

Canada

TERRA TAILLEUR, LISA TAYLOR ET MEGAN KREMPA

TRADUCTION: CAMILLE PELLETIER, ASSISTÉE PAR DEEPL.COM (VERSION GRATUITE)

RESPONSABLE DU VOLET FRANCOPHONE : COLETTE BRIN

INTRODUCTION

Le Canada est une démocratie stable qui se compare avantageusement à la plupart des pays en matière de libertés civiles et de droits politiques. Le pays a une longue tradition de journalisme indépendant, dominé par quelques grands groupes médiatiques. Le secteur des médias d'information au Canada est en déclin depuis maintenant deux décennies ; pendant cette période, des centaines de salles de rédaction ont fermé leurs portes. Le gouvernement fédéral a renforcé son soutien à l'information locale en lançant en 2019 l'Initiative pour le journalisme local et le Crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique canadienne.

Au cours de la période de collecte des données (2022-2024), il y a eu des licenciements supplémentaires chez Bell Media, propriétaire de CTV News, et à CBC/Radio-Canada. Metroland Media Group et Métro Média ont licencié environ 68 journalistes, alors que Québecor, un géant des médias sur le marché francophone, a réduit d'un tiers ses effectifs au sein du Groupe TVA.

En 2023, la Loi sur les nouvelles en ligne est entrée en vigueur, obligeant deux grandes entreprises technologiques, Google et Meta, à rémunérer les organisations de presse canadiennes pour le partage de leur contenu. Cela a incité Meta à bannir les liens vers les contenus journalistiques de ses plateformes Facebook et Instagram pour les personnes l'utilisant au Canada, ce qui a eu un impact négatif sur les entreprises de presse. Meta a également mis fin à son contrat avec la Presse canadienne qui finançait l'embauche d'environ 30 journalistes en début de carrière. Google a depuis obtenu une exemption à la loi en échange d'une contribution de 100 millions de dollars canadiens par an pendant cinq ans pour des médias d'information canadiens.

PROFILS DES JOURNALISTES

L'échantillon compte 49,1 % de femmes et 49,1 % d'hommes; 1,9 % des personnes répondantes ont indiqué ne correspondre à aucune de ces deux catégories. En moyenne, les personnes répondantes étaient âgées de 41,8 ans (médiane = 40 ; écart-type = 12,7). Elles affichent un profil assez fortement scolarisé : 57,0 % d'entre elles déclarent être titulaires d'un baccalauréat ou d'un diplôme équivalent, 33,2 % d'une maîtrise ou d'un diplôme équivalent et 2,4 % d'un doctorat. En outre, 83,9 % ont suivi une formation professionnelle en journalisme. Cette formation a été acquise pour une large part dans une université ou un collège (85,2 %) et dans le cadre d'un stage ou d'un apprentissage en journalisme (75,4 %).

LES JOURNALISTES DANS LA SALLE DE RÉDACTION

Les personnes répondantes étaient pour la plupart employées permanentes travaillant à temps plein dans des médias traditionnels. Elles étaient également expérimentées, avec une moyenne de 17,2 ans dans le journalisme (médiane = 15 ; écart-type = 12,0).

Plus précisément, 78,7 % d'entre elles occupaient un poste permanent à temps plein; 9,5 % se sont déclarées indépendantes ou travailleuses autonomes; 7,6 % sous contrat à temps plein et 1,9 % à temps partiel. En outre, 2,4 % ont indiqué qu'elles n'appartenaient à aucune de ces catégories.

Elles travaillaient en moyenne 43,3 heures par semaine (médiane = 40, écart-type = 8,2 pour les employées à temps plein). De plus, 79,0 % tiraient l'intégralité de leurs revenus professionnels du journalisme, tandis que 21,0 % percevaient des revenus supplémentaires provenant d'autres sources.

Le plus grand nombre de personnes répondantes, soit 39,4 %, travaillaient principalement pour des journaux, suivis par la télévision (21,0 %), les agences de presse (14,6 %), les médias nationaux entièrement numériques (10,2 %), la radio (8,6 %) et les magazines (3,0 %). Enfin, 3,2 % des journalistes ont déclaré ne pas avoir d'employeur principal.

