

Manuel de codage

Table des matières

1. PRÉSENTATION DU PROJET DE RECHERCHE (OBJECTIFS GÉNÉRAUX, HYPOTHÈSES, ETC.) : COLETTE.....	3
1.1. CONSTITUTION DU CORPUS.....	4
1.2. LES ARTICLES MULTIPLES :.....	5
2. LES INSTRUMENTS DE CODAGE : FILEMAKER PRO.....	8
2.1 FILEMAKER PRO	8
2.2 TRAVAILLER SUR UN FICHIER FILEMAKER À PARTIR DU SERVEUR VIDÉO DU LOCAL 4414	12
2.2.1 Le serveur : l'ordre des dossiers.....	13
3. LA FICHE FILEMAKER (OU BORDEREAU DE CODAGE).....	14
3.1 NUMÉROTATION DES FICHES :	14
3.2 IDENTIFICATION DU SEGMENT TÉLÉVISUEL	15
3.2.1 Date de diffusion :	15
3.2.2 Semaine de codage:.....	15
3.2.3 Réseau :	15
3.2.4 Zone géographique :	15
3.2.5 Thématique :	17
3.2.6 Rang dans le bulletin :	19
3.2.7 Durée du reportage :	19
3.2.8 Auteur/Origine :	19
3.2.9 Genre :	19
3.2.10 Sujet :	20
3.3 IDENTIFICATION DE L'ARTICLE DU QUOTIDIEN	20
3.3.1 Date de publication :	21
3.3.2 Semaine de codage :	21
3.3.3 Journaliste/origine	21
3.3.4 Nombres de paragraphes	21
3.3.5 Nombre de mots.....	21

3.3.6	<i>Page</i>	22
3.3.7	<i>Journal</i>	22
3.3.8	<i>Zone géographique</i>	22
3.3.9	<i>Thématique</i>	22
3.3.10	<i>Genre</i>	23
3.3.11	<i>Sujet</i>	23
3.4	ÉVALUATION/POINTAGE DE LA PAIRE	23
3.4.1	<i>Échelle de 1 à 3 – 9;</i>	23
3.4.2	<i>Le lead.</i>	24
3.4.3	<i>Les éléments d'information (6 Ws)</i>	28
3.4.4	<i>Sources</i>	31
3.4.5	<i>La forme textuelle</i>	33
3.4.6	<i>L'orientation</i>	33
3.4.7	<i>Les commentaires et observations</i>	36
4.	TRUCS ET ASTUCES :	37
4.1	LORS DE L'ÉCOUTE DU SEGMENT TÉLÉVISUEL :	37
4.2	LORS DE LA LECTURE D'UN ARTICLE :	37
5.	ANNEXE A : MODÈLE GÉNÉRAL D'UNE FICHE FILEMAKER	39
6.	ANNEXE B: ÉLÉMENTS DE CODAGE PROVENANT DE L'ÉQUIPE DE WINDSOR.	40
7.	ANNEXE C : RÉCITS DE NOUVELLES AYANT SERVI AUX ILLUSTRATIONS.	41
	<i>Gros coup de pouce de Harper</i>	41
	<i>Quebecor met 109 M\$ sur la table</i>	42
	<i>Une clause extraordinaire invoquée Vincent Lacroix veut l'aide de l'État</i>	44
	<i>SRC Télévision - Le Téléjournal / Le Point; Vincent Lacroix</i>	46

1. Présentation du projet de recherche :

La concentration de la propriété des médias soulève des inquiétudes, notamment quant à la diversité de l'information, qu'on peut considérer comme un élément fondamental au fonctionnement d'une démocratie saine. L'état de la recherche ne permet cependant pas d'établir de lien clair entre la structure du marché des médias et la diversité des informations présentées. La présente étude vise à combler cette lacune, particulièrement en ce qui concerne la propriété croisée, c'est-à-dire les entreprises possédant des chaînes de télévision et des quotidiens. Malgré la prolifération de nouvelles sources d'information, notamment sur Internet et à la télévision, les médias généralistes conventionnels demeurent les premières sources d'information d'actualité pour la majorité des citoyens, notamment quant aux questions touchant la politique et les affaires publiques.

Les principales entreprises canadiennes de propriété croisée, Bell Globemedia, Quebecor et CanWest, présentent à la fois des similitudes et des différences quant à leur mode de production de l'information. Il est donc pertinent d'examiner chacun de ces cas, de même que des médias sans lien de propriété, y compris le radiodiffuseur public national et des quotidiens indépendants, pour comparer le contenu des bulletins de nouvelles et des journaux sur une même période, afin d'établir le degré relatif de similitude de l'information selon la structure de propriété.

Les nouvelles politiques du Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, énoncées à la suite de l'audience publique sur la diversité des voix, témoignent des préoccupations persistantes quant aux impératifs commerciaux de l'industrie médiatique et la nécessaire pluralité de l'information dans une société démocratique. Les travaux antérieurs n'ont pas permis d'établir un consensus quant au lien entre la structure du marché des médias et la diversité de l'information, notamment en raison de la complexité des processus de production des médias. La présente étude vise à combler cette lacune, particulièrement en ce qui concerne les entreprises possédant des chaînes de télévision et des quotidiens.

1.1. Constitution du corpus

Le corpus est constitué à partir des bulletins de nouvelles télévisés, du lundi au vendredi, pour les semaines du 12-16 février, 21-25 mai, 10-14 septembre et 3-7 décembre 2007. La façon de procéder utilisée pour la semaine du 12 février a été de d'abord visionner le bulletin de nouvelles et de faire une liste des éléments diffusés, ainsi que leur ordre d'apparition dans le bulletin. Par la suite, nous avons fait un découpage par segments, chaque segment correspondant à un élément distinct (item) de la « feuille de route » ou « conducteur » du bulletin de nouvelles.

Nous recommandons d'insérer les vidéos dans la fiche *FileMaker* (voir point 3) et de remplir la colonne de gauche sur les informations relatives à l'extrait vidéo au fur et à mesure. Un extrait vidéo peut être utilisé pour plus d'une paire, mais en insérant ainsi un premier vidéo dans une fiche *FileMaker* au fur et à mesure, les données sont déjà entrées et il est plus facile de recopier et d'insérer une fiche directement. De plus, on s'assure ainsi de ne pas laisser une nouvelle de côté.

Une fois la liste de sujets des trois bulletins complétée, il faut repérer les articles correspondants pour chaque segment, publiés du lundi au samedi dans les quotidiens *Le Devoir*, *La Presse* et le *Journal de Montréal* selon le pairage intermédia susmentionné (TVA-JDM, SRC-LD, SRC-LP)¹. Les articles de *La Presse* et du *Devoir* sont accessibles en format numérique dans la base de données *Eureka*². Pour le *Journal de Montréal*, nous avons transcrit manuellement tous les articles en lien avec les sujets des reportages télévisés de la semaine du 12 février, à l'exception des articles du 16 février. Comme l'opération demande beaucoup de temps, il a été décidé que pour le reste du corpus, les articles du *Journal de Montréal* seront consultés directement sur la copie papier³.

¹ Par la suite, si le temps le permet, on codera également des paires pour TVA-LP et TQS-JDM.

² À partir du site web de la Bibliothèque de l'Université Laval : <http://www.bibl.ulaval/mieux/chercher/bd> Tout problème avec l'utilisation de cette base de données devrait être signalée à la chercheuse responsable du projet (colette.brin@com.ulaval.ca). À noter que la recherche par date s'avère plus fiable que la recherche par mot-clé, et que la consultation des copies papier est recommandée pour s'assurer de ne pas omettre des textes pertinents.

³ Dans l'éventualité d'une copie manquante, on peut consulter le *Journal de Montréal* (et faire photocopier les articles pertinents) à la Bibliothèque de l'Assemblée nationale.

Pour la semaine du 12 février, nous avons constitué un corpus sous format Word de tous les articles trouvés dans les quotidiens correspondant aux sujets des segments télévisés, pour ensuite les copier-coller dans la fiche *FileMaker*. Nous avons débuté la même opération pour la semaine de mai, mais n'avons pas pu compléter dans le cadre de notre contrat, faute de temps. L'avantage de cette opération était de survoler au sens large tous les articles correspondant aux sujets télévisés, pour ensuite filtrer ces articles et conserver ceux qui demeuraient pertinents aux fins de la recherche (voir caractéristiques de sélection des articles et des paires en section 1.2). À ce moment du projet, certains détails étaient encore à l'état de discussions et la fiche *FileMaker* n'était pas tout à fait finalisée, ce qui explique pourquoi nous n'avons pas copié les articles dans *FileMaker* directement.

À la lumière de cette expérience, dans le cas des articles de *La Presse* et du *Devoir*, nous recommandons donc de copier-coller les textes des articles de journaux dans la fiche *FileMaker* à l'endroit prévu à cette fin, à côté de l'espace réservé à l'extrait vidéo, au fur et à mesure, et de remplir les cases sur les informations relatives à l'article. De cette façon, vous vous éviterez une étape de copier-coller non-essentielle, soit celle de la constitution d'un corpus en format Word, pour ne constituer qu'un seul corpus en format *FileMaker*. De plus, si plus tard vous jugez certains articles non nécessaires aux fins de l'étude, rien ne vous empêchera de détruire la fiche sur laquelle ils se trouvent.

1.2. Les articles multiples :

Comme la presse écrite dispose d'un espace rédactionnel beaucoup plus important que la télévision, on s'attendra à trouver un traitement plus important et plus diversifié des mêmes événements. Ainsi, pour un seul segment télévisuel, il arrive régulièrement de lire un article qui résume l'événement, un autre qui présente les commentaires des personnes impliquées, un autre plus analytique ou une chronologie des événements relatifs au même sujet, une chronique, etc.

Aux fins de la présente étude, on ne sélectionnera que les articles des genres suivants : nouvelles et brèves, reportages (« feature »), éditoriaux⁴ et chroniques d'opinion. Les articles retenus

⁴ Voir les explications de Line Ross (*L'écriture de presse*, 2005) et Pierre Sormany (*Le métier de journaliste*, 2000) pour les genres journalistiques. Il est important de distinguer l'éditorial, qui constitue la position officielle du journal

devront être issus du premier cahier du journal et de la section « affaires ». Dans le cas d'un format tabloïd, tel le *Journal de Montréal*, on tiendra compte de toute la section « Nouvelles » qui compte habituellement une trentaine de pages et de la section « Affaires » ou, dans ce cas-ci, « Votre argent ». En ce qui concerne les sections « Monde » ou les nouvelles d'ordre international, il faut s'en tenir au cahier principal. Si la nouvelle se trouve dans un cahier spécial « Monde » ou « International », l'indiquer dans la fiche de recension et ne pas la coder pour l'instant. En ce qui concerne le JdM, la nouvelle devra être contenue dans la section « Nouvelles », sinon elle ne sera pas retenue.

