mettre en évidence que les catégories de protagonistes et d'interprètes mis en scène dans le JT ont changé de manière significative. Les voix institutionnelles autrefois dominantes ont cédé de plus en plus de place à des locuteurs individuels, en l'occurrence des experts et des « gens ordinaires », qui, en parlant, n'engagent qu'eux-mêmes. Au début de la période, le monde que donne à voir le JT est surtout celui des institutions soumises au principe de *publicité* (les parlements, les assemblées publiques, les tribunaux et les conférences de presse convoquées par les grandes institutions) dans lesquelles domine une parole dite « officielle », suivant les catégories d'entendement des journalistes. Mais au fil du temps, le JT va tendre à refléter un univers plus familier aux yeux des téléspectateurs, plus proche de leurs préoccupations, dans lequel se meuvent des personnes, en chair et en os, qui leur ressemblent et auxquelles ils peuvent s'identifier.

Nous interprétons ce changement comme une manifestation parmi d'autres d'une mutation profonde du journalisme. Depuis les dernières décennies du 20^e siècle, le paradigme traditionnel du journalisme d'information, fondé sur l'objectivité et sur l'actualité et incarné dans un discours axé sur la fonction référentielle, s'est lentement érodé

au profit d'un journalisme caractérisé notamment par une plus grande subjectivité énonciative et par l'établissement d'un rapport d'intersubjectivité avec le public. Dans ce nouveau paradigme journalistique, la captation de l'attention du public devient une préoccupation centrale. La fonction phatique du discours prend une telle importance que nous désignons ce paradigme par le syntagme de « *journalisme de communication* »³. L'hypothèse d'une mutation du journalisme suppose une redéfinition du type de rapport que les journalistes entretiennent avec le monde (le référent de leur discours, dont les acteurs mis en scène dans le JT) et avec le public auquel ils s'imaginent s'adresser. Cette mutation ne peut se réaliser sans que les choix des artisans des JT quant aux locuteurs qu'ils font voir et entendre ne s'en trouvent substantiellement modifiés. Ces choix sont une manifestation de la conception qu'ils se font de leur fonction sociale et professionnelle en tant que journalistes.

Les données que nous présentons ici proviennent d'un programme de recherche qui porte sur l'évolution du JT au Québec. Nous puisons aux résultats d'une analyse de contenu d'un échantillon diachronique de 182 JT diffusés par le réseau français de Radio-Canada (R-C) entre 1960 et 2010, et de 112 JT diffusés par le réseau TVA entre 1980 et 2010.

Tableau 1 : Répartition des unités d'information analysées*

	Nombre de bulletins analysés			Nombre d'unités d'information			Temps des unités d'information		
	R-c	Tva	Total	R-c	Tva	Total	R-c	Tva	Total
1960 (1961-62)	5	0	5	94		94	1h02		1h02
1970 (1967-72)	18	0	18	316		316	5h10		5h10
1975 (1975-76)	20	0	20	423		423	6h42		6h42
1980 (1977-83)	19	4	23	619	103	722	7h45	1h29	9h14
1985 (1985-87)	20	16	36	538	420	958	7h24	5h09	12h34
1990	20	17	37	438	416	854	6h53	5h04	11h57
1995 (1993-96)	20	15	35	475	380	855	7h44	5h34	13h18
2000	20	20	40	461	462	923	7h23	6h32	13h55
2005	20	20	40	555	551	1 106	9h14	9h33	18h47
2010	20	20	40	651	587	1 238	12h32	9h21	21h54
Total	182	112	294	4 570	2 919	7 489	71h49	42h43	114h32

* La durée des bulletins et la part de ceux-ci consacrée aux unités d'informations peuvent varier significativement d'une année à l'autre, voire d'une édition à l'autre.

R-C et TVA sont les deux principaux diffuseurs généralistes de langue française au Québec. R-C opère au nom de la Société Radio-Canada/CBC un réseau pancanadien de télévision publique de langue française. Ce réseau est financé en majeure partie par le Parlement canadien et secondairement par la publicité et obéit à un mandat inscrit dans la *Loi sur la radio-diffusion*. TVA est le principal réseau de télévision privée francophone du Québec et tire ses revenus de la publicité. Depuis les années 2000, TVA fait partie de Québecor Média, le plus important groupe médiatique privé au Québec.

Les archives télévisuelles de R-C et de TVA sont disponibles au Service des archives de Radio-Canada ainsi qu'à Bibliothèque et Archives Canada (BAC). Les archives disponibles ne nous ont permis de procéder à un échantillonnage systématique qu'à partir de 1980 pour Radio-Canada et de 1990 pour TVA. Pour cette période, nous avons constitué des échantillons d'une vingtaine de JT par année, une année à tous les cinq ans, en suivant la méthode des « semaines construites » (de Bonville, 2006, pp. 119)⁴. Pour les années antérieures, les quelques JT disponibles à Radio-Canada et à BAC étant trop peu nombreux, nous avons regroupé les JT de deux ou plusieurs années consécutives pour constituer des corpus « annuels » de taille suffisante. Pour le début des années 1960, nous n'avons pu accéder qu'à cinq JT.

Notre corpus de 294 JT totalise plus de 114 heures de diffusion et comprend 7489 unités d'information. Les unités d'informations sont les parties du JT qui correspondent à des productions journalistiques (nouvelles brèves, présentations de reportage par le présentateur, reportages, entrevues, converses, etc.) servant à rendre compte (rapporter, commenter, analyser, etc.) des événements ou des situations. Les autres parties du JT sont constituées par des unités de gestion consacrées à la bonne marche du journal (l'introduction, la conclusion, les annonces de pauses publicitaires, les transitions entre les parties du JT, etc.).

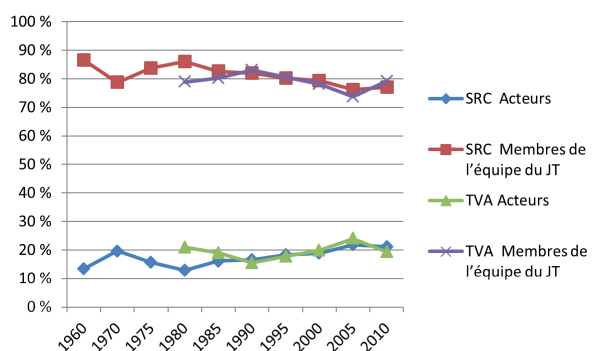
TEMPS DE PAROLE DES LOCUTEURS DANS LE JT

Le JT montre à l'écran deux catégories de locuteurs : des *journalistes* (terme générique qui désigne les artisans du JT visibles à l'écran : présentateurs, reporters, chroniqueurs) et des *acteurs* de l'actualité (protagonistes, témoins et interprètes des événements). L'analyse de la distribution du temps de parole entre ces catégories de locuteurs mène à un premier constat : ce sont surtout les journalistes qui parlent dans le JT, les acteurs jouant plutôt les seconds violons (graphique 1).

Le JT est et demeure, du point de vue du partage du temps de parole, un « journal », c'est-à-dire un lieu d'expression des journalistes. Certes, les journalistes font des acteurs de l'actualité les objets de leur discours, mais ils les laissent peu parler. Le temps de parole des acteurs, autres que l'équipe du JT, se situe à moins de 20 % (19,4 %) du total de tout ce qui se dit dans le corpus, à la fois dans les unités d'information et dans les unités de gestion. Et quand ils parlent, c'est le plus souvent dans des reportages et à travers des citations très brèves, choisies et cadrées par les journalistes. La voix des acteurs est mise au service d'un propos et d'une énonciation qui restent ceux des journalistes.

La similitude entre les résultats affichés par R-C et par TVA et leur stabilité dans le temps suggèrent que cette répartition de la parole est une caractéristique structurelle du JT et relève de la conception que les journalistes se font de ce qu'est l'information et de l'arrangement des voix qui lui est afférente, indépendamment des réseaux, de leur mandat ou de leur mode de propriété. Plus encore, la part du temps de parole dévolu aux acteurs dans les JT, qui est l'équivalent de la citation en style direct à l'écrit, correspond à la part du nombre de mots consacrés aux citations en style direct que nous avons mesuré dans les articles de nouvelles portant sur la politique et publiés dans *La Presse* (21,1 %) et *Le Devoir* (17,8 %) au cours de la même période (1965-1995) (Charron, 2002). On peut donc penser qu'une telle distribution du droit de parole entre journalistes et acteurs de l'actualité obéit à des règles journalistiques qui traversent le temps et qui transcendent les supports médiatiques.

