UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

LA CONSTRUCTION DE L'ACTUALITÉ DANS LES COMMUNAUTÉS FRANCOPHONES EN SITUATION MINORITAIRE AU CANADA À L'ÈRE NUMÉRIQUE

THÈSE PRÉSENTÉE À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DU DOCTORAT EN LETTRES
(CONCENTRATION EN COMMUNICATION SOCIALE)

PAR
ANNIE DESJARDINS

JUIN 2026

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire, de cette thèse ou de cet essai a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire, de sa thèse ou de son essai.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire, cette thèse ou cet essai. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire, de cette thèse et de son essai requiert son autorisation.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

Cette thèse a été dirigée par :

Jason Luckerhoff	Université du Québec à Trois-Rivières
Directeur de recherche	
Marc L. Johnson	Université du Québec à Trois-Rivières
Co-directeur de recherche	

Jury d'évaluation de la thèse :

Farrah Bérubé	Université du Québec à Trois-Rivières
Présidente du jury	
Marie-Eve Carignan	Université de Sherbrooke
Stéphanie Yates	Université du Québec à Montréal
Jason Luckerhoff	Université du Québec à Trois-Rivières
Marc L. Johnson	Université du Québec à Trois-Rivières

Il y a de ces femmes qui, sans changer le monde, nous transmettent une volonté de porter à notre tour le poids des luttes et d'alimenter les promesses des possibles.

À Huberte et Géraldine, pour ces portes ouvertes et le chemin qu'elles ont tracé, me permettant d'élargir mes propres perspectives et de m'ouvrir sur le monde.

À Ozianne, qui représente pour moi toutes ces femmes qui, dans l'humilité et la générosité, contribuent à leur façon à l'édification d'une société juste et bienveillante.

Je dois ma curiosité et ma liberté d'esprit à celles qui m'ont précédée.

Remerciements

Ce parcours, fait de remises en question, d'apprentissages et de dépassement de soi, n'aurait jamais pu être mené à terme sans le soutien et la générosité de nombreuses personnes que je souhaite ici remercier.

Je souhaite exprimer ma gratitude envers mes directeurs de thèse, Jason Luckerhoff et Marc L. Johnson en qui j'ai placé toute ma confiance et qui ont su m'amener jusqu'au bout de ce parcours. Merci Jason, de m'avoir accompagnée dans la découverte du monde académique, bien au-delà de cette thèse. Tu m'as proposé des projets stimulants, m'as impliqué dans des démarches collectives et m'as fait découvrir de nouvelles façons de construire le savoir. Merci pour ta disponibilité, ta générosité et ton encadrement constructif. Merci Marc, pour tes conseils, ton regard toujours juste et nuancé, ton humour et ta capacité à ramener les choses à l'essentiel. Ta grande rigueur intellectuelle et tes talents de pédagogue m'ont permis de repousser les limites de ma réflexion. Travailler à vos côtés a été un privilège rare.

Je remercie également les membres de mon comité de thèse, Farrah Bérubé du Département de lettres et communication sociale de l'UQTR et Marie-Eve Carignan du Département de communication de l'Université de Sherbrooke pour tout le temps investi à formuler des commentaires bienveillants à propos de mes articles de thèse. Merci également à Stéphanie Yates du Département de communication sociale et publique de l'Université du Québec à Montréal et membre externe de mon jury de thèse.

Je souhaite exprimer toute ma gratitude à la Fondation Baxter et Alma Ricard pour son précieux soutien financier pendant trois ans. Son appui a été essentiel à la réalisation de cette thèse.

Merci à Mélanie Tremblay, Linda Lauzon et Martin Caron du Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire et à Andrée Myette de la firme PGF Consultants pour leur grande ouverture à collaborer lors de la collecte de données d'une de mes démarches. Je remercie tout aussi chaleureusement l'équipe de l'*Acadie Nouvelle* de m'avoir accueillie dans leurs bureaux pendant deux semaines et de s'être montrée si généreuse, disponible et engagée tout au long de mon séjour. Ma reconnaissance va également aux nombreuses personnes qui ont accepté de partager avec moi leur expérience dans le cadre d'entretiens de recherche et m'ont ainsi témoigné leur confiance, sans laquelle les analyses ayant contribué à cette thèse n'auraient pu être effectuées.

Je remercie mes collègues de l'UQTR, Mylène, Étienne, Martino, Nikolai, François-René, pour leur soutien, leurs conseils et leur amitié, qui ont été importants pour moi surtout en fin de parcours. Un merci tout particulier à Pierre Michaud du Collège Laflèche qui a été une source inestimable d'inspiration.

Merci à mes amis en Acadie et à Montréal qui occupent une place si importante dans ma vie. Vous avez été là, toujours compréhensifs des sacrifices qu'exige ce parcours et vous avez su me faire décrocher, rire et respirer lorsque nécessaire.

Mes derniers remerciements vont à mes parents. Maman, papa, la persévérance et l'importance accordée au travail bien fait, c'est vous qui me les avez enseignées. Merci d'avoir toujours cru en moi et de n'avoir jamais remis en question ma capacité à aller au bout de mes ambitions. Vous avez toujours encouragé avec enthousiasme mon choix de poursuivre mes études, un privilège qui ne va pas de soi et dont je mesure pleinement la valeur. Votre présence, même à distance, a été un repère si précieux dans les moments de doute comme dans les moments de joie. J'en suis infiniment reconnaissante.

Résumé

Dans cette thèse par articles, nous avons étudié la construction de l'actualité dans les communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) au Canada à l'ère numérique. Ces communautés sont caractérisées par une fragilité linguistique et culturelle et les médias sont perçus comme des institutions centrales à la vitalité communautaire. Or, dans un contexte marqué à la fois par la proximité relationnelle et par la reconfiguration des pratiques journalistiques sous l'effet du numérique, nous avons voulu saisir comment ces changements façonnent la construction de l'actualité. Notre posture de chercheuse issue des CFSM et ayant travaillé au sein de certains de leurs médias nous a placée à l'intersection de l'expérience vécue et de l'analyse scientifique. Nous avons considéré cette proximité avec l'objet d'étude comme une ressource permettant un accès privilégié au terrain et une compréhension fine des réalités étudiées.