Seuls 39,1 % des journalistes avaient un domaine de spécialité (*beat*), contre 60,9 % qui se considéraient comme généralistes.

Parmi les personnes interrogées dont le rang éditorial était connu, 70,7 % n'avaient aucun rôle de direction, 22,0 % occupaient des postes de cadres intermédiaires et 7,3 % occupaient des postes de cadres supérieurs. Il est à noter que plus d'un quart de l'échantillon (28,7 %) ne pouvait être classé dans les hiérarchies éditoriales traditionnelles, ce qui reflète en partie la nature changeante des descriptions de poste et des responsabilités.

SÉCURITÉ ET PRÉOCCUPATIONS LIÉES AU TRAVAIL

Les données suggèrent que la plupart des journalistes au Canada se considèrent relativement en sécurité. Les expériences négatives les plus fréquemment citées sont les propos dégradants ou haineux. Près de 40 % des journalistes ont déclaré être victimes de tels commentaires « parfois », tandis qu'une minorité y était exposée « souvent » ou « très souvent » (voir tableau 1). Et, alors qu'un peu plus d'un tiers des personnes interrogées affirment craindre la perte de leur emploi au cours de l'année à venir, le résultat le plus notable est peut-être que la majorité se disent d'accord ou tout à fait d'accord avec l'idée qu'elles sont très préoccupées par leur santé mentale ; elles se disent également tout à fait d'accord avec l'affirmation « Je crains que ceux qui s'en prennent aux journalistes au Canada restent impunis » (voir tableau 2).

TABLEAU 1. MENACES SUBIES

	N	Très souvent	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Discours dégradant ou haineux à votre égard	383	6.8%	10.7%	39.2%	30.8%	12.5%
Discrédit public de votre travail	378	7.1%	9.8%	29.6%	32.0%	21.4%
Surveillance	364	1.4%	0.8%	7.7%	22.0%	68.1%
Piratage ou blocage de comptes de médias sociaux ou de sites web	377	1.6%	2.4%	9.8%	16.2%	70.0%
Arrestations, détentions ou emprisonnements	383	0.3%	0.3%	1.0%	2.1%	96.3%
Actions en justice contre vous en raison de votre travail	382	0.3%	1.8%	7.3%	21.2%	69.4%
Traque	380	0.3%	0.3%	4.5%	8.4%	86.6%
Autres menaces ou intimidations à votre encontre	380	2.4%	3.4%	21.1%	35.5%	37.6%
Agression sexuelle ou harcèlement sexuel	383	0.0%	0.8%	5.2%	11.2%	82.8%
Autres agressions physiques	382	0.3%	0.3%	1.6%	10.2%	87.7%
Intimidation au travail	329	0.9%	3.6%	10.6%	18.5%	66.3%

Question : « Au cours des cinq dernières années, à quelle fréquence avez-vous été confronté ou confrontée à l'une des actions suivantes liées à votre travail de journaliste ? »

TABLEAU 2. PRÉOCCUPATIONS LIÉES AU TRAVAIL

	N	D'accord/ Tout à fait d'accord	Moyenne	Écart-type
Préoccupé(e) à l'idée de perdre son emploi dans le journalisme au cours des 12 prochains mois	379	36.9%	2.81	1.34
Préoccupé(e) pour son bien-être physique	382	27.5%	2.55	1.26
Préoccupé(e) pour son bien-être émotionnel et mental	381	60.9%	3.47	1.23
Préoccupé(e) par l'impunité des personnes qui s'en prennent aux journalistes au Canada	379	69.7%	3.88	0.96

Question : « En pensant à votre travail, veuillez me dire dans quelle mesure vous êtes d'accord ou non avec les affirmations suivantes. » (Échelle : 5 = Tout à fait d'accord ; 4 = D'accord ; 3 = Ni d'accord ni en désaccord ; 2 = Pas d'accord ; 1 = Pas du tout d'accord.)