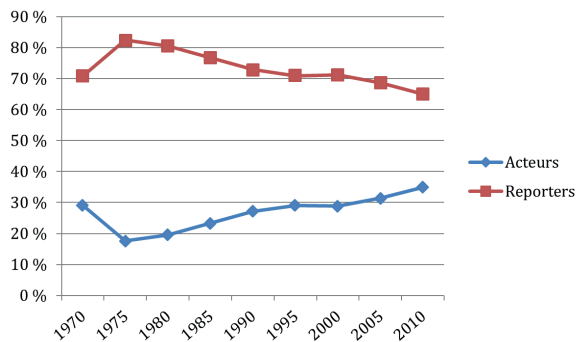
Graphique 1 : Répartition du temps de parole entre le personnel du JT et les acteurs, R-C et TVA



Les entrevues, qui permettent aux acteurs de s'exprimer plus longuement, sont rares dans les JT québécois. Les acteurs se font surtout entendre dans les reportages, là où ils partagent le temps de parole avec les reporters. Or, la part de temps qu'occupe leur parole sur la durée totale des reportages a progressé du simple au double entre 1975 (17,8 %) et 2010 (34,9 %) (graphique 2). La ten-

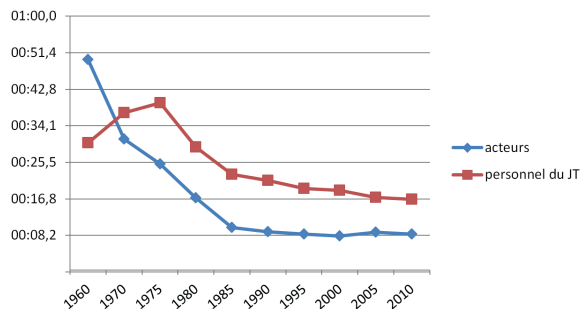
dance est similaire à TVA et à Radio-Canada. On constate que même si la voix des acteurs reste minoritaire, l'évolution des règles d'assemblage des voix dans les reportages leur été favorable.

Graphique 2 : Répartition du temps de parole des acteurs et des reporters dans les reportages



Malgré cette croissance, il reste que l'énonciation des acteurs est fortement contrainte par les formats médiatiques, particulièrement en regard de la durée des citations. Dans une étude souvent citée, Hallin (1992) a montré que, lors des campagnes électorales présidentielles américaines tenues entre 1968 et 1988, la durée moyenne des citations (*sound bites*) des candidats dans les reportages des bulletins de nouvelles de fin de soirée était passée de 43 à 9 secondes. Ce phénomène a été observé ensuite à plusieurs reprises jusqu'à aujourd'hui dans d'autres contextes, électoraux ou non, et avec des résultats tout à fait similaires (Farnsworth et Lichter 2007; Esser, 2008; Adatto, 1990; Bucy et Grabe, 2007). Les JT québécois n'échappent pas à cette tendance. Pour les acteurs, la diminution de la durée moyenne des citations s'opère surtout entre les années 1960 (durée de 50 secondes en moyenne) et les années 1980 (moyenne de 10 secondes en 1985). Par la suite, la moyenne oscille entre 8 et 9 secondes. Les données montrent que la même tendance est présente à TVA et à R-C et qu'elle affecte tous les thèmes traités dans les JT (graphique 3).

Graphique 3 : Durée moyenne des citations des acteurs et du personnel du JT



(minutes : secondes)

La diminution de la durée des citations affecte aussi les membres de l'équipe du JT (présentateur, chroniqueurs, reporters), qui parlent tous dans des segments de plus en plus courts. Cependant, les journalistes se sont aménagé des tours de paroles presque deux fois plus longs que ceux des acteurs qu'ils font parler dans le JT, de sorte que la chute a été moins abrupte pour eux, passant d'un sommet à 39 secondes en moyenne en 1975 à 16,8 secondes en 2010. Malgré une nette accélération du rythme des tours de paroles, les journalistes se donnent le temps d'étayer un certain point de vue à l'écran, mais ils n'offrent guère aux acteurs qu'ils citent la possibilité d'en faire autant.

TEMPS DE PAROLE SELON LES CATÉGORIES D'ACTEURS

L'analyse de la distribution du temps de parole entre les acteurs permet un deuxième constat, soit celui d'un changement significatif dans les règles d'attribution du droit de parole.

Nous avons regroupé les locuteurs en cinq catégories :

Acteurs politiques et dirigeants de l'administration publique : élus et candidats à des postes politiques électifs, dirigeants politiques non élus, sénateurs⁵, personnel politique des partis ou des cabinets, militants de partis politiques, dirigeants et responsables de l'administration publique (ministères, organismes publics, conseils, commissions, tribunaux administratifs, ambassadeurs, etc.).

Dirigeants, responsables, porte-paroles d'organismes parapublics et de la société civile (universités, hôpitaux, écoles; associations syndicales, professionnelles, patronales et autres groupes de pression).

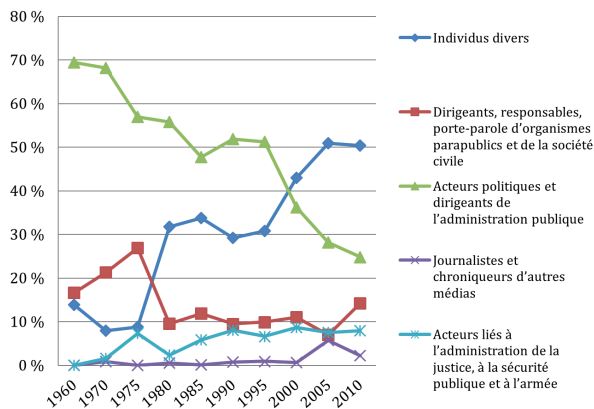
Acteurs liés à l'administration de la justice, à la sécurité publique et à l'armée (avocats, juges, porte-parole de tribunaux, justiciables, témoins, policiers, pompiers, militaires, membres du personnel des prisons, agents de sécurité, etc.).

Individus divers : locuteurs individuels sollicités dans le JT en vertu de leur statut professionnel ou social ou en tant que témoins ou protagonistes des événements et qui parlent en leur nom personnel : entrepreneurs, professionnels, fonctionnaires, religieux, chercheurs universitaires, étudiants, artistes, athlètes, gens ordinaires acteurs ou témoins d'événements ou choisis comme illustration

d'une catégorie sociale (le consommateur, l'usager du métro, l'automobiliste, le travailleur, etc.).

Journalistes et chroniqueurs d'autres médias : nous leur avons réservé une catégorie distincte d'abord afin de faire voir qu'ils sont de plus en plus présents et ensuite parce qu'ils ont un statut particulier : même s'ils ne font pas partie de l'équipe du JT, les artisans du JT les traitent comme des collègues plutôt que comme des « acteurs ».

Graphique 4 : Distribution (en %) du temps de parole entre catégories d'acteurs,



Les acteurs politiques et les dirigeants de l'administration publique, d'une part, et les individus qui ne représentent qu'eux-mêmes, d'autre part, sont les deux catégories qui, de loin, dominent le JT (graphique 4). Ces deux catégories principales se distinguent des autres sous deux aspects. Premièrement, elles cumulent à elles seules, toutes périodes confondues, jusqu'à 78,7 % du temps total de parole des acteurs. Deuxièmement, il y a une nette inversion de leur importance respective : avant 2000, l'actualité que décrit le JT est d'abord et avant tout l'affaire des acteurs politiques et des dirigeants de l'administration publique. Après 2000, l'actualité du JT est surtout l'affaire d'individus qui, pour diverses raisons, en tant que témoins, protagonistes des événements, victimes, experts, professionnels ou autres, sont mis en scène dans le bilan de l'actualité. Cette catégorie hétéroclite de locuteurs est devenue le groupe dominant du JT. Pourtant seulement une petite partie d'entre eux peuvent prétendre appartenir à l'élite siégeant au sommet des structures de pouvoir dans la société. Inversement, les acteurs qui, par mandat électif ou autrement, participent activement aux hauts lieux de la gouvernance de la société occupent dans le JT une position de plus en plus secondaire, du moins d'un point de vue quantitatif.