Mobilisant la méthodologie de la théorisation enracinée, une approche inductive, cette thèse présente quatre articles scientifiques qui s'inscrivent dans une démarche à la fois cumulative et intégrative. Chaque article a contribué à orienter le suivant : les constats issus de l'un ont ouvert de nouveaux questionnements, enrichi les angles d'analyse et affiné la compréhension progressive du phénomène à l'étude.

Nos analyses conduisent à quelques constats principaux. D'abord, les 58 médias communautaires des CFSM, répartis dans l'ensemble des provinces et territoires canadiens, sont confrontés à d'importants défis tout en faisant preuve d'une remarquable capacité d'adaptation. Cette résilience nous apparaît moins comme une réponse exceptionnelle aux difficultés que comme une condition ordinaire de leur existence. Ensuite, la relation journaliste-source est marquée par une forte proximité géographique et sociale, par la diversité des acteurs et actrices en présence ainsi que par une tension constante vécue par les journalistes entre une intention d'informer et une intention de défendre et de promouvoir sa communauté. Cette tension se manifeste moins dans les interactions explicites entre journalistes et sources que dans le travail réflexif par lequel les journalistes négocient leur rôle et leurs pratiques. Par ailleurs, l'étude de cas menée à *l'Acadie Nouvelle* révèle que, malgré un volume important de propositions provenant majoritairement de sources institutionnelles, les journalistes conservent une réelle autonomie éditoriale. Ils privilégient les voix citoyennes et de proximité et sont à l'origine de près de la moitié des contenus publiés, témoignant ainsi de leur rôle actif dans la définition de l'agenda médiatique. Enfin, les médias des CFSM partagent les défis financiers et organisationnels de l'ensemble du secteur médiatique, mais semble les vivre avec une intensité particulière en raison de leur contexte minoritaire.

Abstract

In this thesis, we examined news construction in francophone minority communities in Canada in the digital age. These communities are characterized by linguistic and cultural fragility, and media outlets are perceived as institutions central to community vitality. In a context shaped both by relational proximity and by the reconfiguration of journalistic practices under the influence of digital technology, we sought to understand how these changes shape the construction of news. Our position as a researcher from a French-language minority community having worked inside some of their media organizations, placed us at the intersection of lived experience and scholarly analysis. We regarded this closeness to the object of study as a resource enabling privileged access to the field and a nuanced understanding of the realities under examination.

Drawing on grounded theory methodology, an inductive approach, this thesis presents four scholarly articles that follow a logic that is both cumulative and integrative. Each article helped orient the next: findings from one opened new lines of questioning, enriched the angles of analysis, and progressively deepened understanding of the phenomenon under study.

Our analyses yield several key findings. First, the 58 community media outlets serving the French communities, spread across all Canadian provinces and territories, face significant challenges while demonstrating a remarkable capacity for adaptation. This resilience appears to us less as an exceptional response to adversity than as an ordinary condition of their existence. Second, the journalist–source relationship is marked by strong geographic and social proximity, by the diversity of actors involved, and by a persistent tension experienced by journalists between an intention to inform and an intention to promote and advocate for their community. This tension manifests less in explicit interactions between journalists and sources than in the reflexive work through which journalists negotiate their role and their practices. Furthermore, the case study conducted at the Acadie Nouvelle reveals that, despite a high volume of pitches originating predominantly from institutional sources, journalists retain genuine editorial autonomy. They give priority to citizen voices and local perspectives, and they originate nearly half of the published content, demonstrating their active role in shaping the media agenda. Finally, the French minority media outlets share the financial and organizational challenges facing the broader media sector but appear to experience them with particular intensity due to their minority context.

Liste des figures

Figure 1. Proximité et distance des radios communautaires des CFSM par rapport aux centres urbains 82
Figure 2. La construction de l'actualité dans les CFSM 122
Figure 3. L'étude de la construction de l'actualité dans les CFSM 180

Liste des tableaux

Tableau 1. Codage des données qualitatives pour mieux comprendre l'état des médias communautaires des CFSM 61
Tableau 2. Codage des données qualitatives pour mieux comprendre la relation journaliste-source dans les CFSM 64
Tableau 3. Codage des données qualitatives pour mieux comprendre la construction de l'actualité à l'*Acadie Nouvelle* 66
Tableau 4. Liste et caractéristiques des journaux communautaires francophones des CFSM 77
Tableau 5. Liste et caractéristiques des radios communautaires des CFSM 78
Tableau 6. Répartition des types d'intrants reçus par l'*Acadie Nouvelle* issus des canaux routiniers 137
Tableau 7. Type de sources des intrants reçus par l'*Acadie Nouvelle* 138
Tableau 8. Modes de réception des intrants reçus par l'*Acadie Nouvelle* 139
Tableau 9. Taux de transformation des intrants reçus par l'*Acadie Nouvelle* issus des canaux routiniers 142

Table des matières

Remerciements ..... *iii*

Résumé ..... *i*

Abstract ..... *i*

Liste des figures ..... *iii*

Liste des tableaux ..... *iii*

Introduction *1*

Chapitre I : Problématique générale *2*

Introduction **2**

1.1. L'ère numérique : un contexte d'étude de la relation journaliste-source **3**

1.1.1. La fragilisation des conditions de production de l'information 5

1.1.2. De nouveaux moyens de communiquer 11

1.2. La relation journaliste-source **12**

1.2.1. Définir les acteurs et actrices dans la relation 12

1.2.2. Une relation amour-haine 14

1.2.3. L'étude du pouvoir et de l'influence 15

1.2.4. Comprendre la relation au prisme d'une négociation complexe 19

1.2.5. Reconfiguration de la construction de l'actualité : données, publics et paradigme du journalisme de communication 21