Ainsi donc, on ne tiendra pas compte du courrier du lecteur, des textes d'opinion soumis sur une base ponctuelle par des commentateurs externes (p.ex. page « Idées »)⁵, des nouvelles sportives, des arts et spectacles, de la météo, etc.⁶ Ceci est particulièrement vrai, même si la nouvelle a obtenu une couverture d'importance lors du bulletin de nouvelles télévisé. La même règle que pour les nouvelles d'ordre international s'applique donc. Le cas contraire est aussi vrai : si une nouvelle des catégories mentionnées plus tôt fait la une ou se trouve dans le cahier principal, elle doit être traitée.

Ex : une tornade a sévi au États-Unis et les changements météorologiques ont pour conséquences la prévision d'importantes chutes de neige dans les états du Nord et au Sud du Québec. Cette nouvelle est d'ordre de la météo, mais comme elle se trouvait en page 3 du JdM, elle doit être jumelée à la nouvelle télévisuelle et codée.

On ne codera normalement qu'une seule paire par segment télévisuel. C'est pourquoi on doit choisir l'article qui lui ressemble le plus et ainsi avoir les paires les plus pertinentes possibles. Dans un cas où le segment télévisuel semble être l'objet de deux articles d'un même quotidien de

(de l'éditeur), de la chronique d'opinion qui n'engage que son auteur. On peut aisément les distinguer par le rubriquage visuel (page éditoriale, en-tête ou mention « Éditorial » sur Eureka). À noter que le *Journal de Montréal* ne publie pas d'éditorial.

⁵ Les chroniqueurs « vedettes » du *Journal de Montréal* (Martineau, Facal, Elgrably, Payette, etc.) n'appartiennent pas à cette catégorie; c'est-à-dire que leurs textes sont considérés comme des chroniques d'opinion.

⁶ Cela vaut également pour la télévision. En ce qui concerne la chronique, à vérifier.

façon à ce que chacun des articles traite d'une partie des éléments du reportage, il sera accepté de faire l'analyse de deux paires. Dans les cas où plusieurs segments télévisuels et plusieurs articles traitent du même sujet (p.ex. conférence de presse à Québec, réactions à Ottawa), on s'efforcera aussi de jumeler les éléments les plus semblables. Il faut éviter de multiplier inutilement les combinaisons (p.ex. 3 segments TV x 3 articles de journaux pour chaque segment = 9 paires).

Lorsqu'une partie de l'article est présente dans le premier cahier du journal, mais que sa deuxième partie se trouve dans un cahier différent, il faut noter la page de la première partie et indiquer la page de la suite de l'article. Cette situation est tout de même considérée comme un seul et même article.

Lorsqu'un éditorial ou une chronique d'opinion traite d'un sujet traité à la télévision, on fera une paire avec le segment télévisuel qui lui ressemble le plus, que ce segment soit un segment d'opinion ou non.

En résumé, si vous avez un éditorial ou une chronique ayant le même sujet qu'un segment télévisé, et que ce sujet soit également l'objet d'un article de nouvelles, il y aura donc deux paires pour ce même segment. Si le sujet d'un segment télévisé est le sujet de plusieurs articles de nouvelles, il ne faut choisir que celui ou ceux qui lui ressemble le plus. – ***Paires éditoriales et chroniques : À mettre sur la glace jusqu'à confirmation de la part de Colette. Ces paires pourront éventuellement servir à une analyse qualitative.***

Autre situation peu commune : un segment télévisuel traite d'un sujet X le mardi et le quotidien qui lui est jumelé ne traite pas de ce sujet le mercredi. Le sujet n'apparaît dans le quotidien que le jeudi ou le vendredi suivant. Cette paire doit être codée dans la mesure où il s'agit de traitements semblables du même sujet. Cependant, si le journal poursuit sa couverture sur plusieurs jours d'un sujet qui n'a été traité qu'une seule fois à la télévision, on jumellera seulement le premier article (ou le premier jour de couverture). Pour de telles situations particulières, ne pas hésiter à inclure des commentaires dans la zone prévue à cette fin. ATTENTION : on ne jumellera un article et un segment télévisuel d'une paire non standard dans le seul et unique cas où il n'existe aucun autre article traitant de ce sujet lors de la journée correspondant à la paire standard.

2. Les instruments de codage : *FileMaker Pro*

2.1 *FileMaker Pro pour les nuls !*

L'utilisation du logiciel *FileMaker Pro Advanced* nous facilite grandement la tâche. Ce logiciel permet en effet de travailler directement sur le bordereau de codage, en ayant devant les yeux l'extrait vidéo et le texte de l'article⁷, sans pour autant avoir à posséder le logiciel *FileMaker Pro*.

La grande force de *FileMaker Pro* est de donner la possibilité de chercher puis de regrouper des fiches selon n'importe laquelle des catégories construites. Des catégories peuvent même être combinées. Ainsi, il peut être plus facile de synthétiser les résultats ou de rechercher des corrélations entre certains éléments précis de l'analyse.

Ouverture d'un fichier *FileMaker Pro*

L'utilisation de *FileMaker Pro* ne saurait être plus simple. D'abord, il faut ouvrir le programme et choisir le fichier sur lequel on désire travailler. Au moment de l'ouverture du fichier, prenez garde de bien lire le nom du fichier qui s'est ouvert (voir en haut de la fenêtre du document, au centre). En effet, *FileMaker* ouvre habituellement d'abord le fichier maître, puis les fichiers subséquents qui ont été créés à partir de ce fichier. Pour travailler sur les fichiers subséquents, il faut réduire le fichier maître : les fichiers subséquents devraient normalement apparaître instantanément. Vous pouvez toujours utiliser la fonction « Aide » si vous rencontrez des obstacles ou encore contacter Olivier Bouchard, le maître d'œuvre de la fiche, en informant Colette de votre situation.

Encadré 1

Note importante : *FileMaker Pro* enregistre automatiquement toute nouvelle modification apportée sur chaque fiche. Il n'est donc pas nécessaire de faire soi-même l'enregistrement (comme p.ex. pour un document Word ou Excel). Il faut également être prudent avec les modifications que l'on apporte au fichier : il est souvent impossible de revenir en arrière.

⁷ À l'exception du Journal de Montréal.

Création d'une nouvelle fiche sur FileMaker Pro : les modes de visualisation

Il importe de savoir que quatre modes de visualisation des fiches sont habituellement disponibles avec tout logiciel *FileMaker Pro*. Le mode «*layout*» permet de modifier le canevas de la fiche. Si on travaille sur un fichier créé par *FileMaker Pro Advanced* (et que l'on ne possède pas *FileMaker Pro*), ce mode n'est toutefois pas disponible. Les trois modes disponibles seront plutôt les modes «*utilisation*», «*recherche*» et «*prévisualisation*».

Le mode «*utilisation*» permet de remplir ou de corriger une fiche. Il est le mode le plus utilisé.

Le mode «*recherche*», comme son nom l'indique, permet de retrouver une ou plusieurs fiches à partir des critères désirés. Lorsque ce mode est sélectionné, une fiche vierge apparaît. L'utilisateur peut alors entrer sous les catégories désirées les critères de sélection qui s'appliquent à sa recherche.

Par exemple, si l'on désire retrouver toutes les paires combinant les reportages de Radio-Canada du 12 février 2007 aux articles de *La Presse* du 13 février 2007. On sélectionne sous les onglets correspondants les critères «Radio-Canada», «12-02-2007» dans la partie «télévision» et les critères «*La Presse*» et «13-02-2007» dans la partie «quotidien».

Le mode «*prévisualisation*» permet de voir la fiche avant son impression. Ce mode est très peu sinon pas du tout utilisé lors de la codification.

Encadré 2

Pour passer d'un mode de visualisation à un autre

- Cliquer sur l'onglet **Affichage**
 - o Choisir le mode désiré
 - Mode «*Utilisation*»

La création d'une nouvelle fiche sur FileMaker Pro : Démarche

Encadré 3

Pour créer une nouvelle fiche

- S'assurer d'abord d'être en mode «*Utilisation*» (voir Encadré 2)
- Cliquer sur l'onglet **Enregistrement**

Il est également possible de créer une nouvelle fiche à partir d'une autre créée précédemment.

Pour ce faire, il faut tout simplement sélectionner la fiche qui servira de modèle (cette fiche peut être retrouvée via le mode «*Recherche*»), se placer en mode «*Utilisation*», cliquer sur l'onglet **Enregistrement**, cliquer sur **Dupliquer l'enregistrement**. La copie de la première fiche apparaîtra en fin de liste. Il suffira alors à l'utilisateur d'apporter les modifications désirées pour la nouvelle fiche.

Cette fonction peut s'avérer très utile lors de l'entrée des données lors de la codification. En effet, un même reportage télé est souvent couplé avec plusieurs articles différents (et vice-versa). Cette fonction évite ainsi à l'utilisateur de toujours avoir à saisir les mêmes informations concernant le même reportage télé et de ne remplir à chaque fois que les informations qui diffèrent.

Une ou plusieurs fiches peuvent également être supprimées du document. Pour ce faire, il faut sélectionner la fonction **Supprimer l'enregistrement** (pour une seule fiche) ou **Supprimer les enregistrements trouvés** (pour plusieurs fiches, après avoir utilisé le mode recherche et avoir sélectionné de cette façon les fiches à supprimer) sous l'onglet **Enregistrement**. Il faut cependant être vigilant avec cette fonction puisque *FileMaker Pro* enregistre instantanément toute modification apportée aux fiches.

La création d'une nouvelle fiche sur *FileMaker Pro* : Options

Avant de débiter une fiche de codage, il faut s'assurer que tous les extraits vidéos et les articles ont été insérés dans les sections «*recension*». Pour ce faire, il suffit, en entrant dans le fichier *FileMaker* du serveur «*Concentration*» de se mettre en mode «*recension vidéo*» ou «*recension article*» et de créer une nouvelle fiche de recension pour chaque extrait ou chaque article à ajouter.

Lors de la création d'une fiche de recension, il faut absolument entrer toutes les informations descriptives qui lui sont associées (tel que vous verrez aux sections 3.2 et 3.3 du présent

document). Une fois ces informations entrées, elles apparaîtront automatiquement dans la fiche de codage, aussi nommée « Comparaison ».

La création d'une fiche sur *FileMaker Pro* peut être agrémentée de plusieurs options. Le fichier de travail proposé dans le cadre du travail de codification sur la propriété croisée permet l'insertion de vidéos en format *Quicktime* ou encore de textes (que l'on peut copier/coller à partir d'un fichier *Word* par exemple). Les insertions d'images ou de son sont également possibles. Pour insérer l'un ou l'autre de ces fichiers, deux procédés peuvent être utilisés. D'abord, on peut copier le fichier à insérer et le coller à l'endroit prévu sur la fiche. On peut également placer son curseur à l'endroit où le fichier sera inséré et sélectionner le fichier à l'aide de l'onglet **Insertion**. Il suffit alors de choisir le type de fichier à insérer puis de sélectionner le document désiré.