RÔLES JOURNALISTIQUES

Les journalistes au Canada déclarent que les aspects les plus importants de leur travail consistent à éduquer le public et à mettre en lumière les problèmes de la société (voir tableau 3). Les personnes répondantes considèrent également que la lutte contre la désinformation et la surveillance et le contrôle des personnes au pouvoir sont des rôles importants du journalisme. À l'inverse, elles accordent peu d'importance à des rôles tels que la diffusion d'une image positive des dirigeants politiques ou le soutien à la politique gouvernementale.

TABLEAU 3. RÔLES JOURNALISTIQUES

	N	Très/extrêmement important	Moyenne	Écart-type
Être un observateur détaché	378	65.6%	3.84	0.99
Surveiller et examiner minutieusement les personnes au pouvoir	380	85.5%	4.37	0.88
Mettre en lumière les problèmes de la société	380	91.1%	4.53	0.77
Motiver les gens à participer à la politique	376	23.4%	2.68	1.18
Analyser l'actualité	380	76.3%	4.05	1.06
Laisser les gens exprimer leur point de vue	378	67.2%	3.81	1.03
Fournir les informations dont les gens ont besoin pour se forger une opinion politique	379	75.7%	4.08	1.07
Plaider en faveur d'un changement social	372	33.6%	2.92	1.30
Influencer l'opinion publique	374	19.8%	2.44	1.22
Définir l'agenda politique	370	11.1%	2.01	1.13
Promouvoir la paix et la tolérance	373	37.3%	3.04	1.29
Éduquer le public	381	93.7%	4.59	0.70
Proposer des solutions possibles aux problèmes de la société	377	63.4%	3.72	1.07
Parler au nom des personnes marginalisées	372	60.8%	3.65	1.22
Soutenir le développement national	361	12.5%	2.16	1.08
Soutenir la politique du gouvernement	373	1.6%	1.29	0.66
Donner une image positive des dirigeants politiques	375	0.8%	1.10	0.44
Divertissement et détente	377	15.6%	2.24	1.15
Fournir le type d'informations qui attire le plus grand nombre de téléspectateurs	380	22.4%	2.67	1.15
Fournir des conseils, une orientation et une direction pour la vie quotidienne	376	14.6%	2.31	1.11
Raconter des histoires qui émeuvent le public	382	46.1%	3.41	0.99
Soutenir les efforts de protection de la santé publique	376	43.4%	3.22	1.22
Contre la désinformation	377	88.6%	4.53	0.82
Discuter des implications futures des événements actuels	378	77.8%	4.05	0.70

Question : « Dans quelle mesure est-il important de faire chacune des choses suivantes dans votre travail au quotidien? » (Échelle : 5 = Extrêmement important ; 4 = Très important ; 3 = Moyennement important ; 2 = Légèrement important ; 1 = Pas du tout important.)

ÉPISTÉMOLOGIES JOURNALISTIQUES

Il n'y a pas de consensus fort dans les réponses aux questions épistémologiques chez les journalistes au pays. Une exception notable est la conviction qu'il est nécessaire d'alerter le public lorsqu'une affirmation est fausse, à laquelle une proportion importante a répondu « d'accord » ou « tout à fait d'accord » (voir tableau 4). Si les résultats montrent un soutien massif à la proposition selon laquelle « les faits doivent parler d'eux-mêmes », on constate également une forte adhésion à l'idée que « l'interprétation est nécessaire pour donner un sens aux faits ».

TABLEAU 4. ÉPISTÉMOLOGIES JOURNALISTIQUES

	N	D'accord/ Tout à fait d'accord	Moyenne	Écart-type
L'interprétation est nécessaire pour donner un sens aux faits	379	34.2%	2.83	1.16
La vérité est inévitablement façonnée par ceux qui détiennent le pouvoir	380	26.8%	2.67	1.15
Il est impossible pour les journalistes de ne pas tenir compte de leurs convictions personnelles dans leurs reportages	380	34.2%	2.83	1.16
Les choses sont soit vraies, soit fausses, il n'y a pas d'entre-deux	381	12.9%	1.17	1.09
Il est possible de représenter la réalité objective dans les reportages.	379	61.2%	3.51	1.10
Les journalistes doivent se fier à leur instinct pour décider ce qui est vrai et ce qui ne l'est pas	381	19.4%	2.44	1.06
Les journalistes doivent savoir intuitivement quel sera le sujet final	380	8.2%	2.01	0.92
Les journalistes doivent laisser les faits parler d'eux-mêmes	382	74.3%	3.88	0.87
Les journalistes doivent faire partie d'une communauté afin de la représenter fidèlement.	378	25.4%	2.77	1.11
Les journalistes doivent rendre leur point de vue transparent dans leur travail.	372	26.9%	2.73	1.20
Les journalistes doivent alerter le public lorsque les affirmations d'une source sont fausses	379	93.1%	4.53	0.70