1.3. Les médias et les minorités **23**

1.4. Les communautés francophones en situation minoritaire au Canada **27**

1.4.1. Les médias dans les CFSM 32

1.5. La construction de l'actualité dans les CFSM au Canada **35**

1.6. La relation journaliste-source dans les CFSM à l'ère numérique : trois questions générales de recherche **41**

1.7. Objectifs spécifiques **42**

1.7.1. Objectif spécifique I 42

1.7.2. Objectif spécifique II 42

1.7.3. Objectif spécifique III 43

Chapitre II : Méthodologie *44*

Introduction **44**

2.1. Notre proximité avec l'objet d'étude **44**

2.2. Une approche inductive par la méthodologie de la théorisation enracinée **47**

2.2.1. La suspension des références aux écrits scientifiques 49

2.2.2. L'échantillonnage théorique 50

2.2.3. Une trajectoire hélicoïdale et une comparaison constante 51

2.2.4. La valeur des analyses 54

2.3. Les méthodes propres à chacun de nos objectifs spécifiques **56**

2.3.1. Les méthodes visant à mieux comprendre l'environnement dans lequel évoluent les médias communautaires des CFSM 56

2.3.2. Les méthodes visant à mieux comprendre la relation journaliste-source dans les CFSM et à l'ère numérique 62
2.3.3. Les méthodes visant à mieux comprendre la construction de l'actualité dans les CFSM à l'ère numérique 65

Chapitre III : Articles de la thèse *68*

3.1. Premier article inséré – Les médias communautaires dans la francophonie en situation minoritaire au Canada à l'ère numérique : portrait et analyse de défis et stratégies d'adaptation **68**
3.1.1. Introduction 68
3.1.2. Méthodologie 72
3.1.3. Analyse 72
3.1.4. Discussion et conclusion 92

3.2. Deuxième article inséré – La relation journaliste-source dans les communautés francophones en situation minoritaire au Canada **94**
3.2.1. Introduction 94
3.2.2. Méthodologie 97
3.2.3. Analyse 98
3.2.4. Discussion. Une négociation plus réflexive que relationnelle 120
3.2.5. Conclusion 122

3.3. Troisième article inséré – La construction de l'actualité dans les communautés francophones canadiennes en situation minoritaire : *l'Acadie Nouvelle* entre apports des sources et initiatives journalistiques **125**
3.3.1. Introduction 125
3.3.2. Problématique 126
3.3.3. Méthodologie 130
3.3.4. Discussion et conclusion 152

Chapitre IV — Discussion *156*

4.1. Quatrième article inséré : La fragilisation des conditions de production et la construction de l'actualité en contexte minoritaire francophone **156**
4.1.1. Problématique 156
4.1.2. Méthodologie 158
4.1.3. Analyse 160
4.1.4. Conclusion 176

Chapitre V — Synthèse et conclusion *179*

5.1. Introduction **179**

5.2. Synthèse et apports théoriques **180**
5.2.1. Le portrait des médias communautaires dans les CFSM 180
5.2.2. La nature de la relation journaliste-source en milieu francophone minoritaire 184
5.2.3. La construction de l'actualité dans un média en particulier : *l'Acadie Nouvelle* 187

5.3. Recommandations aux acteurs et actrices des médias étudiés **191**

Bibliographie *193*

Introduction

Dans cette thèse, nous avons tenté de mieux comprendre le phénomène de la construction de l'actualité dans les communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) au Canada à l'ère numérique. Le chapitre I constitue une première immersion dans le phénomène à l'étude. Nous y présentons le contexte général de la recherche, les principaux enjeux qui la sous-tendent ainsi que la problématique qui oriente notre démarche. Le chapitre II est consacré à la méthodologie générale de cette thèse. Nous y exposons les fondements de la méthodologie de la théorisation enracinée, approche retenue pour guider l'exploration du phénomène. Nous précisons également les méthodes mobilisées et les corpus constitués pour répondre à nos objectifs spécifiques de thèse. Le chapitre III regroupe les différents articles scientifiques issus de nos analyses. Leur ordre d'insertion respecte la chronologie de la recherche. Le premier article brosse un portrait des médias communautaires des CFSM, en mettant en lumière leurs défis et leurs stratégies d'adaptation. Le deuxième s'intéresse plus particulièrement à la relation journaliste-source. Le troisième propose une étude de cas menée à l'*Acadie Nouvelle*, visant à éclairer les modalités concrètes de la construction de l'actualité, tant du point de vue de l'initiative des sources que de celle des journalistes. Le chapitre IV prend la forme d'un dernier article scientifique. Il présente une étude portant sur la fragilisation des conditions de production de l'information dans les CFSM. Enfin, le chapitre V propose une conclusion mettant en exergue les principaux apports empiriques et théoriques ainsi que des recommandations pour les acteurs et actrices du milieu de la recherche et des médias étudiés.

.

Chapitre I : Problématique générale

Introduction

Les chercheurs et chercheuses qui se sont intéressés à la construction de l'actualité ont souvent tourné leur regard vers la relation journaliste-source. Ils nous enseignent que cette relation, structurée par un jeu de négociation où interviennent des acteurs professionnels aux intérêts à la fois convergents et divergents, se trouve au cœur du processus de construction de l'actualité (Charron, 1994 et 2023 ; Macnamara, 2014 ; Francoeur, 2017a et 2017b ; Iturregui-Mardaras *et al.*, 2020). Or, cette relation n'est pas figée dans le temps ni dans l'espace (Fisher, 2018) ; elle peut varier selon les contextes sociaux, culturels, politiques et économiques ainsi qu'en fonction des avancées technologiques propres aux médias. Dans le cadre de notre projet doctoral, ce constat se traduit par une volonté d'appréhender le phénomène de la construction de l'actualité dans un monde médiatique en mutation, notamment sous l'effet du déploiement et de l'usage croissant d'applications et de dispositifs qui caractérisent l'ère numérique. Nous souhaitons, par ailleurs, mieux comprendre cette relation dans un contexte particulier, celui des communautés francophones en situation minoritaire au Canada (CFSM), dont la vitalité linguistique et culturelle se voit confrontée à de grands défis ; au sein de ces communautés, les médias représentent des institutions contribuant directement à cette vitalité. Ce contexte confère à l'étude de la relation journaliste-source une portée particulière, puisqu'il met en lumière la manière dont cette relation s'articule dans un environnement médiatique minoritaire. L'objectif de ce chapitre est ainsi de présenter la problématique générale de notre thèse en décrivant trois dimensions importantes de notre objet : son contexte temporel, étroitement lié à la transformation numérique ; la spécificité de la relation journaliste-source au sein du monde médiatique ; enfin, le milieu dans lequel cette relation évolue, soit les CFSM. Nous croyons nécessaire de préciser que le présent chapitre a été rédigé après avoir collecté et analysé des données empiriques, choix motivé par une volonté de mieux tenir compte, dès l'établissement de notre problématique, d'enjeux qui sont réellement vécus et formulés par les acteurs et actrices du terrain, et ce, afin que ces données puissent pleinement orienter la construction de notre objet de recherche.