L'apparence des textes peut également être modifiée via *FileMaker Pro*. Pour ce faire, il faut sélectionner l'onglet **Format**. Une série de modifications peut alors être apportée au texte (changement de polices, de corps, de styles, d'alignement, d'interligne ou de couleur).

Une fois que tous vos articles et vidéos ont été inventoriés dans le système et ajustés selon la meilleure apparence de travail, vous pouvez débiter le codage en sélection « Comparaison » dans la colonne de gauche.

Enregistrement d'une copie du fichier

FileMaker Pro ne permet pas les fonctions «*Enregistrer*» et «*Enregistrer sous*» connues dans plusieurs fichiers informatiques (notamment la suite Office). En effet, comme nous l'avons précisé précédemment, toute modification au fichier s'enregistre de façon automatique. Il est toutefois possible d'enregistrer une copie d'un fichier, copie sur laquelle il sera possible de travailler sans toutefois modifier le fichier d'origine. Pour ce faire, il suffit de sélectionner l'onglet **Fichier** puis la fonction **Enregistrer une copie**. Lorsque l'on voudra ouvrir cette copie, le fichier d'origine s'ouvrira préalablement. Il suffira alors de réduire (et non de fermer) le fichier d'origine et de travailler sur le fichier copié (tel que mentionné ci-dessus).

Voilà qui résume les principales fonctionnalités de *FileMaker Pro* à utiliser dans le cadre de ce projet de codification.

2.2 Travailler sur un fichier FileMaker à partir du serveur vidéo du local 4414

Le serveur vidéo se veut être les fondations du fichier *FileMaker* sur lequel vous exécuterez votre codage.

Pour avoir accès au serveur, si ce n'est pas déjà fait, veuillez le demander à la professeure responsable de la recherche.

Tous les segments vidéo se trouvent sur le serveur et doivent être joints aux fiches *FileMaker* directement à partir du serveur. Vous ne pouvez pas transférer les segments vidéos sur votre ordinateur, construire des fiches *FileMaker* et retransférer le tout sur le serveur, dans le cas où vous possédez le logiciel *FileMaker* sur votre appareil. Si vous exécutez vos tâches de la sorte, vous perdrez à tous coûts les fichiers vidéos joints à vos fiches.

En construisant la fiche « comparaison » sur *FileMaker*, vous devez obligatoirement y joindre un vidéo et un article qui se trouvent dans les sections de fiches « recension vidéo », « recension article ». Vos fiches seront enregistrées à chaque fois. La seule façon de les supprimer individuellement, dans le cas d'une erreur, est de cliquer sur le « X » rouge dans la barre d'outils.

IMPORTANT : Vous devez travailler directement sur le serveur pour que le fichier *FileMaker* conserve tous ses liens avec les vidéos. En travaillant directement sur le réseau, vous n'avez pas besoin d'avoir le logiciel *FileMaker* sur votre appareil. Le fichier du réseau est fait pour être disponible en tout temps et sur tout ordinateur.

Pour construire une fiche « Comparaison », vous devez d'abord sélectionner la semaine de l'extrait vidéo, la date de diffusion et le réseau de télévision. Par la suite, *FileMaker* vous offrira la liste des sujets répertoriés pour cette date et ce réseau. Vous sélectionnez votre choix dans la

liste déroulante au-dessus du cadre du vidéo, puis vous attendez que le serveur vous affiche l'extrait vidéo. Vous répétez l'opération par la suite du côté de l'article. Vous pouvez ensuite commencer votre codage.

Si vous possédez le logiciel *FileMaker*, l'opération de codage sera plus rapide. Pour cela, vous devez être connecté au réseau de l'université, soit à distance grâce au VPN, soit à partir d'une connexion sur le campus. Ouvrez votre programme *FileMaker*, puis dans « Fichier », cliquez sur « Ouvrir à distance ». Dans la boîte qui apparaîtra, inscrivez le nom du serveur : fmnet:/132.203.198.197/concentration. Vous vous retrouverez automatiquement sur la fiche *FileMaker* du projet de recherche. Vous n'aurez plus qu'à vous diriger vers votre tâche.

2.2.1 Le serveur : l'ordre des dossiers

Les dossiers sont, pour l'instant, divisés en semaines (« Semaine 1 » pour la semaine du 12 février, « Semaine 2 » pour la semaine du 21 mai), puis en journée, puis en réseau de télévision. Pour l'instant, à moins d'un changement dans l'ordre des dossiers, vous pourrez classer vos dossiers de corpus (fiches *FileMaker* pour une paire télé/quotidien) dans le dossier de la date du bulletin télévisé.

Par exemple, un corpus *FileMaker* qui comporterait les fiches de paires des bulletins du 12 février et les articles de quotidiens du 13 février serait enregistré selon l'adresse suivante :

132.203.198.68 / Semaine 1 / 12022007.

Le dossier *FileMaker* sur lequel vous travaillerez doit porter une mention correspondant aux paires que vous coderez, ainsi qu'une note vous identifiant, telles vos initiales, si vous vous savez plus d'un codeur sur les mêmes paires (ex : Corpus 23-24 mai – CP).

3. La fiche *FileMaker* (ou bordereau de codage)

La fiche *FileMaker* comporte deux sections : une pour le segment télévisé et l'autre pour l'article du quotidien auquel le reportage est jumelé. Ainsi, vous pouvez voir apparaître sur votre écran les deux objets à analyser.

En annexe A, vous retrouverez un modèle général d'une fiche *FileMaker*, tel qu'utilisée dans le cadre de cette étude.

3.1 Numérotation des fiches :

Chaque fiche doit être numérotée pour en favoriser l'inventaire.

La numérotation s'inscrit comme suit :

le réseau de télévision – le quotidien – le jour de diffusion à la télévision – le mois de diffusion – numéro de la paire.

Les réseaux de télévision et quotidiens ont chacun leur correspondant pour la numérotation. Les voici :

- ❑ Le réseau TVA = TVA
- ❑ La Société Radio-Canada = SRC
- ❑ *Le Journal de Montréal* = JDM
- ❑ *La Presse* = LP
- ❑ *Le Devoir* = LD

Exemple pour un reportage diffusé le 12 février à TVA et codé avec un article du *Journal de Montréal*. Cette paire à coder est la cinquième en lien avec le bulletin de nouvelles :

- TVA-JDM-12-02-05

Pour chaque combinaison de médias et à chaque jour, la première paire segment/article sera numérotée à partir de zéro, comme suit :

- ❑ TVA-JDM-12-02-01

- SRC-LP-12-02-01
- SRC-LD-12-02-01

3.2 Identification du segment télévisuel

La section pour le segment télévisuel se trouve à la gauche de la fiche, juste à côté du cadre vidéo. Voici les champs à remplir pour identifier le segment.

3.2.1 Date de diffusion :

Il s'agit tout simplement de la date à laquelle le bulletin de nouvelles a diffusé le reportage. La date doit être inscrite de cette façon : **année-mois-jour**. Exemple : 2007-02-12 pour le 12 février 2007.

3.2.2 Semaine de codage:

À partir de la liste de quatre choix proposés, cliquer sur la semaine de diffusion du segment pour la sélectionner. Soit :

1. 12 au 17 février;
2. 21 au 26 mai;
3. 10 au 15 septembre;
4. 3 au 8 décembre.

3.2.3. Réseau :

Comme le nom de ce champ l'indique, il suffit de sélectionner le réseau qui a diffusé le reportage. Les choix sont :

1. TVA
2. SRC
3. TQS (mis de côté pour l'instant, on rajoutera si possible ce bulletin de nouvelles par la suite)

3.2.4 Zone géographique :

Il s'agit de sélectionner la zone géographique couverte par le reportage. Les choix sont :

1. International (sur le terrain) :
2. International (de Montréal ou Québec)

3. National (Canada)
4. Québec (province)
5. Local
6. Autre/Indéterminé

La notion « International » se divise donc en deux parties : lorsque la nouvelle a été traitée à partir de Montréal ou de Québec ou lorsqu'elle a été rendue par un correspondant à l'étranger (du réseau de télévision ou d'une agence). Dans certains cas, la distinction peut ne pas être très évidente, surtout lorsque, dans le cas d'article surtout, on retrouve par exemple, en début d'article « Reuters et Le Journal de Montréal ».

Ainsi, lorsque les articles ou les segments vidéos ne mentionnent que la ville de la nouvelle et l'agence (sans auteur ou journaliste attribué), cela sera compté comme « International (sur le terrain) ». Si la nouvelle mentionne une agence de presse et le quotidien ou une journaliste, cela sera compté comme « International (de Montréal ou Québec) ». Si la nouvelle ne présente qu'une agence seulement, la catégoriser comme « Autres ».

Il peut arriver, notamment dans le cas de brèves, qu'aucun indice direct mentionnant l'auteur du reportage ou l'agence de presse ayant couvert l'événement ne soit révélé. Lors de ces cas, on peut aussi se baser sur le territoire concerné par la nouvelle (ex : le marché mondial du pétrole ou de l'aluminium), l'endroit où la nouvelle a son impact (ex : une multinationale vend certaines industries dans plusieurs pays) ou l'autorité en cause (ex : l'OMC ou la Cour internationale de justice). Pour chacun de ces exemples, nous noterons que la zone géographique est « International (sur le terrain) ».

Aussi, il peut parfois sembler difficile de distinguer si un événement est « local » ou « provincial ». Plusieurs éléments peuvent vous aider à faire la distinction. Tout d'abord, l'enjeu au cœur du sujet : si cet enjeu peut avoir des répercussions à de plus hauts niveaux, on choisira la zone géographique équivalente à ce niveau. Aussi, si le gouvernement est impliqué dans l'événement, soit en le commentant ou en agissant directement, ce pallier de gouvernement sera équivalent à la zone géographique (gouvernement provincial = Québec; gouvernement fédéral =

National). Autre indice à considérer, le cadre géographique du quotidien ou du réseau de télévision. Si ce dernier couvre un événement « local » dans un bulletin de nouvelles à couverture provinciale, cela signifie que l'enjeu ou l'importance de l'événement dépasse le cadre de sa localité. Dernier indice, si l'événement est traité comme un fait divers ou avec plus d'importance. Un fait divers aura définitivement une saveur plus locale et l'attention qui lui sera accordée sera de moindre importance, en termes de durée de reportage ou de nombre de mots dans l'article. Par contre, il peut arriver qu'un fait divers ait des répercussions nationales. Ce cas sera particulièrement vrai si un événement ayant eu lieu à Vancouver est repris dans un reportage québécois.