Questions : « Les affirmations suivantes traitent des croyances relatives à la manière dont les journalistes savent ce qu'ils savent. Pour chacune d'entre elles, veuillez me dire dans quelle mesure vous êtes d'accord ou pas d'accord. » / « En utilisant la même échelle, veuillez me dire dans quelle mesure vous êtes d'accord ou non avec les croyances suivantes. » (Échelle : 5 = Tout à fait d'accord ; 4 = D'accord ; 3 = Ni d'accord ni en désaccord ; 2 = Pas d'accord ; 1 = Pas du tout d'accord.)

ÉTHIQUE JOURNALISTIQUE

Les journalistes au Canada rejettent largement l'idée selon laquelle l'éthique relève du jugement personnel, la majorité des personnes répondantes étant d'accord avec l'affirmation selon laquelle « ce qui est éthique pour les journalistes devrait être déterminé par des normes professionnelles, à moins que des circonstances exceptionnelles ne nécessitent de les ignorer » (voir tableau 5). Interrogées sur les techniques potentiellement controversées souvent utilisées par les journalistes d'investigation, une majorité a indiqué que des approches telles que l'utilisation d'appareils d'enregistrement cachés et l'accès à des documents gouvernementaux confidentiels et aux informations personnelles de personnes puissantes sans leur autorisation sont parfois justifiées (voir tableau 6).

TABLEAU 5. ORIENTATIONS ÉTHIQUES

	N	D'accord/ Tout à fait d'accord	Moyenne	Écart-type
La déontologie des journalistes doit toujours être déterminée par les normes professionnelles, indépendamment de la situation et du jugement personnel	380	52.4%	3.36	1.24
La déontologie des journalistes doit être déterminée par les normes professionnelles à moins que des circonstances extraordinaires n'exigent de ne pas en tenir compte	377	62.9%	3.53	1.12
La déontologie des journalistes doit dépendre de chaque situation spécifique	381	34.9%	2.82	1.22
La déontologie des journalistes doit être une question de jugement personnel	382	9.4%	1.96	0.98

Question : « Les affirmations suivantes décrivent différentes réactions que les journalistes peuvent avoir face à des problèmes éthiques. Pour chacune d'entre elles, veuillez me dire dans quelle mesure vous êtes d'accord ou non » (Échelle : 5 = Tout à fait d'accord ; 4 = D'accord ; 3 = Ni d'accord ni en désaccord ; 2 = Pas d'accord ; 1 = Pas du tout d'accord.)

TABLEAU 6. JUSTIFICATION DES MÉTHODES DE REPORTAGE CONTROVERSÉES

	N	Toujours justifié	Justifié à l'occasion
Prétendre être quelqu'un d'autre	378	0.0%	49.7%
Utilisation de dispositifs d'enregistrement cachés	381	3.7%	83.2%
Utilisation sans autorisation de documents commerciaux ou gouvernementaux confidentiels	376	21.8%	68.1%
Utilisation de documents personnels de personnes influentes, tels que des documents et des photos, sans leur autorisation	379	10.0%	76.8%
Utilisation de documents personnels de personnes ordinaires, tels que des documents et des photos, sans leur autorisation	380	2.1%	59.7%
Payer des personnes pour obtenir des informations confidentielles	380	0.0%	18.2%
Accepter de l'argent de sources	383	0.3%	0.5%
Accepter un produit ou un service gratuit de la part de sources	381	0.5%	26.3%
Produire un contenu qui imite les articles d'actualité, mais qui en cache la nature promotionnelle	383	0.3%	3.9%
Publier ou diffuser des articles contenant des informations qui n'ont pas encore été vérifiées	381	0.00%	26.0%