1.1. L'ère numérique : un contexte d'étude de la relation journaliste-source

Notre étude de la relation journaliste-source dans les CFSM s'inscrit dans un contexte en mouvance, que nous aborderons en tenant compte de certaines de ses particularités, à commencer par le Web 2.0 et le Web 3.0. Si l'histoire du Web social remonte aux débuts d'Internet dans les années 1990 (pensons à l'émergence de sites de réseautage social, tels que Six Degrees et Friendster), c'est véritablement l'avènement de plateformes telles MySpace en 2003 et Facebook en 2004 qui, en offrant la possibilité de créer, de partager et d'échanger du contenu de manière inédite, a permis au Web social de prendre son essor (Charest et Bédard, 2013).

Avec le déploiement de Facebook en particulier, l'appellation « médias sociaux » s'est largement répandue, mais plusieurs autres expressions ont servi et servent toujours à nommer ces nouveaux supports numériques d'information, dont « réseaux sociaux » et les « réseaux socionumériques ». Viallon et Gardère (2020) rappellent que la famille, les amis, les collègues, les associations et les communautés formaient déjà des réseaux sociaux, et ce, bien avant l'ère numérique. Il est donc inexact selon eux d'employer de telles expressions afin de désigner des plateformes numériques. Cette distinction ouvre la voie à une clarification conceptuelle afin de déterminer ce que la recherche désigne réellement lorsqu'elle parle de réseaux sociaux. En 2007, Boyd et Ellison ont posé les bases de la définition des sites de réseaux sociaux (*social network sites*) ; leur conceptualisation initiale mettait l'accent sur trois aspects fondamentaux : la construction d'un profil public ou semi-public, la gestion d'une liste de connexions ainsi que la possibilité de visualiser et de parcourir ces listes de connexions au sein du système. Cette définition a servi de point de départ à une meilleure compréhension de la nature et du fonctionnement de ces plateformes émergentes. En 2011, Stenger et Coutant ont introduit l'expression *réseaux socionumériques*, affinant ainsi la terminologie pour mieux refléter la nature de ces plateformes. Leurs travaux s'appuient sur la définition initiale de Boyd et Ellison, mais ont particulièrement souligné l'importance de l'aspect social et relationnel de ces réseaux, mettant en avant la possibilité de retrouver ses amis et d'interagir avec eux comme principal attrait. Toujours en 2011, Ellison et Thierry proposent une version remaniée de leur définition originale de 2007. Cette nouvelle conceptualisation offre une description

plus précise de l'architecture technique des réseaux socionumériques. Ils ont à nouveau identifié trois caractéristiques clés de ces plateformes :

> Un site de réseau social est *une plate-forme de communication en réseau* dans laquelle les participants 1) disposent de *profils associés à une identification unique* qui sont créés par une combinaison de contenus fournis par l'utilisateur, de contenus fournis par des « amis », et de données système ; 2) peuvent *exposer publiquement des relations* susceptibles d'être visualisées et consultées par d'autres ; 3) peuvent accéder *à des flux de contenus incluant des contenus générés par l'utilisateur* — notamment des combinaisons de textes, photos, vidéos, mises à jour de lieux et/ou liens — fournis par leurs contacts sur le site (Ellison et Thierry, 2011, p.22).

Si différentes appellations sont employées pour désigner ces plateformes, nous retenons l'expression *réseaux socionumériques,* car elle permet de saisir simultanément leurs dimensions techniques et relationnelles[1], toutes se montrant essentielles au moment d'appréhender les nouvelles modalités d'interaction des acteurs et actrices de la communication publique qu'elles rendent possibles[2].

Bien que certaines recherches le situent dans le prolongement du Web social ou Web 2.0, certaines recherches situent l'écosystème numérique actuel dans un nouveau paradigme, le Web 3.0, marqué par des technologies traitant l'information de façon de plus en plus automatisée, par une circulation algorithmique des contenus et par le recours croissant à l'intelligence artificielle (IA). Polysémique, ce paradigme fut initialement associé à l'expression « Web sémantique », qui désigne un projet technique visant à rendre les contenus du Web compréhensibles par les machines (Berners-Lee *et al.,* 2001). Or, l'expression « Web 3.0 » est aujourd'hui employée dans un sens élargi, qui recouvre un ensemble de transformations sociotechniques marquées par l'automatisation, la circulation algorithmique des contenus et le recours accru à l'IA. Dans cette perspective, le Web sémantique représente l'une des composantes techniques du Web 3.0, sans toutefois en épuiser les dimensions sociales, économiques et professionnelles (Diakopoulos, 2019).

[1] Nous n'incluons pas à cette définition les médias d'information qui diffusent entièrement ou partiellement en mode numérique.

[2] La communication publique se définit comme « l'ensemble des activités liées à la production et à la circulation des discours publics relatifs aux affaires ou aux enjeux d'intérêt public » (Charron, 2023, p. 7).