Ex : Le conflit de travail à l'abattoir d'Olymel à Vallée-Jonction en Beauce. Ce conflit a impliqué l'intervention du ministre du travail et a suscité l'inquiétude chez les producteurs de porcs du Québec. De plus, il a été traité comme l'un des premiers sujets par les réseaux TVA et SRC, tout comme dans les premières pages du JdM, de LP et LD. Donc, un événement local avait des répercussions sur la province, en plus d'avoir nécessité l'intervention du gouvernement provincial. La zone géographique : Québec (province).

3.2.5 Thématique :

Il s'agit du thème principal du reportage. Lorsque plusieurs thèmes sont présents, on identifie le thème principal grâce au principe de la pyramide inversée. La sélection préenregistrée dans FileMaker sous forme de liste déroulante est la suivante :

1. Politique : événement ayant au cœur de son sujet l'implication d'un ou plusieurs paliers du gouvernement (fédéral, provincial ou municipal), ainsi que des gouvernements étrangers (ex : sommets internationaux, conflits internationaux, guerres civiles – si le cœur du reportage parle principalement des parties en jeu et non pas de conséquences humanitaires);
2. Économique : lorsque le sujet s'intéresse particulièrement aux marchés, au monde des affaires, à l'exception des conflits juridiques d'ordre financier (ex : scandales, fraudes, transferts de fonds illégaux), car ces nouvelles seront considérées de nature judiciaire;

3. Social : tout ce qui implique une collectivité, physiquement ou moralement, sans l'implication d'un palier du gouvernement, des forces de l'ordre ou d'un tribunal comme sujet principal de l'événement (ex : manifestation avec arrestations – si la mention des arrestations est une petite partie du reportage comparativement aux explications concernant les motifs pour la manifestation);
4. Judiciaire et faits divers : lorsque l'événement implique la présence des forces de l'ordre, d'un tribunal ou encore lorsque le cœur de l'événement est relié à un accident ou à un crime; inclure aussi dans cette catégorie les accidents et les catastrophes naturelles;
5. Science et environnement : lorsque l'événement est centré sur une découverte scientifique, de travaux ou de résultats de recherches, incluant les sciences de la nature et les sciences sociales et humaines, tout comme les prévisions scientifiques et environnementales, et qui ne fait pas appel prioritairement à l'implication d'un palier du gouvernement ou à un tribunal (ex : bilan de la saison des ouragans, rapport sur la fonte des glaces en Arctique);
6. Arts et culture : toute nouvelles ayant au cœur de son sujet les acteurs du monde artistique (créateurs, producteurs, réalisateurs, bailleurs de fonds) ou des lieux de la culture (musées, salles de spectacles, séries télévisées, etc.), et se retrouvant dans la section « Nouvelles » du quotidien (ex : critique, annonce d'un événement).
7. Sports et loisirs : toute nouvelle ayant au cœur de son sujet les acteurs du monde sportif (athlètes, entraîneurs, commanditaires) ou des lieux de compétitions sportives (stades, arénas, terrains, complexe, etc.), et se retrouvant dans la section « Nouvelles » du quotidien.
8. Autre : toute nouvelle ne correspondant à aucune des catégories ci-haut mentionnées.

Trucs et astuces : Afin d'assigner la meilleure thématique à un reportage ou une nouvelle donnée, on peut se fier à la section dans laquelle apparaît la nouvelle : « Affaires », « International », etc.

Attention!!! Un même sujet de nouvelle (ex : une même personne impliquée dans un événement X) peut avoir d'un article à l'autre, d'un reportage à l'autre, des thématiques différentes selon l'angle de traitement. Exemple : l'annonce de Pierre-Karl Péladeau de retirer Quebecor du Fonds canadien de télévision pour lancer son propre fonds (12-13 février 2007). Lors d'un reportage, on peut faire le rapport de la réaction au gouvernement suite à la nouvelle (thématique « politique »),

et dans un autre reportage, on peut parler des réactions du milieu artistique (thématique « arts et culture »).

3.2.6 Rang dans le bulletin :

Il s'agit d'indiquer le rang d'apparition du segment télévisuel durant le bulletin de nouvelles : 1^{er} reportage diffusé, 5^e, 12^e, etc.

Petit truc : lors des montages vidéos, au moment où vous découperez le bulletin en reportages, lorsque vous enregistrerez les reportages séparément, indiquer le rang dans le nom du fichier.

Exemple : 03-Lise Thibault- TVA-2007-02-12.

3.2.7 Durée du reportage :

Pour la semaine du 12 février 2007, nous tenions compte de la durée du reportage telle qu'elle nous apparaissait dans les montages vidéos *SimpleMovieX*.

La durée s'inscrit de la façon suivante : **minutes : secondes**. Exemple : 2 :34 pour deux minutes, trente-quatre secondes.

3.2.8 Auteur/Origine :

Inscrire le nom du journaliste ou, quand celui-ci n'est pas identifié, l'origine du reportage, telle une agence de presse. Si l'origine n'est pas identifiée, inscrire simplement le nom du lecteur de nouvelles, chose qui sera souvent le cas en ce qui concerne les brèves. Si le nom d'une agence de presse (p.ex. Reuters) apparaît dans le cadre de l'image vidéo, l'indiquer dans la zone commentaire.

3.2.9 Genre :

1. Nouvelle brève : nouvelle lue simplement par le lecteur de nouvelles, parfois accompagnée d'une image en encadré.
2. Extrait vidéo : une nouvelle brève lue par le lecteur de nouvelles, mais accompagnée d'un extrait vidéo.

3. Reportage : selon Pierre Sormany, il s'agit de « tout élément d'information qui implique le déplacement d'une équipe technique, quelle qu'en soit l'importance » (Sormany, 2000 : 118). Autrement dit, tout vidéo rapportant un événement ou une situation par un journaliste.
4. Interview en direct (source) : le journaliste présente en direct un entretien avec une source liée à son sujet. Exemple : Journaliste du divertissement en entretien avec une vedette de cinéma suite à un lancement de film.
5. Intervention en direct (reporter) : le journaliste est en entretien avec le lecteur de nouvelles pour discuter de son sujet, d'un événement. L'entretien peut se dérouler en studio ou à distance (le journaliste étant sur le terrain).

3.2.10 Sujet :

Décrire en quelques mots l'événement couvert en tant que tel, la situation, la déclaration, le cœur du reportage.

Les sujets n'ont pas besoin d'être standardisés entre les codeurs. Autrement dit, si un codeur pour un sujet X n'a pas utilisé exactement la même expression qu'un autre codeur pour une histoire semblable, cela n'est pas capital. Les mots-clés seront fort probablement les mêmes.

Exemple pour la SRC du 12 février 2007 : Le rapport de la commission d'enquête sur le viaduc de la Concorde est reporté.

3.3 Identification de l'article du quotidien

L'article jumelé au segment télévisuel possède également sa petite portion descriptive à droite de la fiche *FileMaker*. Cette partie est relativement facile à remplir dans le cas des articles de *La Presse* et du *Devoir* récupérés à partir de *Eureka*, car la plupart des réponses aux différents champs s'y trouvent. Par contre, elle revêt toute son importance dans le cas des articles du *Journal de Montréal* qui n'auront pas été recopiés textuellement dans la fiche. Il faut donc la remplir au fur et à mesure que l'on consulte le *Journal* pour ne rien oublier.

3.3.1 Date de publication :

Tout simplement la date à laquelle l'article fut publié. L'inscription de la date doit se faire comme suit : **année – mois – jour**. Exemple : 2007-02-12 pour le 12 février 2007.

3.3.2 Semaine de codage :

Identifier la semaine de la même manière que pour le reportage télévisuel.

3.3.3. Journaliste/origine

Identifier le ou la journaliste à l'origine de l'article. S'il s'agit d'un article d'une agence de presse, le mentionner et identifier laquelle. Si le journal indique à la fois le nom d'une personne suivi de celui d'une agence, il se peut que ce soit un journaliste agencier (p.ex. Jocelyne Richer, Presse Canadienne). Dans ce cas, indiquer d'abord le nom de l'agence, suivi du nom de la journaliste. Conserver la mention « d'après » (p.ex. « d'après l'AFP ») qui indique un travail de réécriture et même parfois de terrain complémentaire à la dépêche d'origine. Si le texte est non signé ou porte simplement le titre du journal (« Le Devoir »), l'indiquer également.

3.3.4 Nombres de paragraphes

Il suffit, pour ce champ, de compter le nombre de paragraphes que contient l'article. On inclut le *lead* dans le décompte, mais pas les paragraphes qui décrivent les photos.

3.3.5 Nombre de mots

Ce champ est relativement facile à remplir car, pour les articles obtenus à partir de *Eureka*, le nombre de mots est inscrit en bas de page. Laisser cette case vide pour les articles non saisis du *Journal de Montréal*. Il sera toujours possible de retourner dans la fiche pour y faire des modifications dans vos entrées de données si, éventuellement, vous deviez compter et inscrire le nombre de mots pour les articles du tabloïd montréalais. Pour l'instant, en ce qui concerne le JdM, on ne comptera que les paragraphes.

ATTENTION!!! Parfois, les articles sont accompagnés d'encadrés apportant des informations complémentaires, mais ne faisant pas l'objet d'article formel. Lorsque cela est le cas, il ne faut pas compter le nombre de mots contenus dans ces encadrés. Si le nombre de mots est compté automatiquement dans *Eureka*, inscrire dans la section « Nombre de mots » le nombre indiqué.

Un champ « Tableaux » est visible à la toute fin de la fiche afin d'indiquer la présence d'encadré(s) ou de tableau(x). Si un ou plusieurs encadrés sont présents, il suffit d'indiquer le nombre dans la case. Si on ne note la présence d'aucun encadré, inscrire « 0 » tout simplement.

3.3.6 Page

Inscrire tout simplement la page à laquelle paraît l'article. Exemple : p. 5, A27, LA PRESSE AFFAIRES6, etc.

3.3.7 Journal

Identifier le quotidien dans lequel paraît l'article. Les choix sont préenregistrés ainsi :

1. *Le Journal de Montréal*
2. *La Presse*
3. *Le Devoir*

3.3.8 Zone géographique

Tout comme pour le segment télévisuel, il s'agit d'identifier la zone géographique reliée au sujet et à son traitement. Les choix sont :

1. International (sur le terrain)
2. International (de Montréal ou Québec)
3. National (Canada)
4. Québec (province)
5. Local
6. Autre/Indéterminé

3.3.9 Thématique

Encore une fois, comme pour la télévision, il s'agit du thème principal du reportage. La sélection préenregistrée est la suivante :

1. Politique
2. Économique
3. Social

4. Judiciaire (incluant les faits-divers)
5. Science et environnement
6. Arts et culture
7. Sports et loisirs
8. Consommation
9. Autre

3.3.10 Genre

L'article sélectionné pour la paire doit appartenir à l'un des trois genre suivants :

1. Nouvelle ou brève
2. Éditorial
3. Chronique d'opinion
4. Reportage (feature).

3.3. 11 Sujet

Décrire en quelques mots l'événement couvert en tant que tel, la situation, la déclaration, le cœur de l'article.