Manifestement le monde dont parle le JT de 2010 n'est pas le même que celui dont il parlait en 1975. Même s'il est un peu téméraire de juger du pouvoir potentiel des acteurs sociaux sur la base du temps de parole qui leur est imparti dans les JT, on peut quand même souligner que l'évolution de la distribution de la parole telle qu'elle y apparaît vient nuancer l'idée selon laquelle la hiérarchie d'accès aux médias favorise structurellement les élites et qu'elle n'est finalement qu'un calque de la structure du pouvoir dans la société (Bennett, 1983, Hall et al, 1978; Gandy, 1982; Hackett, 1985). Cette idée a pu être valide pendant longtemps, mais il semble que, sous ce rapport, la réalité soit devenue plus complexe. Quoi qu'il en soit, nous nous intéressons aux variations dans la distribution du temps de parole en ce qu'elles révèlent un changement significatif dans ce que nous pourrions appeler l'épistémologie du JT, c'est-à-dire le rapport que les artisans du JT estiment devoir établir avec le monde dont ils sont censés rendre compte. Or ce monde semble être de moins en moins celui des gouvernants et davantage celui des gouvernés. Les journalistes semblent accorder moins d'attention au discours des institutions et davantage à celui des individus.

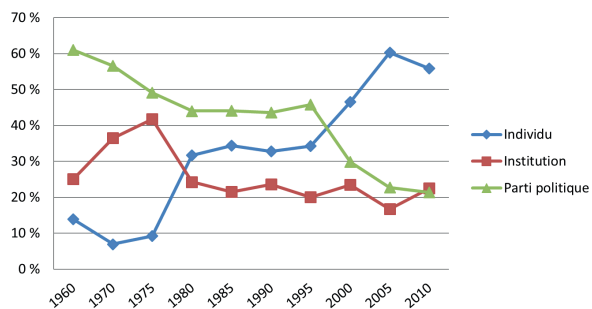
Cette interprétation se fonde sur des données qui portent sur le statut social des personnes qui parlent. Elle est valable en ce qui concerne les acteurs classés dans la catégorie des « individus divers » et dans celle des « journalistes et chroniqueurs d'autres médias » car ceux-ci parlent, en effet, en leur nom personnel. La situation se présente différemment pour les acteurs des autres catégories qui, en général, parlent au nom de l'organisation qu'ils représentent mais qui, à l'occasion, peuvent parler à titre personnel. Pour mieux valider notre interprétation il faut observer non pas le statut du locuteur en tant qu'acteur social (son identité sociale ou professionnelle), mais plutôt le titre qu'il revendique quand il parle (son identité discursive⁶). En général, dans les JT, les locuteurs tiennent des discours auxquels ils donnent un caractère public. En parlant devant un micro et une caméra ils ont généralement conscience que leur discours est susceptible d'une large diffusion. Et en général, dans ce genre de situation de communication « publique », leur identité discursive coïncide avec leur identité sociale ou professionnelle. Mais ce n'est pas toujours le cas. Par exemple, quand on fait parler un président d'une association syndicale dans un reportage, c'est le plus souvent pour qu'il énonce le point de vue de son organisation, et son propos sera interprété comme tel. Mais il peut arriver qu'en raison de sa connaissance et de son expérience des relations de travail, on sollicite son opinion personnelle. Nous avons donc codé chacune

des interventions des acteurs selon que le locuteur parlait ou non à titre personnel. La variable comporte donc deux catégories : soit le locuteur, dans le contexte où il parle, prétend parler ou est perçu comme parlant en son nom personnel, soit il parle au nom de l'organisation qu'il serait censé représenter. Soit la parole est personnelle, soit elle est organisationnelle ou institutionnelle.

Au cours du travail de codage, nous avons été amenés à réserver une catégorie distincte pour les élus ou des candidats à des postes électifs. La politique étant, de nos jours, régie par des lignes de parti et par la nécessité pour les groupes politiques de constituer et d'afficher une cohérence partisane, les codeurs étaient incapables de déterminer, d'une manière fiable et valide, si, dans les citations que contiennent les JT, les politiciens parlent en leur nom personnel ou s'ils parlent au nom de l'organisation politique à laquelle ils appartiennent et qu'ils représentent. Les idées qu'ils défendent, les impressions qu'ils cherchent à créer, l'image publique qu'ils projettent, tout cela est susceptible d'avoir été défini par leur organisation partisane, même quand les politiciens prétendent parler à titre personnel. Ce phénomène n'est pas propre à la vie politique partisane, mais il y est à ce point prégnant et constitutif qu'il invalide, à toutes fins utiles et sur le plan opératoire, la distinction que nous cherchons à établir entre discours individuel et discours institutionnel. Cela étant, les acteurs politiques n'ont pas été exclus de nos résultats pour autant; leurs propos ont plutôt été classés dans une troisième catégorie, de manière à voir la place qu'ils occupent par rapport aux autres locuteurs individuels ou institutionnels.

Les résultats (graphique 5) permettent de mesurer la forte croissance de la place occupée par le discours individuel et l'inversion qui s'opère au détriment des discours institutionnel et politique.

Graphique 5 : Répartition du temps de parole des acteurs, en fonction des identités discursives



La tendance est globalement la même à TVA et à R-C, mais quelques différences sont dignes de

mention. Depuis 1990, TVA accorde un peu plus de place (50,4 %) que R-C (41,9 %) à la parole individuelle, ce qui est congruent avec l'approche plus populaire et plus concurrentielle que pratique une télévision privée commerciale comme TVA, qui joue la carte de la proximité avec son auditoire. C'est une approche que R-C a cherché à adopter, mais plus tardivement et de manière moins marquée que son concurrent. Depuis 1980, TVA a aussi eu tendance à accorder moins de place (32,3 %) que R-C (38,7 %) aux acteurs liés aux partis politiques.

La présence croissante des individus s'observe dans la plupart des thèmes, mais la tendance est moins forte quand il est question de politique et d'économie, qui sont des thèmes réputés « sérieux » et quantitativement les plus importants, mais pour lesquels la parole individuelle est moins sollicitée. Or, au cours de la période, ces thèmes ont connu une baisse, au profit de thèmes plus favorables à des interventions individuelles (comme société et culture; justice, faits divers et catastrophes; loisirs, sports et plein air). Donc ce n'est pas uniquement une valorisation de la parole individuelle en soi qui est à l'œuvre, mais aussi une valorisation de thèmes ou d'enjeux à propos desquels la parole individuelle a davantage droit de cité, thèmes et enjeux souvent plus proches de la vie quotidienne des téléspectateurs et plus propices aux effets d'identification.

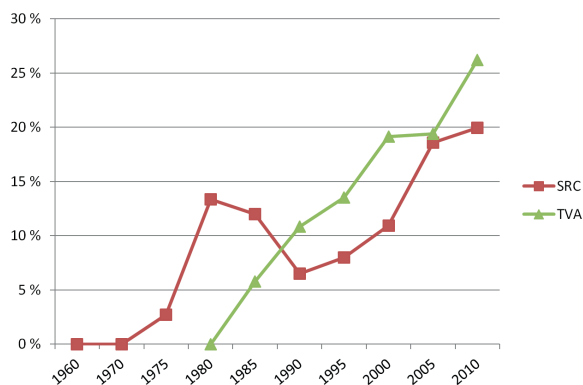
Les locuteurs classés dans la catégorie des « individus divers » parlent généralement (97,7 % du temps) à titre personnel. C'est rarement le cas pour les locuteurs classés dans les catégories des « dirigeants et responsables de corps constitués » et des « représentants d'institutions politiques ou de l'administration publique ». En revanche il arrive (18,5 % du temps) que des locuteurs en lien avec l'administration de la justice, la sécurité publique ou l'armée parlent à titre personnel. Les quelques journalistes et chroniqueurs qui, à l'occasion, interviennent dans les JT le font toujours à titre personnel.

Qui sont ces « individus divers » qui interviennent dans le JT et qui parlent à titre personnel ? On y trouve des gens issus de milieux divers (du sport, de la culture, des affaires, du commerce, etc.), qui figurent dans le JT en raison notamment de leurs réalisations ou de leur expérience professionnelle ou parce qu'ils sont parties prenantes à un événement d'actualité. Mais on y trouve surtout des *gens ordinaires* et des *experts* qui représentent respectivement 36,4 % et 18,6 % du temps de parole des individus. Ce sont les deux catégories les plus représentées et aussi celles qui ont connu la plus forte croissance.