Question : « Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui, selon vous, peuvent être toujours justifiés, ou justifiés à l'occasion, et quels sont ceux qui, selon vous, sont justifiés en toutes circonstances ? »

AUTONOMIE ÉDITORIALE ET LIBERTÉ DES MÉDIAS

Les journalistes semblent jouir d'une grande liberté éditoriale au Canada : plus des trois quarts des répondants indiquant qu'ils ont une « grande » ou une « totale » liberté éditoriale pour choisir les sujets à traiter et les aspects d'une histoire à mettre en valeur (voir tableau 7). Une proportion similaire a également indiqué que les médias d'information au Canada jouissent d'une « grande » ou d'une « totale » liberté.

TABLEAU 7. PERCEPTIONS DE L'AUTONOMIE ÉDITORIALE ET DE LA LIBERTÉ DES MÉDIAS

	N	Grande liberté/liberté totale	Moyenne	Écart-type
Liberté dans le choix des sujets d'actualité	380	76.3%	3.89	0.75
Liberté dans le choix des aspects d'une histoire à mettre en valeur	379	81.3%	3.98	0.67
Liberté des médias au Canada	374	77.0%	3.83	0.60

(Échelle : 5 = Liberté totale ; 4 = Grande liberté ; 3 = Certaine liberté ; 2 = Peu de liberté ; 1 = Aucune liberté.)

INFLUENCES ÉDITORIALES

Les données suggèrent que l'éthique journalistique est la forme d'influence éditoriale la plus importante sur les journalistes au Canada. Les autres influences citées par une majorité d'entre eux sont presque toutes internes, telles que les délais et l'accès aux ressources de collecte d'informations (voir tableau 8). En revanche, très peu de personnes répondantes déclarent être influencées par des sources externes telles que des représentants du gouvernement, des groupes de défense ou leurs proches.

TABLEAU 8. INFLUENCES ÉDITORIALES

	N	Très/extrêmement influent	Moyenne	Écart-type
Collègues de l'équipe de rédaction où vous travaillez	362	45.9%	3.29	1.00
Responsables éditoriaux et rédacteurs en chef	369	60.4%	3.69	0.91
Directeurs commerciaux de votre entreprise de presse	343	8.7%	1.72	1.04
Propriétaires de votre entreprise de presse	335	10.1%	1.79	1.10
Politique éditoriale	357	47.3%	3.29	1.26
Considérations publicitaires	337	3.0%	1.39	0.80
Attentes en matière de bénéfices	341	8.5%	1.72	1.06
Recherche et données sur l'audience	364	28.0%	2.87	1.16
Disponibilité des ressources de collecte d'informations	362	61.6%	3.67	1.01
Délais	378	60.8%	3.71	0.97
Éthique journalistique	375	82.9%	4.22	0.97
Autocensure	339	12.4%	2.21	1.04
Valeurs et croyances personnelles	368	29.1%	2.79	1.20
Collègues dans d'autres médias	377	10.3%	2.38	0.94
Amis, connaissances et famille	378	4.8%	2.01	0.87
Réactions du public	379	14.5%	2.56	0.91
Organismes de presse concurrents	381	15.5%	2.62	0.92
Législation et réglementation des médias	356	41.6%	3.06	1.31
Accès à l'information	369	60.3%	3.70	1.05
Censure gouvernementale	343	15.2%	1.98	1.21
Fonctionnaires	356	8.7%	1.94	1.07
Hommes politiques	358	10.9%	1.92	1.08
Hommes et femmes d'affaires	364	6.6%	1.74	0.94
Relations publiques	368	10.6%	2.09	1.04
Relations avec les sources d'information	375	40.5%	3.18	1.08
Police	351	11.1%	1.92	1.09
Groupes de défense d'intérêts	367	9.3%	2.29	0.99
Scientifiques ou experts en santé	359	33.1%	2.94	1.15

Question : « Voici une liste de sources d'influence potentielles. Veuillez me dire quelle est l'influence de chacune d'elles sur votre travail de journaliste. » (Échelle : 5 = Extrêmement influent ; 4 = Très influent ; 3 = Moyennement influent ; 2 = Légèrement influent ; 1 = Pas d'influence.)