3.4 Évaluation/Pointage de la paire

3.4.1 Échelle de 1 à 3 – 9;

Échelle de 1 à 3

Les cinq éléments à évaluer seront notés pour chaque paire selon une échelle de trois points. En voici la signification :

- 1) Plutôt différent
 - Traitements journalistiques essentiellement distincts
- 2) Assez semblable
 - Quelques ressemblances pouvant être le fruit du hasard ou de la nature de l'évènement

3) Très semblable

- L'évaluation de la paire donne l'impression qu'il y a eu consultation, voire collaboration.

9) Autre

- Ne s'applique pas
- Indéterminé

Pour certaines catégories d'évaluation, cette échelle a été raffinée. Vous serez à même de le constater en parcourant les sections suivantes.

Pour chacun des critères d'évaluation que vous vous apprêtez à observer, nous avons inséré des exemples provenant de tests ultérieurs. Les paires servant à illustrer ces exemples proviennent de segments télévisuels du 12 février et d'articles du 13 février (vous retrouvez les articles de quotidiens concernés, ainsi que le verbatim de la SRC en annexe C) :

- ❑ TVA-JDM ayant pour sujet la promesse du gouvernement Harper à celui de Charest de verser 350 millions de dollars sous forme d'écofiducie pour la lutte du Québec contre les gaz à effet de serre;
- ❑ TVA-JDM ayant pour sujet l'annonce de Pierre Karl Péladeau de retirer Quebecor du Fonds canadien de télévision pour financer le fonds Quebecor;
- ❑ SRC-LP ayant pour sujet le procès de Vincent Lacroix et sa demande au juge pour que ses frais d'avocat soit payés pris en charge par la Cour.

Recommandation avant de débiter le codage : prenez le temps de lire les articles et de visionner tous les segments vidéos traitant d'un même sujet avant de vous lancer dans l'analyse. Cette petite opération vous permettra de vous forger une certaine idée du traitement de la nouvelle chez les différents médias et vous permettra peut-être de noter davantage de ressemblances ou de différences entre les médias, rendant ainsi votre analyse plus riche et plus fiable.

3.4.2 Le lead.

Il s'agit de l'amorce du récit d'une nouvelle. Le *lead* sera évalué en fonction des éléments d'informations que l'on retrouve chez les deux médias. À cet effet, il est possible de s'inspirer des 6Ws. Pour ce faire, il suffit de trouver et compter les réponses aux 6Ws et de les comparer entre les deux récits de nouvelles à coder. Attention : un *lead* ne comporte pas nécessairement tous les Ws. C'est pourquoi nous rappelons que les 6Ws peuvent être utilisés comme guides, mais non pas comme référents strictes. Il vous appartient de noter les éléments qui semblent importants pour le récit de nouvelles, qu'ils répondent ou non aux 6Ws.

Les 6Ws sont les éléments de base d'une nouvelle, tels que présenté dans un article ou un vidéo, que l'on retrouve généralement dans le *lead* ou le premier paragraphe du texte. À noter : il peut y avoir plus d'une possibilité de réponse par « W », à l'exception du «WHAT », le « quoi » :

- ❑ Qui (WHO): Les principaux acteurs, individus ou groupes, (ex: le Premier ministre, le gouvernement fédéral, un policier, etc.);
- ❑ Quoi (WHAT): La situation ou l'événement principal (ex: incendie, allocution du Ministère de la santé, découverte de fraude, annonce controversée, etc.); les conférences de presse et les entrevues ne sont généralement pas considérés comme des événements , mais plutôt comme les véhicules des événements.
- ❑ Quand (WHEN): le cadre temporel de l'événement, plus ou moins détaillé ou spécifique (ex : la semaine dernière, hier, la nuit dernière, l'heure, etc.) Cet élément doit être présenté explicitement pour être pris en compte.
- ❑ Où (WHERE): l'endroit principal lié à l'événement ou la situation, plus ou moins détaillé ou spécifique (ex : région, ville, immeuble, rue, etc.)
- ❑ Comment (HOW): le traitement du fil des événements, la description du contexte des circonstances. Les réponses au « comment » apportent des précisions sur les processus liés au « quoi » et non sur les conséquences du « quoi » : comment le « quoi » s'est-il produit, exprimé ou présenté ? Voir l'exemple présenté plus bas.
- ❑ Pourquoi (WHY): les explications des circonstances, la relation causale explicite liée directement au « quoi » : pourquoi l'événement cité en « quoi » a-t-il eu lieu ?

Attention : il ne faut pas confondre des précisions sur le « quoi » pour des réponses au « comment » et au « pourquoi » dans l'esprit de trouver absolument des réponses à tous les « W ». L'exemple ci-dessous illustre justement ce genre de situation à éviter:

Quoi?	Shermag annonce la fermeture de deux usines.
Comment?	Provoque 300 licenciements, l'usine de Lennoxville prendra la relève de la production

Il aurait été plus avisé de répondre de la manière suivante :

Quoi?	Shermag annonce la fermeture de deux usines et provoque 300 licenciements, l'usine de Lennoxville prendra la relève de la production.
Comment?	-

Pour les articles de quotidiens, on tiendra compte du premier paragraphe pour *Le Devoir* et *La Presse* pour l'analyse du *lead*. En ce qui concerne le *Journal de Montréal*, nous considérerons les deux premiers paragraphes puisqu'ils sont généralement plus courts. Pour tous les quotidiens, le titre (y compris le sous-titre et sur-titre, s'il y a lieu) devra être aussi considéré comme faisant partie du *lead*.

Pour les segments télévisuels, le *lead* s'évalue dans la présentation du lecteur de nouvelles et dans l'échange d'introduction au reportage entre le lecteur de nouvelles et le journaliste (quand c'est le cas, lors d'échanges en direct avant la diffusion du reportage).

Les nouvelles brèves seront considérées dans leur ensemble, autant pour les quotidiens que pour les segments télévisuels.

Les informations contenues dans les éléments visuels du reportage télévisé peuvent être notées. Par exemple, lors de la description d'un événement par la lectrice de nouvelles, le nom et la photo d'un politicien apparaissent à l'écran. Ces éléments d'identification peuvent être notés comme une réponse au « qui » du récit de nouvelles. ATTENTION! Il ne s'agit pas ici de faire une

analyse détaillée du contenu visuel, mais seulement d’y recourir pour obtenir des informations qui ne sont pas nécessairement précisées dans le récit de nouvelles. **Les éléments visuels accompagnant les articles devront aussi être pris en compte. (sauf les photos)**

Pour nous aider à bien évaluer le *lead*, on peut faire appel aux 6Ws (qui, quoi, quand, où, comment, pourquoi) afin de cibler les informations que l’on cherche. Le tableau suivant illustre l’utilisation des 6 Ws pour le *lead*, toujours dans le cadre de la paire TVA-JDM sur l’annonce du gouvernement Harper :

<u>LEAD :</u>	<u>Article</u> <i>Réponses</i> <i>Réponses aux 6Ws pour 1er</i> <i>parg. SEULEMENT</i>	<u>TV</u> <i>Réponses</i> <i>(présentation par</i> <i>l’annonceur)</i>	<u>Cote</u> <i>1 identique = 1</i> <i>2 à 3 = 2</i> <i>4 et plus = 3</i>
<i>Qui?</i>	1. Harper 2. Charest	1. Harper 2. Charest	Identique
<i>Quoi? (un seul possible!)</i>	Harper a avancé 350 M\$ à Charest	Harper promet 350 M\$	Identique
<i>Quand?</i>	Hier (12 mai)	Non mentionné	Non identique
<i>Où</i>	Non mentionné	Non mentionné	-
<i>Comment?</i>	« préférence » à son ami Charest	1. Enveloppe nationale d’un milliard et demi. 2. Conditionnel à l’adoption du budget fédéral.	Non identique
<i>Pourquoi?</i>	Pour que le Québec atteigne ses objectifs du protocole de Kyoto.	Pour le plan de Québec pour la lutte aux GES.	Assez identique
Notes :			Cote finale : 2

Tel que mentionné sur le tableau, la cote finale est donnée selon l’échelle suivante :

- Si les deux médias offrent des éléments différents l’un de l’autre ou un seul élément de réponse similaire, on donnera une cote de « 1 », soit l’équivalent de « plutôt différent ».
- Si les deux médias offrent de deux à trois éléments similaires, on donnera une cote de « 2 », soit l’équivalent de « assez semblable ».

- Si les deux médias offrent quatre éléments similaires ou plus ou une parfaite concordance (100%) entre les réponses données, on donnera une cote de « 3 », soit l'équivalent de « très semblable ».

Attention : il faut compter les éléments similaires, même si ceux-ci ne répondent pas forcément à une même question. Par exemple, une réponse à la question « comment » pour l'article peut être similaire à une réponse au « pourquoi » d'un segment télévisuel.

3.4.3 Les éléments d'information (6 Ws)

Tel que mentionné plus tôt, les 6Ws (qui, quoi, quand, où, comment et pourquoi) sont les éléments de base d'une nouvelle, tels que présentés dans un article ou un vidéo, et servent de guides dans le cadre de l'analyse. Par contre, les limites de la quête d'éléments d'information ne s'y arrêtent pas. Vous pourrez trouver des éléments qui ne sont pas nécessairement des réponses aux 6Ws.

Cette fois-ci, pour les besoins de la présente analyse, seuls les éléments explicites présentés dans les quatre premiers paragraphes (excluant le *lead*) seront considérés. Dans le cas du segment télé, nous excluons également le *lead* pour considérer le reste du segment.

Pour cette catégorie d'évaluation, vous constaterez que les quatre premiers Ws sont souvent les mêmes entre le segment télévisé et l'article du quotidien, ce qui correspond sensiblement à la base de la réflexion qui nous permet de faire une paire pertinente. Pour cette catégorie, vous pourrez, sous toute réserve, porter une attention toute particulière au « quoi » (pour s'assurer qu'il est le plus similaire possible pour le sujet à la télévision et le sujet dans le quotidien), au « comment » et au « pourquoi ». C'est dans l'exploration de ces deux derniers éléments que nous serons plus à même de voir comment les médias interprètent l'événement qu'ils relatent, s'ils en ont une explication différente, semblable ou identique. Mais encore une fois, les ressemblances et les différences ne s'arrêtent pas aux réponses de ces seules questions.

Lors de l'évaluation de cette catégorie, on liste les éléments d'information données séparément par les deux médias. Ensuite, on compare ces réponses.