Temps de parole des « gens ordinaires »

Par « gens ordinaires⁷ » nous désignons les personnes dont la présence dans le JT ne se justifie pas par un statut social ou professionnel ou encore par un accomplissement quelconque, mais simplement parce qu'ils ont été témoins d'un événement ou d'une situation et qu'ils sont, de ce fait, considérés comme habilités à en parler, ou encore, mais dans une moindre mesure, parce qu'on leur demande d'exprimer une opinion en tant que membre d'une catégorie sociale (contribuables, électeurs, automobilistes, travailleurs, parents d'élève, mères de famille monoparentale, etc.) pour laquelle ils constituent une illustration. Le graphique 6 montre que, depuis les années 1990, la présence des gens ordinaires a connu une forte croissance.

Graphique 6 : Part du temps de parole des acteurs accordé aux gens ordinaires.



La proportion du temps de parole des acteurs accordée aux gens ordinaires a plus que doublé, passant de près de 10 % en 1980 à 22,5 % en 2010. La croissance est plus marquée à TVA : cette catégorie d'acteurs, qui était absente des JT de TVA en 1980, grimpe de manière constante par la suite pour atteindre 26 % en 2010. En fait, dans les JT de 2010, mis à part des membres du JT, les gens ordinaires sont les locuteurs qui, avec les élus toutes catégories confondues, parlent le plus. Et quand le JT les sollicite, c'est davantage en tant qu'acteur ou témoin des événements qu'en tant que quidam représentant une catégorie sociale.

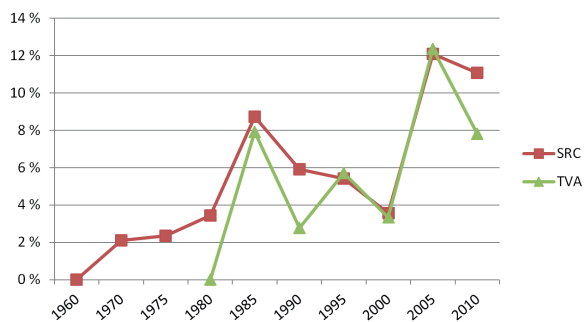
L'écart entre R-C et TVA peut s'expliquer par le mandat de service public de Radio-Canada, qui invite à une couverture plus institutionnelle, pancanadienne et qui accorde une place significative à l'information internationale. TVA mise plutôt sur la proximité avec son public, en concentrant sa couverture de l'actualité principalement sur son aire de diffusion, c'est-à-dire le Québec et sa métropole, Montréal, et sur des sujets qui sont davantage en prise avec les préoccupations de la vie quotidienne

de son auditoire et pour lesquels la voix des gens ordinaires peut être plus facilement sollicitée et mise en scène.

Temps de parole des experts

Dans la catégorie des experts entrent les personnes (universitaires, chercheurs, économistes, ingénieurs, médecins, philosophes, essayistes, etc.) qui ne sont pas des protagonistes des événements et qui sont sollicitées par les artisans du JT pour commenter l'actualité sur la base de connaissances expertes dont ils sont censés être les détenteurs. Si le graphique 7 témoigne de la place de plus en plus importante qu'occupent les experts dans les JT, cette présence varie suivant les thèmes qui figurent à l'actualité.

Graphique 7 : Part du temps de parole des acteurs accordé aux experts.



Le tableau 2 montre, en pourcentage du temps du JT, les thèmes les plus abordés dans le JT comparativement à ceux pour lesquels les experts sont le plus sollicités. D'importantes disparités apparaissent et suggèrent que la mise en scène de la parole des experts sied mieux à certaines thématiques. Les experts sont en effet davantage sollicités sur des sujets ou à propos d'enjeux dont l'analyse requiert un savoir technique et spécialisé pour lesquels les journalistes se sentent peut-être moins compétents, comme l'économie, la finance, le commerce, la science, la technologie, les questions sociales, l'écologie et l'environnement. En revanche la présence des experts se fait plus rare, toutes proportions gardées, à propos de thèmes comme la politique, les faits divers, les affaires juridiques et policières, les arts et spectacles, la météo, dont on peut penser qu'ils relèvent davantage du champ de compétence des journalistes ou encore qu'ils sont plus facilement interprétables dans des catégories de sens commun.

CROISSANCE DE LA PAROLE INDIVIDUELLE : VERS UN MODÈLE EXPLICATIF

La montée en puissance du discours individuel dans le JT peut s'expliquer en première

approximation par trois séries de facteurs : des *facteurs techniques*, qui ont rendu la chose matériellement faisable et aisée ; des *facteurs professionnels et organisationnels*, qui ont fait en sorte que la valorisation de la parole individuelle est apparue aux yeux des artisans du JT comme une stratégie avantageuse tant du point de vue commercial que professionnel; et finalement des *facteurs socio-culturels*, qui ont rendu cette publicisation de la parole individuelle acceptable, normale, même souhaitable aux yeux des téléspectateurs.

La présence de la parole individuelle dans les JT connaît une forte croissance entre 1975 et 1980. Cette période coïncide avec l'abandon du film 35 mm comme support de production des images au profit du vidéo, ce qui va entraîner le développement et la multiplication des reportages télévisés tels qu'on les connaît aujourd'hui⁸. À l'époque du film, la captation d'images et de son impliquait le déplacement et l'installation de caméras lourdes et encombrantes et d'un dispositif indépendant d'enregistrement sonore. Les opérations de développement, de montage du film en laboratoire et de synchronisation du son et de l'image exigeaient plusieurs heures de traitement. Ces opérations ne pouvaient se réaliser, aux fins de la couverture des

événements de l'actualité quotidienne, qu'à l'occasion d'événements programmés ou des manifestations officielles, à proximité des studios. Pour disposer d'images originales dans un JT en soirée, il fallait qu'une équipe aille les capter le matin lors d'un événement qu'il fallait prévoir. Et on ne déplaçait le lourd équipement que pour des occasions jugées importantes. Dans ces conditions, et hormis quelques rares micros-trottoirs, saisir sur le vif des réactions de gens concernés ou des témoignages d'acteurs ou de victimes des événements était rarement possible et ne faisait pas partie du mandat des artisans du JT. C'est pourquoi les reportages diffusés étaient peu nombreux et se résumaient en des images captées dans un cadre institutionnel spécifique (une conférence de presse, un débat parlementaire, une activité protocolaire) ou encore des images d'archives, auxquelles on ajoutait une narration en voix off, le son et l'image étant juxtaposés sans qu'on cherche à en faire un ensemble sémantiquement cohérent.

L'allègement de la technique par le recours au vidéo, par la miniaturisation des équipements, par le développement des télécommunications, puis par le passage au numérique, a levé les obstacles et a ouvert de nouvelles possibilités, permettant notamment de mettre en scène dans les reportages

Tableau 2 : Distribution thématique du temps de parole total et du temps de parole des experts.

Thèmes	% du temps total des JT	% du temps de parole des experts	écart
Politique	20,4%	13,7%	-6,7%
Économie, finance, commerce	9,3%	18,8%	9,5%
Affaires juridiques, policières et de sécurité publique	8,6%	5,6%	-2,9%
Défense et conflits armés	6,9%	5,7%	-1,2%
Monde du travail, syndicalisme, conflits de travail	5,3%	1,6%	-3,7%
Société, questions sociales et droits de l'homme	4,9%	10,4%	5,5%
Faits divers	4,8%	1,3%	-3,5%
Météo	4,7%	0,3%	-4,4%
Santé	4,1%	5,7%	1,6%
Énergie et transport	3,3%	5,1%	1,8%
Catastrophes naturelles et humaines	3,2%	7,0%	3,7%
Arts et spectacles	2,4%	0,0%	-2,4%
Écologie et environnement	1,5%	4,2%	2,7%
Médias et communications	1,3%	4,1%	2,8%
Science et technologie	0,9%	3,2%	2,3%

des locuteurs plus nombreux et variés, en commençant par les reporters eux-mêmes.