Les innovations technologiques portées par le Web 2.0 et le Web 3.0 s'inscrivent dans un ensemble de transformations ayant marqué tous les domaines de la communication publique et touchant à la fois les sources, les journalistes et les publics (Charron, 2023). Nous verrons dans les prochaines sections que, tel un jeu de dominos, ces innovations déclenchent une série d'effets successifs au sein des médias d'information: les perturbations financières entraînent des défis d'effectifs, qui influencent ensuite la relation entre journalistes et sources. Il sera ainsi question, dans les prochaines pages, des transformations qui touchent les médias traditionnels : télévisuels, radiophoniques et imprimés. Elles seront décrites sous deux angles qui nous intéressent particulièrement : d'une part, la fragilisation des conditions de production de l'information, de l'autre, les changements marquant dans les modes de communication adoptés par les acteurs et actrices de la communication publique.

1.1.1. La fragilisation des conditions de production de l'information

La présente thèse s'inscrit dans une tradition de recherche se penchant sur la manière dont le marché, les nouvelles technologies et les systèmes organisationnels influencent les conditions de production de l'information et se répercutent sur les formats journalistiques de même que sur la qualité de l'information (Klinenberg, 2000 ; Champagne, 2000 ; Marchetti et Baisnée, 2002 ; Hubé, 2010; Hess et Waller, 2017; Lusiana et Parastry, 2025). Les bouleversements présentés ci-dessous sont considérables et affectent directement la profession du journalisme et, par extension, la façon dont se construit l'actualité (Francoeur, 2017a). Nous envisageons cette dernière sous l'angle de la production, en tenant compte de deux niveaux d'analyse : économique, lié au modèle d'affaires, et technologique, associé au développement des technologies de l'information et de la communication (*id*.). Nous concevons en outre le terme « médias » tel qu'il est employé dans l'acception « médias d'information », qui désigne lui-même des entreprises de presse privées, communautaires et publiques produisant et diffusant principalement des contenus informatifs sur des canaux traditionnels et/ou numériques, notamment la radio, la télévision et la presse écrite (Rieffel, 2005).

Sans trop détailler nos analyses ici, il importe néanmoins d'annoncer trois dimensions du phénomène qui se sont révélées au fil de notre recherche[3], en accord avec l'approche inductive que nous avons mobilisée et qui sera présentée dans le chapitre II , soit : la crise financière des médias, les contraintes organisationnelles qu'ils subissent et celles qui découlent des transformations numériques.

La crise financière des médias

Depuis la fin de la décennie 2000, la recherche converge autour de l'idée voulant qu'une crise touche les médias canadiens et, plus particulièrement, les médias locaux et régionaux. Les travaux sur le Canada et le Québec documentent une succession de fermetures et de réductions de services, au point où l'on qualifie de nombreuses communautés de déserts informationnels (Youran Qin, 2025). Un rapport issu du Local News Research Project (2025) montre qu'entre 2008 et 2025, plus de 550 médias locaux et régionaux ont fermé leurs portes dans 372 communautés du Canada, soit 40 quotidiens (gratuits ou payants), 422 médias écrits communautaires, 45 stations de radio, 11 stations de télévision et près de 50 médias numériques.

Les causes de cette crise, à laquelle font face petits et grands médias, sont multiples, mais la plupart s'expliquent par le rétrécissement de l'assiette publicitaire, qui s'est contractée de près de 6 milliards de dollars au cours de la période étudiée. Parallèlement, les ventes publicitaires en ligne poursuivent leur croissance, générant — seulement en 2021 – 12,3 milliards (Lindgren et Corbett, 2025). Certes, la fragilité des médias locaux n'est pas nouvelle, puisque, en raison du petit marché dans lequel ils opèrent, leurs revenus publicitaires sont plus limités. Cependant, l'arrivée des technologies numériques a accentué ces défis financiers.

En effet, nombre de travaux attestent de la migration importante de la publicité des médias traditionnels vers les géants du numérique tels que les GAFAM, soit un ensemble

[3] Comme l'explique Willig (2001) même si une problématique initiale est esquissée, celle-ci se transforme au contact des données empiriques et des expériences rapportées par les acteurs et actrices concernés. Par ailleurs, la délimitation de l'objet de recherche répond moins à une exigence de cohérence théorique préalable qu'à des critères de pertinence sociale et scientifique, lesquels se précisent progressivement au fil de la recherche (Guillemette, 2006).

d'infomédiaires[4] devenus au fil des années de véritables « carrefours où convergent simultanément un nombre astronomique d'internautes » (Charron, 2023, p. 247). Cette concentration de l'audience en ligne incite les entreprises et les gouvernements à investir davantage dans la publicité numérique que dans les médias traditionnels[5], ce qui entraîne une diminution des revenus publicitaires de ces derniers (Giroux et Charlton, 2012). Aujourd'hui, près des trois quarts des dépenses publicitaires réalisées au Canada sont consacrées aux plateformes numériques. Le gouvernement fédéral s'inscrit lui aussi dans cette tendance : en 2023 et 2024, l'Agence de coordination du gouvernement du Canada a consacré 64 % de son budget publicitaire, soit plus de 39 millions de dollars sur un budget de plus de 76 millions, aux médias numériques, contre 36 % aux médias traditionnels (Bergeron, 2025). Dans ce contexte, les petits médias, notamment dans les CFSM, se trouvent particulièrement fragilisés ; ils doivent non seulement rivaliser avec ceux de la majorité anglophone, mais également avec les grandes plateformes numériques, dont la capacité d'attraction publicitaire dépasse largement la leur.

Si les infomédiaires les plus importants contribuent à la crise du journalisme, ils jouent aussi un rôle dans sa survie (Becquet, 2017), dans la mesure où ils augmentent la visibilité des entreprises de presse. Une étude menée en 2022 montre que quatre Québécois francophones sur dix désignent un support en ligne (site ou application, réseau socionumérique ou autre plateforme) comme principale source d'information, une proportion qui passe à six sur dix chez les moins de 35 ans (Newman *et al.,* 2025). Cette attention représente une manne pour les médias, qui publient maintenant sur les plateformes dans le but d'attirer du trafic vers leurs propres sites, puisque chaque visite permet de récolter des revenus publicitaires (Chakraborty *et al.*, 2016 ; Bruns, 2017). Il appert toutefois que la présence des médias traditionnels sur les réseaux socionumériques, tels que Facebook, engendre des défis. Par exemple, en 2017, cette plateforme a lancé un projet pilote dans lequel les contenus publiés par les différentes pages, dont celles des médias, étaient déplacés vers un fil secondaire, tandis que le fil principal ne présentait que

[4] Les GAFAM peuvent être décrits comme des infomédiaires. Ce concept est retenu pour décrire ce phénomène qui pousse les médias à céder le contrôle d'une grande partie de la diffusion de leur production à des tiers (Rebillard et Smyrnaios, 2010).