- Si les deux médias offrent des éléments différents l'un de l'autre ou un seul élément de réponse similaire, on donnera une cote de « 1 », soit l'équivalent de « plutôt différent ».
- Si les deux médias offrent de deux à trois éléments similaires, on donnera une cote de « 2 », soit l'équivalent de « assez semblable ».
- Si les deux médias offrent quatre éléments similaires ou plus ou une parfaite concordance (100%) entre les réponses données, même si elles ne sont qu'au compte de deux, on donnera une cote de « 3 », soit l'équivalent de « très semblable ».

Ex : Deux médias n'offrent qu'une seule réponse chacun, mais cette réponse est la même pour les deux, on donnera une cote de « 3 », soit l'équivalent de « très semblable ».

- Si les deux médias offrent un « quoi » qui prend une tangente différente entre les deux articles, donc avec des réponses au « comment » et au « pourquoi » qui ne peuvent pas être du même ordre, on donnera une cote de « 1 ». (sauf, bien entendu, dans le cas où l'on retrouve d'autres éléments similaires)

Ex : Un segment télévisé de TVA du 12 février avait pour sujet la modification du code de vie d'Hérouxville. Un seul article dans le *Journal de Montréal* traitait du même sujet, plus ou moins directement. Une chronique parue dans le JDM du 13 février avec le même « qui » (le conseil municipal), le même « où » (Hérouxville), le même « quand » (le 12 février 2007), le même « quoi » de départ (les normes de vie de la municipalité). Par contre, la chronique a pris pour sujet plus spécifique « la manie de tout légiférer, de tout réglementer, de tout 'normer'⁸ » au

⁸ Yves Séguin, « Les normes », chronique, *Journal de Montréal*, 12 février 2007, p. 26.

Québec, donc se servait de l'exemple d'Hérouxville pour critiquer un phénomène social plus large. La cote ici serait donc de « 9 », car les réponses au « comment » et au « pourquoi » étaient naturellement différentes.

Voici, à titre d'illustration, un tableau évaluant une paire du 12-13 février ayant pour sujet Quebecor (TVA-JDM):

Éléments d'information (Story Dimensions)	Article Réponses 4ers paragraphe (excluant le lead) ⁹	TV Réponses L'ensemble du segment, (excluant le lead)	Cote 0 à 1 identique = 1 2 à 3 = 2 4 et plus = 3
Quoi?	Quebecor veut se retirer du FCT (pour investir dans son propre fonds).	Plus question pour Quebecor de financer le FCT	Assez identique
Comment?	1. Quebecor renoncerait aux subventions fédérales. 2. 109 M\$ investi en production de contenus canadiens	1. PKP propose sa façon de procéder. 2. Renonce aux subventions. 3. JPL productions mettre d'œuvre du fonds Quebecor. 4. 109 M\$ sur trois ans 5. A suspendu ses paiements au FCT en janvier.	Assez identique
Pourquoi?	Offrir davantage aux artisans du milieu qui oeuvrent dans ses filiales.	1. Le FCT finance le public avec l'argent du privé. 2. Pour financer le fonds Quebecor. 3. Le FCT est dépassé. 4. Création d'emplois et plus d'\$ dans la production canadienne	Assez identique
Notes :	Où (studios de <i>On n'a pas toute la soirée</i>) et Quand (hier) dans ces 4 paragraphes. + D'autres Pourquoi à partir du 5 ^e par.		Cote finale : 3

- ATTENTION : Même si la paire est composée d'une brève (TV) et d'un article régulier, ou d'une brève dans le journal et d'un reportage plus développé, il convient d'analyser l'angle de traitement (brève + *lead* de l'article) de même que les éléments d'information (reprise de

⁹ Correspond aux habitudes de lecture des quotidiens – le lecteur dépasse rarement les 3 à 5 premiers paragraphes.

la brève TV + les 4 paragraphes suivants le *lead* de l'article), au cas où des éléments additionnels se retrouveraient dans les deux textes. Concernant les éléments d'informations, si nous ne trouvons aucun ou un élément semblable, il faut alors indiquer la note « 1 ».

- ATTENTION : Dans le cas où nous comparons deux brèves (TV + article), concernant les éléments d'information il convient d'indiquer un « 9 » (ne s'applique pas). Car la brève correspond à la longueur d'un *lead* (c'est essentiellement un *lead*) donc les mêmes éléments ne peuvent être analysés en double.

3.4.4 Sources

Ce sont les personnes citées directement ou indirectement. Il faut les compter pour chacun et indiquer le nombre d'individus cités dans la zone « commentaires ».

Pour l'évaluation des sources, on observe l'article et le segment télévisuel dans leur ensemble.

Lors du codage, il faut observer à partir du média qui compte le moins de sources et comparer si les mêmes sources sont citées. Par la suite, on évaluera aussi les propos cités (choix des mots ou, lorsque les sources sont citées indirectement, propos rapportés et/ou interprétés de façon comparable). L'identité de la source prime sur le contenu des citations dans un premier temps. Les propos cités sont considérés par la suite et font profiter la cote d'une bonification.

La cote finale est donnée selon l'échelle suivante :

- ❑ Si les deux médias offrent des sources différentes l'un de l'autre ou une seule source identique, on donnera une cote de « 1 », soit l'équivalent de « plutôt différent ».
- ❑ Si les deux médias offrent de deux à trois sources identiques, on donnera une cote de « 2 », soit l'équivalent de « assez semblable ».

- ❑ Si les deux médias offrent quatre sources identiques ou plus ou une parfaite concordance (100%) entre les réponses données, même si elles ne sont qu'au compte de deux, on donnera une cote de « 3 », soit l'équivalent de « très semblable ».
- ❑ Si l'on ne trouve aucune source, soit dans un des médias soit dans les deux, la cote « 9 » (ne s'applique pas) sera accordée.
- ❑ On accordera un point boni à la cote finale si, lorsque parmi les sources identiques, les propos cités sont les mêmes ou presque (la longueur de la citation peut varier, entre autres). Il s'agit d'ajouter un seul point, même si deux sources expriment les mêmes propos. Dès qu'il y a présence d'une ou plusieurs citations identiques, on ajoute un point à la cote.

Par exemple, un article de La Presse cite 3 sources et la SRC 5. On retrouve deux sources identiques. La cote finale serait de « 2 ». Par contre, on ajoute un point boni à la cote, car les deux sources identiques ont les mêmes propos dans les deux médias. Cote totale : 3.

Autre exemple : Un reportage du Téléjournal de la SRC présente 5 sources et *La Presse*, le lendemain, pour le même sujet, présente 7 sources. Ensemble, ils ont 4 sources communes, et les propos sont les mêmes pour une source. La cote finale serait donc « 3 » : la cote maximale ayant été atteinte, on n'ajoute pas de point boni.

Le tableau suivant est une illustration de l'évaluation des sources pour la paire TVA/JDM sur l'annonce du gouvernement Harper:

SOURCES	Article <i>Réponses</i> Dans l'ensemble de l'article	TV <i>Réponses</i> Dans l'ensemble du segment	Cote <i>0 ou 1 identique =</i> <i>1</i> <i>2 à 3 = 2</i> <i>4 et plus ou 100%</i> <i>= 3</i>
	Harper	Harper	2
	Charest	Charest	
		Claude Béchar	

		André Boisclair	
		Gilles Duceppe	
		Stéphane Dion	

3.4.5. La forme textuelle

Cette catégorie rassemble les expressions métaphoriques, les figures de styles (comparaisons, images, hyperboles, etc.), les qualificatifs, les choix de termes utilisés par les médias dans les segments télévisuels et les articles des quotidiens.

Pour obtenir une cote élevée, soit 3, les deux médias doivent utiliser des expressions similaires ou identiques à plus d'une reprise. Pour une cote de niveau 2, il faut une expression similaire ou identique. Lorsque aucune expression entre les médias ne se ressemble, la cote est de 1. Dans le cas où aucune expression connotée ou imagée n'est présente ni dans l'article ni dans le segment télévisuel, la cote est de 0 (ne s'applique pas).

L'évaluation des formes textuelles se fait sur l'article au complet et l'ensemble du segment télévisuel.

Les exemples suivants sont issus de la paire TVA-JDM sur l'annonce du gouvernement Harper :

- ❑ « Voilà qui devrait donner un bon coup de main » (TVA) vs « Gros coup de pouce » (JDM);
- ❑ On retrouve l'image du « cadeau » du gouvernement Harper à celui de Charest dans l'article du *Journal de Montréal* et dans le segment télévisuel de TVA pour commenter la création de l'*Écofiducie*;
- ❑ « louangé » (JDM) vs « encensé » (TVA);
- ❑ « proposition électoraliste » TVA vs « s'inviter dans la prochaine campagne électorale » JDM.

3.4.6 L'orientation

Lors de l'évaluation de l'orientation, on observe les énoncés individuels dans chaque texte (article et segment du bulletin télévisé). À cet effet, vous pouvez porter une attention particulière aux expressions utilisées, aux mots choisis, même si cela peut paraître de l'ordre des formes textuelles (voir section 3.4.5). En effet, par l'observation des expressions utilisées, on tentera de cibler les expressions connotées, qu'elles soient positives, négatives, ironiques, etc.

Lorsqu'une expression nous laisse un certain sentiment de doute, on peut se poser la question suivante¹⁰ : est-ce que ce qu'**on** (le média étudié) **dit ici** (l'expression observée ou l'unité découpée) à propos du « **quoi** » (le sujet, l'événement) est positif ou négatif **pour le ou les « qui »** ? Lise Chartier paraphrase Naville-Morin¹¹ en ce qui concerne le type de réponses possible :

« Devient positive toute information qui encourage, favorise, supporte, vante, appuie, adhère, approuve, souscrit, soutient, consent, penche vers le sujet de l'étude (dans notre cas, le « quoi »).

Devient négative toute information qui décourage, défavorise, s'oppose, dénigre, désavoue, rejette, désapprouve, obstrue, détruit, réfute, nie, milite contre le sujet de l'étude (le « quoi »).

On peut également ajouter à cette liste les expressions qui ridiculisent ou se moquent. Si tel est le cas, on note l'expression observée.

Par exemple, il y a une certaine différence entre une « mésentente » et un « contentieux ultra-émotif ». C'est à travers les expressions utilisées que l'on peut retrouver cette touche de normatif que l'on recherche dans l'article. Bien entendu, il est fortement suggéré de noter ces éléments à la base de votre jugement dans la case appropriée à cette fin sur la fiche *FileMaker*. ATTENTION!!! Une expression imagée n'est pas nécessairement normative.

IMPORTANT : On ne tient pas compte de l'orientation exprimée par une source dans une citation directe ou indirecte, puisqu'il ne s'agit pas de l'orientation donnée par le journaliste.