Avec l'amélioration des équipements, s'est développé chez les artisans du JT un souci d'exploiter au mieux le potentiel technique de la télévision et de le mettre au service du journalisme télévisé, particulièrement dans le cadre des reportages. Il fallait, notamment, apprendre à faire ce que la télé peut faire mieux que les autres médias : faire voir les événements. Les équipes de production, caméramans et reporters, ont progressivement intégré l'idée qu'ils devaient se rendre promptement sur les lieux des événements et capter des images propres à faire voir ou vivre les événements. Ils ne faisaient en cela qu'imiter leurs collègues des réseaux américains qui, parce qu'ils étaient beaucoup mieux dotés en ressources techniques, avaient mis en place des formules de reportages jugées efficaces.

Pendant longtemps, le JT de Radio-Canada a été en situation de monopole (jusqu'en 1961) et de quasi-monopole (jusqu'à la fin des années 1980) sur le marché télévisuel francophone du Québec. En conformité avec son mandat de service public et avec une tradition fortement inspirée par le modèle de la BBC, les artisans du JT de R-C ont opté pour une information axée sur les affaires politiques et institutionnelles. Fort de ce mandat de service public et investi d'un magistère journalistique, les artisans du JT se montraient peu sensibles aux préoccupations des téléspectateurs. Dans la tradition radio-canadienne, le modèle commercial qui prévalait aux États-Unis ne constituait pas un modèle à suivre. Même s'ils avaient voulu s'en inspirer, ils n'en auraient pas eu les moyens. Ils ne disposaient pas des outils qui leur auraient permis de bien connaître les goûts du public et s'y confirmer, et ils n'avaient pas non plus à cette époque les ressources humaines et techniques qui leur auraient permis d'imiter les JT des réseaux américains (Charron et de Bonville, 2005).

Aussi, la faiblesse du concurrent, T-M, sur le marché des JT n'incitait pas les artisans de R-C à changer cet ordre de choses. L'arrivée en 1986 d'un troisième réseau généraliste, TQS, dont l'auditoire était somme toute limité, n'y changera rien non plus, en tout cas pas dans l'immédiat. C'est plutôt la vente de T-M au groupe Vidéotron en 1987 qui va changer la donne. Le nouveau propriétaire veut relancer l'entreprise, en perte de vitesse depuis le début des années 1980, et contrer l'arrivée sur le marché télévisuel de TQS et des canaux spécialisés auxquels les téléspectateurs ont accès via la câblodistribution. La nouvelle direction investit massivement dans la salle des nouvelles, qui doit servir de

fer de lance du renouveau de T-M. L'objectif est de faire des JT de TVA des émissions rentables. Ces émissions étant coûteuses, le défi est de taille. Pour y arriver il faut que TVA devienne le champion du journalisme télévisé au Québec, qu'il batte Radio-Canada sur un terrain où la télévision publique domine depuis toujours et qu'il empêche TQS de s'y implanter. Ce mandat est confié à Guy Crevier, ancien journaliste et éditeur (Desjardins, 1989; Bérard, 1991). À partir de là, la concurrence de plus en plus intense qui va s'instaurer entre les trois réseaux va servir de catalyseur pour l'innovation.

Cela se produit à l'époque où l'implantation de la câblodistribution et la multiplication des canaux qu'elle entraîne provoquent un morcellement et une volatilité des auditoires. Avec le câble vient la télécommande qui, dans l'imaginaire des journalistes, constitue une véritable épée de Damoclès. La télécommande est l'objet technique qui rend possible, en même temps qu'il symbolise, la surabondance de l'offre télévisuelle et l'hyperconcurrence qui en découle, c'est-à-dire le fait que la concurrence dans la captation de l'attention des téléspectateurs devient une préoccupation constante et généralisée, tant chez les gestionnaires des médias que pour les journalistes eux-mêmes (Charron et de Bonville, 2004d).

Ce contexte d'hyperconcurrence fait apparaître un conflit normatif : pour les artisans du JT, couvrir l'information dite « officielle » est à la fois nécessaire et contreproductif. *Nécessaire* parce que cette information correspond à ce que les journalistes estiment être le mandat historique du journalisme avec lequel ils ne veulent pas rompre. Informer les gouvernés des actions et décisions des gouvernants reste, pour la plupart des journalistes, l'archétype de leur travail et de leur identité professionnelle et une condition à leur légitimité.

Contreproductif parce que, dans l'intense lutte concurrentielle à laquelle se livrent les réseaux de télévision et qui conditionne le travail quotidien des journalistes à leur emploi et dans lequel l'attention du public est le nerf de la guerre, l'information officielle apparaît aux yeux des journalistes comme un produit généralement inefficace puisqu'elle ne présente, croient-ils, qu'un faible pouvoir d'attraction. Les journalistes associent l'information officielle à l'image des « têtes parlantes », parfait symbole de l'ennui télévisuel.

Aussi, l'information officielle, qui a le défaut d'être accessible et de s'imposer à tous les médias, ne favorise guère la distinction dans un marché concurrentiel. Tous se retrouvent avec les mêmes nouvelles, cadrées de la même façon, avec les

mêmes déclarations, les mêmes images, le même « casting⁹ ». Autrement dit, l'information officielle, en raison de sa grande disponibilité et de sa facilité d'accès et d'usage, perd, du point de vue des médias, sa valeur d'attention et de distinction, et par conséquent nuit à l'efficacité dans le jeu de la concurrence.

L'information officielle est aussi réputée contaminée par la culture et les stratégies des relations publiques. Pour les journalistes, plus souvent qu'autrement, le discours officiel et institutionnel, depuis qu'il est savamment concocté et formaté à leur intention par les équipes de communication, s'apparente à du baratin. Ainsi, couvrir l'information officielle expose le JT à deux grands dangers : celui de manquer d'originalité en faisant comme tous les autres JT dans le marché, et celui de manquer d'esprit critique en se faisant l'instrument des opérations de relations publiques des gouvernants et des puissants.

Les journalistes cherchent donc à recruter des sources hors des circuits officiels afin de conférer à leur reportage un caractère distinctif face aux concurrents et, éventuellement, à y introduire une certaine distance critique. Ils cherchent à meubler leurs topos avec d'autres voix, comme celles d'experts, de témoins ou de victimes, qu'on n'entend pas chez les concurrents et qui viendront donner à leurs topos une couleur d'exclusivité. Ici une volonté d'accomplissement professionnel peut tout à fait converger avec une logique de concurrence dans la lutte pour l'attention du public.

Les experts

La figure de l'expert s'impose dans ce contexte non seulement parce qu'elle est source de diversité dans les reportages (chaque topo peut mettre en scène son propre expert), mais elle s'arrime parfaitement au journalisme critique et interprétatif que les journalistes du JT cherchent à exercer (Charon et al, 2018).

Dans le contexte de la modernité avancée, caractérisée par l'individualisme, par le relativisme des valeurs et des modèles sociaux et par la mise à distance des institutions (Giddens, 1991), les grands corps sociaux (Gouvernement, Administration, Justice, Église, Partis, etc.) qui ont dominé l'espace public pendant des décennies et, au Québec, jusque dans les années 1960, ont progressivement perdu de leur autorité morale et, par conséquent, de leur capacité à s'imposer comme détenteurs de la vérité. Ce qui, autrefois, était défini, décidé et scellé par l'Institution et la Tradition, doit aujourd'hui être justifié et peut donc être

remis en question. Chez les journalistes cela se traduit notamment par un esprit critique qui s'opérationnalise, entre autres choses, par une rhétorique d'expertise critique (Padioleau, 1976) et par un travail d'« examen » du discours officiel, examen que les journalistes se sentent habilités à opérer eux-mêmes, mais qu'ils réalisent aussi en sollicitant au besoin l'éclairage d'experts, invités à dire au public ce qu'il faut penser¹⁰. Ces experts sont nombreux, disponibles et en général disposés à jouer le jeu médiatique. La complexification et la technicisation des enjeux que les États doivent traiter (en environnement, santé, éducation, développement économique, finances publiques, science et technique, relations internationales, communication et transport, urbanisme, etc.) et la recherche d'efficacité dans les organisations de toute nature ont fait exploser la catégorie des professionnels candidats au statut d'expert. C'est particulièrement le cas des technocrates de tout acabit et des chercheurs universitaires et autres scientifiques, dont le nombre augmente à mesure que la recherche se déploie de plus en plus largement dans toutes les sphères de la vie des humains, de la nature et des sociétés, et qui sont de plus en plus sollicités pour donner leur avis sur les enjeux que soulève l'actualité (Albaek et al, 2003). En même temps, la médiatisation de la recherche et des chercheurs font de la visibilité médiatique un crédit qui entre dorénavant dans le calcul de la reconnaissance à l'intérieur même de la sphère scientifique. Les chercheurs ont alors tout intérêt à se rendre disponibles, à se familiariser avec les formes et les exigences des discours médiatiques et à se départir de l'image froide et distante du technocrate ou du savant.