[5] Cela s'explique par les coûts de publicité moindre et de publicité plus ciblée. Cela engendre aussi de nouvelles pratiques publicitaires pour les médias traditionnels (comme la publicité native).

les publications des amis et des groupes des utilisateurs et utilisatrices, reléguant ainsi les contenus d'actualité à l'arrière-plan (Radio-Canada, 2022). En 2023, le Sénat canadien a adopté le projet de loi C-18, qui oblige les grandes plateformes à rémunérer les médias pour l'utilisation ou le partage de leurs contenus. En réponse à l'adoption de cette loi, Meta a annoncé qu'il suspendait l'accès aux actualités sur Facebook et Instagram pour tous les utilisateurs et utilisatrices situés au Canada (Presse canadienne, 2023). De telles décisions révèlent la vulnérabilité des médias traditionnels face à tout changement d'algorithme ou de politique de la part de ces entreprises (Brousteau et Francoeur, 2019). Par ailleurs, cela leur demande d'élaborer des stratégies pour assurer leur découvrabilité autrement.

Les contraintes organisationnelles liées aux transformations du numérique

Les défis financiers décrits ci-dessus entraînent également des défis organisationnels. Les journalistes se doivent aujourd'hui de faire plus avec moins (Charron, 2023). Concrètement, dans le contexte des médias locaux, l'intensification de cette pression se traduit par des réductions drastiques d'effectifs et de budgets, ce qui oblige les rédactions à couvrir davantage de territoires et d'enjeux avec des ressources réduites (Hess et Waller, 2017 ; Martel, 2018). Les études récentes portant sur les salles de nouvelles québécoises, petites ou plus grandes, montrent que les journalistes doivent faire preuve d'une polyvalence accrue en exerçant des rôles multiples (reporter, monteur vidéo, gestionnaire de réseaux sociaux) dans des délais raccourcis, ce qui affecte la profondeur de leurs informations (Patrimoine canadien, 2022). On observe, par ailleurs, une diminution considérable du nombre de journalistes en emploi et des compressions budgétaires, corollaires à une baisse d'intérêt pour cette pratique professionnelle (O'Donnell, Zion et Sherwood, 2016 ; Reinardy, 2011). Nel (2010) a documenté cette tendance dès le début du présent siècle : « Le nombre de journalistes britanniques a diminué entre 2001 et 2010 de 25 % à 33 % pour atteindre environ 40 000 membres » (p. 264 ; trad. libre). Plus récemment, la pandémie de COVID-19 a fait très mal au secteur des médias au pays : 2553 personnes ont perdu leur emploi en 2020 selon une compilation rendue publique par l'Association canadienne des journalistes et divers autres organismes (St-Germain et White, 2020). Selon les données publiées par Statistique Canada (2021), entre décembre 2016 et décembre 2021, le nombre d'emplois en équivalent temps complet (toutes

catégories) a baissé de 28 % dans l'industrie de la radio et de la télévision généraliste. L'exode des journalistes s'exprime aussi par une tendance à se tourner vers les métiers des relations publiques (Kester et Prenger, 2021 ; Fisher 2018 ; Viererbl et Koch, 2019). Valentini (2019) affirme que ce « phénomène […] a pris de l'ampleur au cours des dernières années avec la crise financière et le foisonnement des médias numériques » (p. 63). Ihlen et Pallas (2014) ont quant à eux remarqué des tendances similaires dans plusieurs pays, ce qui laisse croire que de nombreuses organisations emploient des ex-journalistes au sein de leur équipe interne dans le but précis de tirer profit de leurs méthodes de travail et d'être plus efficaces dans leurs relations avec les médias (p. 63). Le terme néerlandais *overloper* (qui signifie « transfuge », « déserteur » ou « renégat ») est ainsi utilisé pour décrire celles et ceux qui font la transition du journalisme aux relations publiques (Kester et Prenger, 2021).

Les contraintes découlant des transformations du numérique

La rapidité et l'ampleur des transformations numériques exigent des médias une capacité d'adaptation constante, ce qui représente un défi particulier pour les organisations de petite taille. Contrairement aux grands groupes médiatiques, ces dernières disposent de ressources financières, humaines et technologiques limitées, ce qui restreint leur marge de manœuvre face à l'évolution rapide des plateformes, des formats et des outils numériques (Anderson *et al.*, 2014 ; Napoli, 2019). En outre, cette adaptation s'opère souvent de manière fragmentée, soit par l'intégration progressive de nouveaux outils plutôt que par le déploiement de stratégies numériques formalisées et appliquées à long terme (Bunce *et al.*, 2018).

L'enjeu qui se dessine alors concerne plus largement la perte d'autonomie des journalistes, surtout dans les petits médias, entendue comme l'une des conséquences majeures des transformations contemporaines du monde des médias. Selon plusieurs autrices et auteurs, l'ensemble des contraintes qui pèsent aujourd'hui sur les médias — économiques, organisationnelles ou technologiques — n'affectent plus seulement les conditions matérielles de production de l'information, mais exercent une pression accrue sur l'autonomie journalistique. Condition d'« existence d'une presse vigoureuse et indépendante, composante essentielle à l'expérience démocratique » (Thibault *et al.*, 2020,

§ 5), ce principe qui est largement mis de l'avant dans les codes de déontologie journalistique peut se définir comme « la capacité des journalistes à contrôler la production de l'information au sein des entreprises de presse, selon des principes établis tels que l'équilibre et l'impartialité dans la couverture des enjeux et l'indépendance à l'égard de toute pression » (*ibid*.). Il apparaît dès lors que les grands défis auxquels sont confrontés les médias tendent à restreindre la capacité des journalistes à contrôler le processus de production de l'information, contribuant ainsi à une fragilisation de leur autonomie. La capacité des journalistes à maintenir une distance professionnelle, à exercer un jugement éditorial et à négocier le cadrage des enjeux dans le processus de construction de l'actualité est de fait étroitement liée aux rapports qu'ils entretiennent avec les acteurs et actrices qui alimentent l'information. Dans un contexte où les contraintes économiques, organisationnelles et technologiques réduisent les marges de manœuvre, ces rapports sont susceptibles d'une reconfiguration transformant l'autonomie en objet d'analyse essentiel à la compréhension des dynamiques propres à la relation journaliste-source contemporaine.