Exemple isolé d'expressions normatives :

¹⁰ À partir des suggestions de Lise Chartier, *Mesurer l'insaisissable – Méthode d'analyse du discours de presse*, 2003, p.89.

¹¹ Voir Lise Chartier, *Mesurer l'insaisissable – Méthode d'analyse du discours de presse*, 2003, p.90.

« Ce contentieux ultra-émotif sur lequel deux ministres du Québec se sont cassé les dents depuis un peu plus d'un an s'est magiquement résolu hier. » = **néгатif ironique assez agressif**. *Journal de Montréal* du 13 février. (Pour mieux mettre cet extrait et le suivant en contexte, voir les articles complets en annexe C.)

Exemple d'expression non normative :

« Quebecor offre donc davantage d'argent aux artisans du milieu, mais dans le cadre de ses propres productions. » = **argument mentionné lors d'une conférence de presse et rapporté par le journaliste**. *Journal de Montréal* du 13 février.

On peut prêter une attention particulière au mot de la fin de la part du journaliste, lors du segment télévisuel, qui est souvent porteur de sa « signature », donc parfois d'une interprétation un peu plus subjective. Dans les articles de quotidiens, on lira surtout le *lead* pour y retrouver l'angle de traitement retenu.

Les cotes se définissent donc de la manière suivante :

- Pour obtenir une cote élevée, soit 3, les deux médias doivent utiliser des expressions connotées véhiculant une même idée ou position (positive ou négative) à plus d'une reprise ou une seule avec un 100% de concordance (une seule expression connotée trouvée dans chacun des médias et ces expressions véhiculent la même idée).
- Pour une cote de niveau 2, il faut une expression connotée véhiculant une même idée ou position (positive ou négative) parmi plusieurs expressions repérées.
- Lorsque l'un des deux éléments de la paire comprend au moins une expression connotée mais que les deux ne semblent pas véhiculer une même position, la cote est de 1.
- Dans le cas où aucune expression connotée n'est présente ni dans l'article ni dans le segment télévisuel, la cote est de 0 (ne s'applique pas).

3.4.7 Les commentaires et observations

Pour chaque cote, il est important de noter les observations et les éléments à la base de notre évaluation. Ces observations peuvent être utiles pour identifier précisément des cas originaux. Il est donc recommandé de faire des commentaires pour chacune des catégories suivantes :

- Les éléments d'informations : Il ne faut pas nécessairement noter toutes les réponses aux 6 Ws pour chaque média. Par contre, lorsqu'il y a des différences, noter en quoi ces Ws particuliers divergent.
- L'orientation : Il est important de noter en quoi l'orientation diffère ou se ressemble entre les deux médias.
- Les formes textuelles : Lors d'expressions similaires ou identiques, inscrire ces expressions pour servir d'appui à votre évaluation.
- Le *lead* : Il ne faut pas nécessairement noter toutes les réponses aux 6 Ws pour chaque média. Par contre, lorsqu'il y a des différences, noter en quoi ces Ws particuliers divergent.
- Les sources : Le nombre de sources pour chaque média doit y être indiqué. Il peut être également utile de nommer les sources citées pour faciliter la comparaison.
- Autres observations jugées pertinentes : Tout indice, détail, mention qui pourrait susciter un intérêt particulier pour la paire codée.

À faire une fois le codage terminé, il faudrait uniformiser l'entête des articles copiés-collés dans FileMaker. Le modèle à suivre : la première journée de la 1^{re} semaine. (12-13 février). Aussi : revoir système de numérotation des fiches?

4. Trucs et astuces :

Juste une petite section pour vous partager les trucs et méthodes que nous avons essayées pour faciliter notre codage.

Lors de l'écoute du segment télévisuel :

Plusieurs éléments peuvent faciliter l'écoute attentive du reportage. Bien entendu, la prise de notes, sur support papier ou électronique, peut s'avérer d'une très grande utilité afin de mieux se souvenir, par exemple, des sources (les noms des personnes citées, les mots-clés de leur citation), des éléments d'informations, des expressions utilisées, etc. En fait, la prise de notes est pratiquement la garantie d'une plus juste évaluation. L'avantage de noter sur format électronique est surtout pour gagner du temps, surtout l'on désire recopier nos notes dans les sections de commentaires ou dans celle de « commentaires généraux » par la suite.

Aussi, dans le cas des reportages de la SRC, il est possible de s'en procurer les verbatims à l'aide de la base de données *Eureka*, disponible à partir du site de la Bibliothèque de l'Université Laval. Les verbatims peuvent aider à trouver la citation exacte ou à mieux comprendre les expressions utilisées.

Lors de la lecture d'un article :

Il peut être très commode de noter les observations que l'on a à la suite de la lecture d'un article, afin de mieux pouvoir le comparer au reportage télé. Comme le reportage ne possèdera pas ou peu de support écrit, avoir déjà établi certains repères grâce à certains éléments des articles peut grandement faciliter et améliorer la qualité de l'évaluation.

L'une des caractéristiques de la fiche de *FileMaker* est qu'elle permet de mettre le texte (en tout ou en partie) de la couleur que l'on désire. Cela peut aider à repérer au premier coup d'œil les sources, les expressions, les éléments d'informations, etc.

Dans l'exemple qui suit, lors de la première lecture de l'article, le codeur a repéré certains éléments du texte en les mettant de couleur différente : bleu pour les personnes citées, vert pour les formes textuelles et rouge pour les éléments d'information :

« Pour le *président de la Centrale des syndicats démocratiques, François Vaudreuil*, c'est *l'hécatombe* qui se poursuit *chez Shermag*. *L'entreprise est gérée de façon archaïque et autoritaire, selon lui.*

Avec l'annonce d'hier, le fabricant de meubles résidentiels de Sherbrooke poursuit donc sa transformation en importateur de meubles d'Asie, une stratégie présentée comme sa bouée de sauvetage pour riposter aux importations asiatiques des détaillants américains et canadiens.» (La Presse, 13 février 2007 : LA PRESSE AFFAIRES1).

Il est entendu que chaque personne peut utiliser les outils et les trucs qui lui conviennent le mieux. Surtout, n'hésitez pas à les utiliser et à en conserver les traces dans la fiche *FileMaker*. Il est toujours plus facile d'appuyer ses propos lorsque l'on en a déjà identifié les arguments.

6. Annexe B: Éléments de codage provenant de l'équipe de Windsor.

PAIRED COMPARISON OF CONTENT- CODE SHEET

CTV GLOBEMEDIA ___ CANWEST GLOBAL ___ QUEBECOR (ENG) ___
 QUEBECOR (FRENCH) ___ ENG. CONTROL GRP ___ FRENCH CONTROL GRP ___
 WEEK 1ST ___ 2ND ___ 3RD ___ 4TH ___

FOCUS:
 INTERNATIONAL ___
 NATIONAL ___
 LOCAL ___
 OTHER _____

ISSUE AREA:
 POLITICAL ___
 ECONOMIC ___
 SOCIAL ___
 HUMAN INTEREST ___
 OTHER _____

TELEVISION: _____

DATE
 POSITION
 TIME
 # WORDS

NEWSPAPER: _____

DATE
 PAGE
 PARAGRAPHS

WORDS

TYPE OF

CONTENT:

FRONT PAGE ___
 INSIDE PAGE ___
 EDITORIAL ___
 FEATURE ___
 OTHER _____

HEADLINE:

POINTS OF SIMILARITY

REPORTER [_____] [_____] **SAME: YES** ___

LANGUAGE (HOW SIMILAR IS THE LANGUAGE?)
 (SIM SCORE) 1 2 3

STORY LEAD (HOW SIMILAR ARE STORY LEADS?)
 (SIM SCORE) 1 2 3

STORY DIMENSIONS (HOW SIMILAR ARE STORY DIMENSIONS COVERED?)
 (SIM SCORE) 1 2 3 # ON TV: 1 ___ 2 TO 3 ___ 4 OR MORE ___
 # IN PRINT: 1 ___ 2 TO 3 ___ 4 OR MORE ___

SOURCES (HOW SIMILAR ARE THE SOURCES USED?)
 (SIM SCORE) 1 2 3 # ON TV: ___
 # IN PRINT: ___

"SPIN" (EVALUATION OF POLICY, POL. PARTY, LEADER, ETC.)
 (SIM SCORE) 1 2 3

AVERAGE SIMILARITY SCORE [_____]

1= "RATHER DIFFERENT"- TREATMENT IN BOTH MEDIA APPEAR LARGELY INDEPENDENT;
2= "SOMEWHAT SIMILAR"- SOME RESEMBLANCE, POSSIBLY DUE TO COINCIDENCE OR NATURE OF THE EVENT;
3= "VERY SIMILAR (FOR "VERY SIMILAR" CODES, INDICATE EVIDENCE);
9= "N/A" (e.g., INDETERMINATE, NO SOURCES OR DETECTABLE SPIN)
CASE NUMBER _____

7. Annexe C : Récits de nouvelles ayant servi aux illustrations

JOURNAL DE MONTRÉAL (AVEC TVA TRANSFERTS FÉDÉRAUX)

Québec

Yves Chartrand

À la veille des élections au Québec

Gros coup de pouce de Harper

350 millions au gouvernement Charest pour atteindre les objectifs de Kyoto

p. 28

1. Ceux qui se demandent à qui ira la préférence du gouvernement conservateur lors des prochaines élections générales au Québec ont eu une réponse très claire hier : Stephen Harper a avancé 350 millions à son ami Jean Charest pour permettre au Québec d'atteindre les objectifs du protocole de Kyoto.

2. Ce contentieux ultra-émotif sur lequel deux ministres du Québec se sont cassé les dents depuis un peu plus d'un an s'est magiquement résolu hier.

3. Le premier ministre canadien a annoncé à Sherbrooke, en compagnie de Jean Charest, que son prochain budget en mars contiendra «un fonds d'écofiducie» garni de 1,5 milliard de dollars pour financer les projets provinciaux afin de réduire les gaz à effet de serre.

4. Quelque 350 millions de dollars iront au Québec, a précisé Stephen Harper, qui semble en train de faire un virage à 180 degrés sur la question de l'environnement depuis qu'il a retiré ce portefeuille à Rona Ambrose.

«Le gouvernement du Canada n'a pas encore annoncé de cible (de réduction de GES) pour le court terme» mais «nous le ferons dans les prochaines semaines».

De toute évidence grisé par ce gros coup de pouce de son homologue, Jean Charest a nettement encensé Stephen Harper, le disant «fidèle à son image», celle de respecter ses engagements. Il a également vanté son «fédéralisme d'ouverture».

Un autre beau cadeau plus tard

Rappelons que ce dossier avait donné lieu à des empoignes politiques majeures depuis l'automne 2005. Thomas Mulcair et Stéphane Dion, deux anciens ministres de l'Environnement, en étaient venus à se lancer des insultes en public.