Les gens ordinaires

La présence des experts dans les JT sied au discours critique et de surplomb que valorisent certains journalistes en certaines circonstances. Mais elle doit être dosée au risque de présenter aux téléspectateurs une information qui leur paraisse éloignée de leurs préoccupations et hors de leur compétence, ce qui est tout le contraire du résultat voulu. C'est pourquoi, dans la quête de la diversité des sources, les gens ordinaires sont, et de loin, les plus sollicités. La raison est fort simple : la présence dans des reportages de gens ordinaires (acteurs, témoins, victimes, représentants de la majorité silencieuse), surtout dans des contextes émotifs, favorise chez le téléspectateur l'identification et l'empathie, et donc l'attention (Pantti et Husslage, 2009).

Le recours à la parole individuelle dans les JT peut aussi s'interpréter comme une forme de reconnaissance à la fois de l'individualité des ac-

teurs sociaux et de l'informalisation des rapports sociaux et des discours publics (Fairclough, 2013; Featherstone, 1991), autres caractéristiques de la culture des sociétés modernes avancées. Cet individualisme et le caractère moins formel des relations sociales contribuent à donner à la parole des gens ordinaires un droit de cité et une légitimité qu'elle n'avait pas autrefois. Les individus, en tout cas plusieurs d'entre eux, ont incorporé l'idée que leur parole valait bien celle de quiconque. Les journalistes reconnaissent à cette parole et à ses modes d'expression la légitimité requise pour figurer dans leurs reportages, éventuellement en contrechamp des discours institutionnels.

Par ailleurs, au cours de la période que nous étudions, l'univers médiatique s'est en quelque sorte banalisé aux yeux du public. Les gens sont devenus plus familiers avec cet univers et ils sont moins intimidés qu'ils ne l'étaient par les codes médiatiques et par le dispositif technique des équipes de télévision. Ils acceptent plus volontiers de parler à la caméra, éventuellement avec aisance¹¹.

La présence des gens ordinaires a aussi une dimension épistémologique dans la mesure où elle contribue à donner à l'information une valeur de vérité, de réalisme et d'authenticité (Kleemans et al, 2015; Charaudeau, 2000) et dans la mesure où elle fait de l'émotion une dimension essentielle de l'information. L'émotion est assez généralement considérée par les journalistes de la télévision comme un ingrédient qui contribue puissamment à susciter l'attention du public précisément parce qu'elle favorise, voire provoque, l'identification et l'empathie. Pour les journalistes, l'émotion, si elle est bien dosée et utilisée avec stratégie, a sa place dans l'information dans la mesure où elle témoigne d'une dimension essentielle de la vie (Pantti, 2010; Wahl-Jorgensen, 2013a, 2013b; Huan, 2017; Stenvall, 2014)¹²; en faire abstraction sous prétexte d'objectivité reviendrait à déformer la réalité. Dans un contexte d'hyperconcurrence, les artisans des JT considèrent qu'ils ont pour mandat de rendre compte de ce qui arrive dans la vie des gens, de ce qui les affecte, qui est digne de mention et qui est d'intérêt public. Or, ce qui affecte les gens produit forcément, chez eux, des émotions.

À la limite, ce qui arrive dans les institutions n'est pertinent qu'à travers les impacts sur la vie des gens, qu'à travers ce qui « touche » les gens. Le JT, en cherchant à s'ancrer dans la « vraie vie », à faire écho aux préoccupations des gens et finalement à mettre en scène le monde des gens ordinaires, fait du public son propre référent. Quoi de plus intéressant pour le téléspectateur que d'entendre parler de lui ? D'ailleurs, les JT ont au fil

du temps accordé de plus en plus d'importance à des enjeux (comme l'éducation, la consommation, l'aménagement et le transport urbains, la sécurité, les faits divers, etc.) dont les impacts sur la vie des gens sont les plus immédiatement perceptibles, enjeux dont ils sont eux-mêmes les protagonistes et qui justifient la présence des voix populaires.

La réconciliation entre information et émotion ne se conçoit que dans la perspective où l'intersubjectivité tend à se substituer à l'objectivité comme principe premier du journalisme. Le rapport au monde se définit par le rapport au public; il lui est assujéti. Cette réconciliation est, de ce point de vue, caractéristique du journalisme de communication (Charron et de Bonville, 1996a; 2004c). Dans la mesure où les artisans du JT estiment que le public ressent ou partage la même émotion face à un événement, ils peuvent prétendre que cette émotion est une composante de l'événement lui-même, qu'elle est objectivable. Par conséquent les manifestations d'émotion que les journalistes mettent en scène dans le JT sont celles dont ils pensent qu'elles sont généralement partagées par le public auquel il s'adresse, qu'elles le font vibrer. Dans les cas où l'émotion divise, où elle est tributaire d'une représentation qui n'est pas généralement partagée, manifester une émotion reviendrait à prendre parti à propos d'un enjeu qui polarise.

Pour mettre en scène des gens ordinaires et leurs émotions, une formule de production de reportage, encouragée, enseignée et devenue usuelle, consiste à aborder un problème ou un phénomène de portée générale en prenant appui sur un cas concret, incarné, personnalisé, auquel le public peut s'identifier. L'objectif est triple : raconter une histoire mettant en scène un ou des personnages auxquels le public s'identifie et qui suscitent une émotion; mettre en relief l'impact concret de cette situation ou de ce problème sur la vie des gens ordinaires; finalement illustrer par des images évocatrices des situations autrement abstraites.

Les discours publics – largement encadrés et formatés par l'industrie des relations publiques – se sont adaptés à cette évolution des médias. Les organisations ont bien compris que les messages incarnés, personnalisés, chargés d'un facteur humain et campés dans des images et des « petites phrases » qui saisissent l'imaginaire du public et qui répondent aux besoins des journalistes de la radio et de la télé passent mieux la rampe médiatique que des messages officiels formulés dans des catégories bureaucratiques. Il s'agit d'une des dimensions centrales du processus de médiatisation des organisations et de la société (Lundby,

2009; Stromback, 2008; Schulz, 2004; Couldry et Hepp, 2013; Kepplinger, 2002).

Le JT est une institution culturelle qui obéit à des logiques et des modes de fonctionnement qui lui sont propres, mais comme toutes les institutions culturelles, elle s'adapte au monde auquel elle appartient en même temps qu'elle contribue à le façonner. Nous nous sommes intéressés à des transformations du JT qui opèrent dans un temps long et qui sont relatives à la distribution des tours

et des droits de parole, c'est-à-dire à ce qui constitue les discours légitimes sur l'actualité, du point de vue des artisans du JT, sur la base de critères de légitimité qui leur sont propres mais aussi qu'ils imputent au public. Ce public, autrefois réputé s'intéresser à la vie des institutions, est aujourd'hui réputé s'intéresser d'abord à lui-même et à ce qui l'affecte concrètement dans sa vie quotidienne.

Réception de l'article le 1er novembre 2018

Acceptation le 8 août 2019

NOTES

¹. Les JT québécois constituent notre champ d'observation, mais il n'y a pas lieu de croire que les tendances que nous y observons leur soient exclusives; elles se manifestent aussi sans doute ailleurs dans le monde, *mutatis mutandis*.

². L'analyse porte sur la polyphonie montrée à l'écran, mais elle n'ignore pas que cet assemblage des voix est travaillé, modelé et modulé par les équipes de production hors écran.

³. Le lecteur trouvera dans nos travaux antérieurs (Charron et de Bonville, 1996a, 1996b, 2004a, 2004b, 2004c) une présentation détaillée des concepts de *paradigme journalistique* et de *journalisme de communication*.