Devant cette fragilisation des conditions de production de l'information, l'IA est présentée dans les discours professionnels et scientifiques comme une solution potentielle aux contraintes auxquelles font face les médias : en matière de productivité, d'automatisation de certaines tâches et d'optimisation des flux de travail, l'IA pourrait, en effet, constituer un levier intéressant. Elle serait susceptible d'atténuer la pression temporelle et organisationnelle qui agit sur les salles de rédaction, en particulier dans un contexte de rareté des ressources (Verma, 2024). Toutefois, cette promesse technologique s'accompagne de risques, tant sur le plan éthique que professionnel. Les travaux récents soulignent notamment des enjeux liés aux biais algorithmiques, à la transparence des processus de production de l'information, à l'uniformisation des contenus et à la diffusion potentielle de désinformation (Verma, 2024). À ces préoccupations s'ajoutent des questions de responsabilité éditoriale et de perte de maîtrise sur certaines étapes de la production journalistique (Jubaer, 2024).

Cette section a brossé un portrait des principaux défis auxquels font face les médias. Bien qu'ils ne soient pas tous entièrement nouveaux, ils se sont toutefois intensifiés avec l'avènement de l'ère numérique et leur impact se fait sentir à des degrés variables selon le

type de médias. La situation des médias locaux apparaît particulièrement vulnérable (Brunelle et Brin, 2019). Cette vulnérabilité constitue un élément essentiel pour notre thèse, en raison de ses effets directs sur la construction de l'actualité.

1.1.2. De nouveaux moyens de communiquer

Ces transformations ne concernent pas uniquement les médias et les journalistes, mais touchent également l'ensemble des acteurs et actrices qui participent à la production et à la circulation de l'information, dont les sources, c'est-à-dire toutes les personnes et organisations susceptibles de fournir des contenus aux médias, qu'il s'agisse d'informations factuelles ou de points de vue. L'émergence de nouveaux moyens de communiquer, rendue possible par les technologies numériques, a modifié les ressources dont disposent ces sources pour rendre visibles leurs messages. En effet, les progrès réalisés depuis les années 1980 dans les technologies de l'information et de la communication ont offert de nouvelles possibilités d'intervention dans l'espace public. Désormais, une variété de plateformes permettent non seulement aux relationnistes, mais aussi aux citoyens et citoyennes, de même qu'aux individus sans affiliation institutionnelle, de produire, de diffuser et d'amplifier des contenus informationnels.

Ces transformations ont été largement investies par les spécialistes des relations publiques, qui ont su exploiter différents outils pour structurer et professionnaliser la communication des organisations. La recherche constate ainsi que les relations publiques connaissent une montée en puissance (Gregory et Fawkes, 2019). Déjà en 2010, Evans relatait leur importance grandissante dans notre société : « Récemment, il est devenu évident qu'une bonne communication, des relations positives avec les médias et une stratégie proactive de gestion de la réputation sont essentielles pour toutes les organisations modernes, qu'elles soient publiques, privées ou à but non lucratif[6] » (p. 32). Selon des données de Statistique Canada, entre décembre 2016 et décembre 2021, les domaines de la publicité, des relations publiques et des services connexes ont enregistré une hausse de

[6] Trad. libre de : « Recently it has become a truism that good communications, positive media relations and a proactive reputation management strategy are critical to all modern organisations in public, private, or third sectors. »

leurs effectifs de 24 %, croissance qui contraste avec la situation observée dans le domaine du journalisme au cours de la même période (Giroux, 2022). Selon Iturregui-Mardaras et ses collègues (2020), le dynamisme et la vitalité des relations publiques s'expliquent par le fait que ses praticiens disposent de « nouveaux outils ouvrant des perspectives jusqu'alors inimaginables, ainsi que de grandes équipes de spécialistes, dont la plupart ont une expérience des médias et sont conscients de la situation réelle des salles de rédaction[7] » (p. 10). Cette « généralisation des relations publiques » a donné lieu à une situation où gouvernements, entreprises ou mouvements sociaux communiquent directement avec leurs publics sans l'intermédiaire des journalistes (Francoeur, 2017 a ; Moloney *et al.*, 2013). La capacité des sources, telles que les politiciens et politiciennes, à contourner les médias est conceptualisée de différentes façons dans les écrits portant sur la communication politique, où on la nomme tour à tour *représentation directe* (Coleman, 2005), *communication directe* (Vaccari et Valeriani, 2013), *désintermédiation* (Steiner, 2009) ou *flux à une étape de la communication* (Bennett et Manheim, 2006). Certes, les relations publiques pouvaient produire et diffuser des contenus par elles-mêmes avant l'arrivée du Web social, notamment par le biais de la publicité ou de la publication de documents (Maisonneuve, 2011). Mais aujourd'hui, l'utilisation des réseaux socionumériques leur permet d'accentuer la pression concurrentielle sur les messages journalistiques (Bédard-Brulé, 2017).

Après avoir mis en lumière les transformations qui traversent aujourd'hui les médias, notamment sous l'effet des progrès technologiques, nous portons désormais notre attention sur la relation journaliste-source, elle aussi affectée par ces changements.

1.2. La relation journaliste-source

Notre propos entrera ici en dialogue avec les écrits sur la relation journaliste-source, notamment pour en exposer les constats majeurs et les zones qui restent à explorer.