Puis, depuis les débuts de cette année, leurs successeurs Claude Bécharde et Rona Ambrose s'étaient enguirlandés, à la limite de l'affrontement. L'épisode le plus coloré était survenu en décembre lorsque les deux se sont escrimés en plein sommet international à Nairobi, au Kenya, sans parvenir à un accord.

En donnant ainsi des munitions au PLQ, Stephen Harper vient ni plus ni moins que de s'inviter dans la prochaine campagne électorale au Québec, sur le point d'être déclenchée.

L'autre cadeau qu'il devrait consentir à Jean Charest pourrait être présenté à moins de quelques jours du scrutin, prévu pour le 26 mars, lorsqu'il déposera son budget avec une proposition en argent sonnante pour régler la question du déséquilibre fiscal.

Photo : Le premier ministre canadien Stephen Harper en compagnie de Jean Charest hier à Sherbrooke

JOURNAL DE MONTRÉAL (AVEC TVA QUEBECOR)

p.71

Brigitte McCann

Quebecor met 109 M\$ sur la table

La création de ce fonds privés implique un retrait du FCT et un appui à la production maison seulement

1. Coup de théâtre dans le milieu de la télévision. Quebecor veut abandonner le Fonds canadien de la télévision et met 109 M\$ sur la table pour financer ses propres productions. Pierre Karl Péladeau, pdg de Quebecor, demande à Ottawa de changer les règles de façon à permettre à l'empire d'investir dans son fonds : le Fonds Quebecor. L'organisme finance les productions télévisuelles de sa propre « famille » sur les ondes de TVA, LCN, Argent, Prise 2, le site Canoë, etc. Quebecor offre donc davantage d'argent aux artisans du milieu, mais dans le cadre de ses propres productions.

Conditions

2. Si Ottawa accepte, l'empire renoncerait, en contre-partie, « aux subventions directes du gouvernement fédéral » fournies par le Fonds canadien de télévision (FCT). Et promet d'investir 109 M\$ en trois ans dans la production de contenus canadiens, mais toujours via son propre fonds.

3. « Les sommes que nous proposons d'investir iront directement à la production », a assuré M. Péladeau hier, lors d'une conférence de presse tenue dans les studios de l'émission *On n'a pas toute la soirée*, à TVA.

4. L'an dernier, Quebecor a versé 15,2 M\$ au Fonds canadien de télévision et de 3,8 M\$ au Fonds Quebecor pour financer des émissions de télévision.

Radio-Canada

Un peu plus du tiers (37%) du budget du Fonds canadien de télévision (250 M\$) est réservé à Radio-Canada/CBC, ce que Quebecor ne digère pas.

Une fois sa proposition acceptée, Quebecor investirait 30 M\$ en productions télévisuelles en 2007. Une hausse de 11 M\$ par rapport à 2006. Quebecor promet que le Groupe TVA continuerait à consacrer le tiers de ses dépenses à l'acquisition et à la production de contenu original.

Les pertes d'emplois anticipées par divers membres du milieu n'auraient pas lieu, selon le pdg. « Bien au contraire, puisque le volume de production augmentera », affirme M. Péladeau.

« En travaillant pour Quebecor, on travaille également pour la télévision canadienne », a-t-il ajouté.

La demande de Quebecor a été signifié hier après-midi à la ministre du Patrimoine canadien, Bèv Oda.

Elle survient presque trois semaines après que Quebecor eut suspendu ses paiements mensuels au FCT, comme l'avait déjà fait Shaw Cablesystems en décembre. La décision a soulevé l'inquiétude d'associations professionnelles du milieu québécois.

Dans un rare front commun la semaine dernière, six importantes associations d'artisans de la télévision ont accusé Quebecor de les placer au bord de la crise.

Angoisse

« Tous les membres qu'on représente sont dans l'angoisse de se dire : *Est-ce qu'on va travailler demain?* » avait déclaré Marc Grégoire, président de la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC).

« La stabilité de toute une industrie est en jeu », avait affirmé Michel-Charles Major, directeur général de l'Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS).

-
- Depuis 1996, la cotisation au FCT est obligatoire pour tous les câblodistributeurs du pays (Rogers, Bell, Cogeco, Vidéotron). Leur cotisation correspond à un pourcentage de leurs revenus respectifs et constitue une condition de licence imposée par le CRTC.
-

Photo : Pierre Karl Péladeau a tenu sa conférence de presse dans les studios d'*On n'a pas toute la soirée*, à TVA, hier.

LA PRESSE - (AVEC SRC NORBOURGVLACROIX)

La Presse Affaires, mardi 13 février 2007, p. LA PRESSE AFFAIRES1

Une clause extraordinaire invoquée

Vincent Lacroix veut l'aide de l'État

Desjardins, Christiane

1. Refusé à l'aide juridique parce que ses revenus familiaux sont trop élevés, Vincent Lacroix, persiste à dire qu'il n'a pas les moyens de se payer un avocat. Le président déchu du groupe Norbourg demande maintenant au juge Claude Leblond d'obliger l'État à lui en payer un, afin qu'il puisse se défendre face à la cinquantaine d'accusations qui pèsent sur lui.

2. Lacroix s'est servi d'une requête plutôt rare, de type "Rowbotham", qui permet aux juges, dans des cas exceptionnels, de suspendre le processus judiciaire jusqu'à ce que le gouvernement prenne en charge le coût de défense d'un accusé. Pour convaincre le juge, Lacroix doit prouver qu'il est dans l'indigence et que la cause est trop complexe pour qu'il puisse assumer seul sa défense. Hier, l'ex-millionnaire a fait valoir qu'il est en faillite depuis le 19 mai 2006, qu'il ne travaille pas, qu'il est sans le sou, et qu'aucune banque ne veut lui ouvrir de compte. Il a aussi insisté sur le fait qu'il ne détient aucun bien ou somme d'argent à l'extérieur du pays, contrairement à ce que les médias ont véhiculé dans des articles, a-t-il précisé.

3. "Depuis le 25 août 2005 (jour des perquisitions dans les bureaux de Norbourg et début du scandale) on ne m'a jamais cru. C'est un débat que je veux tenir en présence du syndic", a dit Lacroix, hier. Le juge Leblond a signalé qu'il devait aussi considérer l'aide que ses proches pouvaient lui apporter.

4. Lacroix, qui vient de fêter ses 40 ans, demeure avec sa conjointe, Sylvie Giguère, et ils ont deux enfants. Avec les déboires de son mari, Mme Giguère a dû retourner travailler.

Elle travaille comme pharmacienne dans un hôpital de la Rive-Sud et gagne environ 80000\$ par année. Elle a trois propriétés valant 1,2 million à son nom, mais celles-ci font l'objet d'une hypothèque légale, car Revenu Québec lui réclame plus de 1,5 million en impôt impayé entre 1998 et 2004.

En fait, Revenu Québec soutient que Lacroix a transféré des biens à sa femme entre le 27 mars 2002 et le 31 mai 2005. Quoi qu'il en soit, le règlement de l'aide juridique ne considère pas une hypothèque légale comme une dette, ce qui laisse à Mme Giguère un revenu bien plus haut que le seuil maximal admissible, soit 18274\$ par année pour la gratuité, et 26041\$ pour une contribution.

L'autorité des marchés financiers, qui accuse Lacroix d'avoir manipulé des résultats financiers et participé au détournement de 130 millions de dollars, prétend qu'il a les moyens de se payer un avocat et s'oppose à sa demande. Le débat se poursuivra jeudi. Lacroix entend faire défiler des témoins pour appuyer ses prétentions.

Catégorie : Économie

Sujet(s) uniforme(s) : Cours et administration de la justice; Finances et placements personnels

Taille : Moyen, 341 mots

© 2007 *La Presse*. Tous droits réservés.

Doc. : news-20070213-LA-0064

SRC Télévision - Le Téléjournal / Le Point; Vincent Lacroix

Animateur(s) : GENEVIÈVE ASSELIN

GENEVIÈVE ASSELIN (LECTRICE) :

Il est accusé d'avoir dilapidé les millions de dollars que des épargnants lui avait confiés, mais il affirme aujourd'hui ne plus avoir un sou en poche. Vincent Lacroix s'est de nouveau adressé au tribunal, cette fois pour obtenir gratuitement les services d'un avocat. C'est un ultime recours pour l'ancien président de Norbourg, l'aide juridique ayant déjà refusé de lui fournir un avocat. Jacques Bissonnet.

JACQUES BISSONNET (JOURNALISTE) :

Vincent Lacroix, autrefois riche à millions, se dit ruiné et ne peut se payer un avocat pour sa défense. Il a échoué auprès de l'aide juridique. Il revient donc en cour avec une requête un peu spéciale, rarement utilisée.

LUCIE JONCAS (ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DES AVOCATS ET AVOCATES DE LA DÉFENSE)

:

La Charte canadienne des droits et libertés prévoit le droit à un procès juste et équitable. Et dans des causes complexes et de longue durée, on a besoin d'être assisté. Alors à ce moment-là, il faut s'assurer que ces droits soient sauvegardés.

JACQUES BISSONNET (JOURNALISTE) :

Pour tenter de convaincre le tribunal, Vincent Lacroix a dit qu'il était sans emploi et qu'il ne pouvait pas s'ouvrir un compte bancaire. Il a déclaré une faillite personnelle et ses principales sociétés dans Norbourg sont aussi en faillite. Bref, il affirme sous serment qu'il est sans actifs et sans revenus. Vincent Lacroix déclare également que sa conjointe, Sylvie Giguère, est pharmacienne à l'hôpital Charles-LeMoyne de Longueuil et que son salaire s'élève à 80 000 dollars par année. Madame Giguère possède en plus trois maisons évaluées à plus d'un million de dollars, mais ces immeubles ont été saisis par le gouvernement et

elle fait face à des requêtes en recouvrement pour un montant de 1,5 million de dollars. La requête de l'ancien président de Norbourg est contestée, cependant, par l'Autorité des marchés financiers.

FRÉDÉRIC ALBERO (AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS DU QUÉBEC) :

C'est son droit de demander ses frais d'avocat. Maintenant ce que je vous dis, c'est que nous allons démontrer qu'il a la capacité financière d'assumer ses frais d'avocat.

JACQUES BISSONNET (JOURNALISTE) :

Le procès de Vincent Lacroix est prévu en mai prochain. L'Autorité des marchés financiers a déposé contre lui 51 chefs d'accusation et lui réclame la somme de 115 millions de dollars. Maintenant, il y a la GRC qui enquête toujours dans cette affaire et d'autres accusations pourraient aussi être portées contre Lacroix. Des procès coûteux en vue, donc, pour un homme qui se dit sans fortune. Jacques Bissonnet, Radio-Canada, Montréal.