⁴. Notre échantillon exclut les éditions des week-end. La méthode des semaines construites consiste à choisir aléatoirement, pour chaque année, une édition d'un lundi, puis d'un mardi, et ainsi de suite pour tous les jours de la semaine, jusqu'à l'obtention d'un échantillon de la taille voulue.

⁵. Au Canada, les membres du Sénat ne sont pas élus; ils sont nommés par le Gouverneur général à la demande du premier ministre.

⁶. Sur les concepts d'identité sociale et d'identité discursive, voir de Bonville et Moreau (2004), Charaudeau (2009) et Lochard (2002).

⁷. Ce syntagme peut paraître connoté, mais c'est bien celui qu'on retrouve dans la littérature savante à ce sujet, en français et en anglais (*ordinary people*) et que les journalistes eux-mêmes utilisent.

⁸. L'histoire du journal télévisé au Canada reste à faire. On en trouve quelques fragments dans Lothead, 1991, Laurence 1990, 1978; Rutherford, 1990; Charron et de Bonville, 2005.

⁹. C'est le terme que les journalistes empruntent, de manière très significative, au vocabulaire du cinéma et des arts du spectacle pour désigner le choix des locuteurs qu'ils mettent en scène dans leurs reportages.

¹⁰. Sur le traitement journalistique des voix expertes, voir notamment les travaux de Tavernier, 2005, 2009.

¹¹. La connaissance des codes médiatiques peut aussi produire l'effet inverse, celui du développement d'un esprit critique qui incite des gens à refuser de parler aux journalistes par crainte que leur parole soit dénaturée et instrumentalisée.

¹². Du point de vue de la sociologie du journalisme, l'émotion ne se réduit pas à un ingrédient qui servirait, stratégiquement, à assaisonner l'information afin de mieux communiquer avec le public; elle est de plus en plus conçue et reconnue comme une composante constitutive du journalisme. Voir par exemple les travaux de Le Cam et Ruellan, 2018; Beckett et Deuze, 2016; Richards et Rees, 2011, Kotisova, 2019.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Adatto, K., 1990, *Sound bite democracy: Network evening news presidential campaigns coverage, 1968 and 1988*, Cambridge, MA: Joan Shorenstein Barone Center on the Press, Politics and Public Policy, John F. Kennedy School of Government, Harvard University. En ligne: https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/r02_adatto.pdf
- Albaek, E., P.M. Christiansen et L. Togeby, 2013, « Experts in the mass media: Researchers as sources in Danish daily newspapers, 1961-2001 », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80: 4, pp. 937-948.
- Beckett, C. et M. Deuze, 2016, « On the role of emotion in the future of journalism », *Social Media + Society*, 2:3, pp. 1-6.
- Bennett, W. L., 1983, *News: The politics of illusion*, New York: Longman.
- Bérard, D., 1996, « Monsieur Communications », *Commerce*, 98 : 6.
- Bucy, E. P., & Grabe, M. E., 2007, « Taking television seriously: A sound and image bite analysis of presidential campaign coverage, 1992-2004 », *Journal of Communication*, 57: 4, pp. 652-675.
- Charaudeau P. 2000, « La pathémisation à la télévision comme stratégie d'authenticité », dans C. Plantin, M. Doury et V. Traverso, (dir.) *Les émotions dans les interactions*, Lyon : Presses Universitaires de Lyon, pp. 125-155.
- Charaudeau P. (dir.), 2009, *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, Paris : L'Harmattan, coll. Sociolinguistique.
- Charron, J., 2002, « Parler de soi en faisant parler les autres. Identité journalistique et discours rapporté », in R. Rieffel et T. Watine (dir.), *Les mutations du journalisme en France et au Québec*, Paris: Éditions Panthéon-Assas, pp. 83-99.
- Charron, J. et J. de Bonville, 1996a, « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition », *Communication*, 17:2, pp. 51-97.
- Charron, J. et J. de Bonville, 1996b, « Journalismes en mutation. Perspectives de recherche et orientations méthodologiques », *Communication*, 17:2, pp. 15-49.
- Charron, J. et J. de Bonville, 2004a, « La notion de paradigme journalistique : aspects théorique et empirique », in Brin, C, J. Charron et J. de Bonville, *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*, Québec : PUL, pp. 33-56.
- Charron, J. et J. de Bonville, 2004b, « Éléments d'un modèle théorique du changement dans le journalisme », in Brin, C, J. Charron et J. de Bonville, *Nature et transformation du journalisme théorie et recherches empiriques*, Québec : PUL, pp. 57-86.
- Charron, J. et J. de Bonville, 2004c, « Typologie historique des pratiques journalistiques », in Brin, C, J. Charron et J. de Bonville, *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empirique*, Québec: PUL, pp. 141-218.
- Charron, J. et J. de Bonville, 2004d, « Le journalisme et le marché : de la concurrence à l'hyperconcurrence », in Brin, C, J. Charron et J. de Bonville, *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*, Québec : PUL, pp. 273-316.
- Charron, J. et J. de Bonville (avec la collaboration de C. Brin et F. Sauvageau), 2005, *De la théorie au terrain: modèle explicatif de l'évolution du journal télévisé au Québec*, Québec: Département d'information et de communication, Université Laval, coll. Études de communication publique, no. 18.
- Charron, J., S. Charlton et P. Marcotte, 2018, « Changements dans la conception de la factualité dans le discours du journal télévisé au Québec, 1961-2010 », *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 16: 2, pp. 107-133.
- Couldry, N. et A. Hepp, 2013, « Conceptualizing mediatisation: Contexts, traditions, arguments », *Communication Theory*, 23: 3, pp. 191-202.
- de Bonville, J. et L. Moreau, 2004, « Journalistes et magistrats. Le concept d'identité discursive appliqué à la couverture de l'actualité judiciaire en 1950 et en 2000 », in Brin, C, J. Charron et J. de Bonville, *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*, Québec : PUL, pp. 317-367.
- Desjardins, Y., 1989, « Derrière la nouvelle image », *Le Trente*, 13, pp. 9-11.
- Esser, F., 2008, « Dimensions of political news cultures: Sound bite and image bite news in France, Germany, Great Britain, and the United States », *The International Journal of Press/Politics*, 13: 4, pp. 401-428.
- Fairclough, N., 2013, *Critical discourse analysis: The critical study of language*, New York: Routledge.
- Farnsworth, S. J., et S. Lichter, 2007, *The nightly news nightmare: television's coverage of U.S. presidential elections, 1988-2004* (2^e ed.), Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2007.
- Featherstone, M., 1991, *Consumer culture and postmodernism*, Londres: Sage Publications.
- Gandy, O.H., 1982, *Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy*. Norwood, NJ: Ablex Publishers.
- Giddens, A., 1991, *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*, Cambridge: Polity Press.
- Hackett, R. A., 1985, « A hierarchy of access: Aspects of source bias in Canadian TV news », *Journalism Quarterly*, 62: 2, pp. 256-277.
- Hall, S., C. Critcher, T. Jefferson, J. Clarke et B. Robert, 1978, *Policing the crisis: Mugging, the state, and law and order*, Londres: Macmillan.
- Hallin, D. C., 1992, « Sound bite news: Television coverage of elections, 1968-1988 », *Journal of Communication*, 42: 2, pp. 5-24.
- Huan, C., 2017, « The strategic ritual of emotionality in Chinese and Australian hard news: a corpus-based

- study », *Critical Discourse Studies*, 14: 5, pp. 461-479.
- Kepplinger, H. M., 2002, « Mediatization of politics: Theory and data », *Journal of Communication*, 52: 4, pp. 972-986.
- Kleemans, M., G. Schaap et L. Hermans, 2015, « Citizen sources in the news: Above and beyond the vox pop? », *Journalism*, 18: 4, pp. 464-481.
- Kositova, J., 2019, « The elephant in the newsroom: Current research on journalism and emotion », *Sociology Compass*, 13: 5, pp. e12677.
- Laurence, G., 1990, « La télévision québécoise au temps de «l'indien» », *Cap-aux-Diamants : la revue d'histoire du Québec*, n° 23, pp. 22-25.
- Laurence, G., 1978, *Histoire des programmes de télévision: essai méthodique appliqué aux cinq premières années de CBFT-Montréal, 1952-1957*, Université Laval, thèse en histoire.
- Le Cam, F. et D. Ruellan, 2017, *Émotions de journalistes. Sel et sens du métier*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication, médias et sociétés.
- Lochard, G., 2002, « Identités sociales, médiatiques et discursives à la télévision : de la mobilité à l'instabilité », in *Questions de communication*, n°2, pp. 145-158.
- Lochead, R. (dir.), 1991, *Beyond the printed word : newsreel and broadcast reporting in Canada = Au-delà de l'écrit : actualités filmées et reportages radio et télé diffusés au Canada*, Kingston, Ont. : Quarry Press.
- Lundby, K. (éd.), 2009, *Mediatization: Concept, changes, consequences*, New York: Peter Lang.
- Padioleau, J-G., 1976, « Système d'interaction et rhétoriques journalistiques », *Sociologie du travail*, 18: 3, pp. 256-282.
- Pantti, M. 2010, « The value of emotion: An examination of television journalists' notions on emotionality », *European Journal of Communication*, 25, pp. 168-181.
- Pantti, M. et K. Husslage, 2009, « Ordinary people and emotional expression in Dutch Public Service News », *Javnost - The Public*, 16:2, pp. 77-94.
- Richards, B. et G. Rees, 2011, « The management of emotion in British journalism », *Media, Culture & Society*, 33: 6, pp. 851-867.
- Rutherford, P., 1990, *When television was young. Prime-time Canada 1952-1967*, Toronto: University of Toronto Press, 1990.
- Schulz, W., 2004, « Reconstructing mediatization as an analytical concept », *European Journal of Communication*, 19: 1, pp. 87-101.
- Stenvall, M., 2014, « Presenting and representing emotions in news agency reports », *Critical Discourse Studies*, 11: 4, pp. 461-481.
- Stromback, J., 2008, « Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics », *The International Journal of Press/Politics*, 13: 3, pp. 228-246.
- Tavernier, A. « Le pouvoir de nommer: Recours à la parole légitime dans trois quotidiens d'information générale ». *Interférences*, Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2005, pp. 17-33.
- Tavernier, A., 2009, « Rhétoriques journalistiques de médiatisation », *Questions de communication*, 16, pp. 71-96.
- Wahl-Jorgensen, K., 2013a, « The strategic ritual of emotionality: A case study of Pulitzer Prize-winning articles », *Journalism*, 14:1, pp. 129-145.
- Wahl-Jorgensen, K., 2013b, « Subjectivity and storytelling in journalism », *Journalism Studies*, 14: 3, pp. 305-320.

La polyphonie du journal télévisé

D'une parole institutionnelle à une parole individuelle

Television news as polyphony

From institutional mouthpiece to personal voice

A polifonia do noticiário da televisão

De uma fala institucional a uma fala individual

Fr. Le journal télévisé (JT) est constitué d'un assemblage de voix : voix du réseau de télévision responsable du JT ; voix du présentateur et des reporters qui se succèdent à l'écran ; voix des protagonistes et des interprètes des événements. Cette polyphonie, élaborée et orchestrée par les artisans du JT, est un révélateur du type de rapport que ceux-ci cherchent à établir avec le monde dont ils sont censés rendre compte et avec le public qu'ils sont censés informer.

Une analyse en diachronie des voix présentes dans les JT diffusés au Québec depuis les années 1960 permet d'observer certains changements significatifs. Le JT montre à l'écran deux catégories de locuteurs : des *journalistes* (présentateurs, reporters, chroniqueurs), qui sont de loin les plus loquaces (80% du temps de parole) et des *acteurs* de l'actualité (protagonistes, témoins et interprètes des événements). Au début de la période, le monde que donne à voir le JT est surtout celui des institutions soumises au principe de *publicité* (les parlements, les assemblées publiques, les tribunaux et les conférences de presse convoquées par les grandes institutions) dans lesquelles domine une parole dite « officielle ». Ces voix institutionnelles ont cédé de plus en plus de place à des locuteurs individuels, en l'occurrence des experts et des « gens ordinaires », qui, en parlant, n'engagent qu'eux-mêmes. Avant 2000, l'actualité que décrit le JT est d'abord et avant tout l'affaire des acteurs politiques et des dirigeants de l'administration publique ; après 2000, l'actualité du JT est surtout l'affaire d'individus qui, pour diverses raisons, sont mis en scène dans le bilan de l'actualité. Cette montée en puissance du discours individuel peut s'expliquer par des *facteurs techniques* (qui ont rendu la chose matériellement faisable), des *facteurs professionnels et organisationnels* (qui ont fait en sorte que la valorisation de la parole individuelle est apparue aux yeux des artisans du JT comme une stratégie avantageuse, commercialement et professionnellement) et des *facteurs socio-culturels* (qui ont rendu cette publicisation de la parole individuelle acceptable, même souhaitable aux yeux des téléspectateurs).

Mots-clés : journaux télévisés, locuteurs, individus ordinaires, experts, institutions.

En. Televised news bulletins are composed of a chorus of voices: the television network responsible for the news broadcast; the news anchor and reporters who follow one after the other on the screen; and the protagonists and interpreters of the events. This polyphony, developed and orchestrated by TV news maestros, exemplifies the type of relationship they seek to establish with the world they are supposed to report on and with the public they are supposed to inform.

A diachronic analysis of televised news broadcasts in Quebec since the 1960s reveals significant change. Two categories of speakers dominate the screen: *journalists* (presenters, reporters, columnists), by far the most prevalent (80% of speaking time), and *news actors* (protagonists, witnesses and event interpreters). At first, news mainly portrayed the world of institutions subject to needs of *publicity* (parliaments, public assemblies, courts and press conferences convened by major institutions), and was dominated by so-called "official" discourse. These once-dominant institutional voices have increasingly given way to individual speakers, in this case experts and "ordinary people," whose discourses only commits the speaker and not the institution. Before 2000, the world described by the news was first and

foremost that of political actors and public administration officials; since 2000, news has become mainly about individuals who are staged, for various reasons, into news programs. The growing importance of individualistic discourse can be explained by *technical factors* (which have made it materially feasible), *professional and organizational factors* (which have convinced TV news producers that individual speech is an advantageous strategy, commercially and professionally) and *socio-cultural factors* (which have made this visibility of individual speech acceptable and even desirable to viewers).

Keywords: Televised news bulletins, speaker, ordinary people, experts, institutions.

Pt. Os boletins de notícias na televisão são compostos por um conjunto de vozes: vozes da rede de televisão responsável pela transmissão de notícias; vozes dos âncoras e repórteres que se sucedem na tela; vozes dos protagonistas e intérpretes dos eventos. Essa polifonia, desenvolvida e orquestrada por artesãos de telejornais, revela o tipo de relacionamento que eles procuram estabelecer com o mundo que presumem reportar e com o público que presumem informar. Uma análise diacrônica das vozes encontradas nas transmissões de notícias televisivas em Quebec desde a década de 1960 mostra algumas mudanças significativas. Duas categorias de interlocutores são ouvidas principalmente: *jornalistas* (apresentadores, repórteres, colunistas), de longe os mais loquazes (80% do tempo de fala), e atores de notícias (protagonistas, testemunhas e intérpretes de eventos). No início do período, o mundo retratado pelas notícias é principalmente o mundo das instituições sujeitas ao princípio da *publicidade* (parlamentos, assembléias públicas, tribunais e conferências de imprensa convocadas pelas principais instituições), nas quais o chamado discurso «oficial» domina. Essas vozes institucionais outrora dominantes deram lugar a interlocutores individuais, neste caso especialistas e «pessoas comuns», cujos discursos apenas se empenham. Antes de 2000, o mundo descrito pelas notícias é da preocupação dos atores políticos e líderes da administração pública; depois de 2000, as notícias são principalmente sobre indivíduos encenados, por várias razões, no programa de notícias. A crescente importância do discurso individualista pode ser explicada por *fatores técnicos* (que o tornaram materialmente viável), *fatores profissionais e organizacionais* (que fizeram o aprimoramento do discurso individual parecer aos telespectadores uma estratégia vantajosa, comercial e profissionalmente) e *fatores socioculturais* (que tornaram essa visibilidade do discurso individual aceitável e até desejável para os telespectadores).

Palavras-chave : boletins de notícias na televisão, falante, indivíduos comuns, especialistas, instituições.