1.2.1. Définir les acteurs et actrices dans la relation

Clarifions d'abord ce que nous entendons par *journaliste* et par *source.* Le terme *journaliste* peut être défini de plusieurs façons. Si l'on considère les journalistes et les

[7] Trad. libre de : « new tools that open up expectations that were previously impossible to imagine, and […] large teams of professionals, most of them with a background in the media, aware of the real situation in newsrooms ».

sources comme deux groupes d'acteurs et d'actrices de la production médiatique, il sera possible de mieux appréhender leur dynamique, dont nous traiterons plus tard dans ce texte. Au prisme de la communication publique, les journalistes sont vus comme des médiateurs et médiatrices. Dans les sociétés démocratiques, ces personnes sont considérées comme des spécialistes de l'information responsables de transmettre au public des faits nouveaux afin de permettre à leur lectorat de pondérer leur jugement (Sormany, 1990) ; c'est d'ailleurs en raison de ce rôle de contrôle et de contrepoids face aux institutions politiques et économiques qu'elles ont été historiquement décrites comme le quatrième pouvoir (Schaeffer et Thibaud, 1979). Ces personnes sont également décrites comme des artisanes façonnant des récits basés sur des faits dans le but de stimuler le débat sur la manière de continuer à vivre ensemble (Bird et Dardenne, 1997, p.13). Plusieurs définitions professionnelles du journaliste, notamment celles de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, reposent sur l'exercice régulier d'une fonction journalistique pour le compte d'une entreprise de presse (FPJQ, 2024). Par ailleurs, les journalistes remplissent des fonctions de recherche et d'investigation, agissant ainsi comme interrogateurs et interrogatrices au nom du public (Bernier, 2014a), et ce, dans l'objectif de servir l'intérêt public en favorisant la démocratie et en respectant les valeurs humaines fondamentales par le biais d'une diffusion d'informations vraies et importantes (*ibid.*). Bref, on s'attend des journalistes qu'ils exercent un haut niveau d'autonomie .

Le terme *source* renvoie notamment aux spécialistes des relations publiques, les relationnistes, qui constituent l'une des principales sources des journalistes (Francoeur, 2017b). Entretenir des relations avec les médias est en effet « l'une des tâches les plus courantes des spécialistes des relations publiques » (Maisonneuve, 2010, p. 176). Selon Motulsky et David (2010), plus de 80 % des relationnistes québécois assurent des relations de presse. Les spécialistes des relations publiques sont perçus comme les gardiens et gardiennes des messages de leurs clients (Maisonneuve, 2010 ; Koch et Obermaier 2014 ; Macnamara 2016). Ces personnes travaillent au nom des organisations, des individus ou des marques afin de gérer leur image publique, d'améliorer leur réputation et de promouvoir leurs intérêts. Elles cherchent à diffuser des messages positifs et à façonner la perception du public grâce à des moyens tels que des communiqués de presse, des propositions aux médias et des campagnes stratégiques (Maisonneuve, 2010).

Les sources journalistiques englobent aussi une diversité d'acteurs et d'actrices, telles que des citoyens et citoyennes, des témoins, des groupes communautaires, des expertes et experts, des personnes représentant des institutions publiques, etc. Ainsi, les sources telles que nous les concevons dans cette thèse, qu'elles soient ou non organisées ou professionnelles, participent à la construction de l'actualité, et ce, bien que leur accès aux médias et leur capacité à faire entendre leur voix soient inégalement distribués (Splendore et Curini, 2020). Sans sources, le travail journalistique perdrait sa matière première ; en plus d'être à la fois informatrices et relais de l'information, leur qualité, leur diversité et leur disponibilité conditionnent directement la profondeur et la fiabilité du reportage (Fisher, 2018).

Après avoir défini ce que nous entendions par « journaliste » et par « source », nous nous intéresserons à la relation journaliste-source. Un large consensus se dessine dans la recherche à l'effet que cette relation est incontournable pour quiconque cherche à comprendre la construction de l'actualité. Une recension systématique des écrits effectuée par Macnamara (2014) a dénombré entre 1960 et 2014 plus de 200 études ayant pour objet cette relation journaliste-source. Il y note à quel point les méthodologies quantitatives dominent le champ, ce qui laisse en suspens plusieurs aspects qualitatifs de cette relation. Les prochaines sections mettront en relief les acquis qui se dégagent des écrits scientifiques ainsi que leurs angles morts, qui nous ont incitées à entreprendre notre projet doctoral.

1.2.2. Une relation amour-haine

Les écrits scientifiques décrivent la relation entre journalistes et sources dans une perspective dichotomique de conflit-coopération, d'amour-haine, d'alliance-rivalité, d'associés-rivaux (Graber et Sigal, 1973 ; Sissons, 2012 ; Spatzier, 2016). Cette tension règnerait depuis la Première Guerre mondiale, selon Delorme et Fredler (2003), qui notent que les relationnistes ont irrité les journalistes en cherchant à les instrumentaliser ou à les manipuler :

> Quelle que soit leur tactique, leur objectif était le même, soit obtenir une publicité gratuite, de préférence en première page des journaux. Plusieurs spécialistes des relations publiques étaient d'anciens journalistes qui comprenaient la presse et savaient comment rédiger (ou inventer) de bonnes histoires. Ils flattaient, cultivaient et exagéraient, créant ainsi des histoires sensationnelles que les

> journalistes semblaient incapables d'ignorer. Les journalistes ressentaient une certaine animosité envers leurs efforts, se plaignant que les attachés de presse les trompaient, trompaient le public et mettaient en danger la crédibilité des médias[8] (p. 112).

Selon cette conception de la relation, journalistes et sources seraient des rivaux en ce sens que chacune des parties entretiendrait des intérêts, des missions et des priorités contradictoires ; autrement dit, qu'elles n'adoptent pas la même définition de ce qu'est une *bonne information*. Selon Legavre (2014), cette rivalité tient du fait qu'elles souhaitent « réussir à imposer la "vraie" vision de l'histoire en train de se faire » (p. 108). Cottle (2003) décrit quant à lui cette relation de pouvoir comme un rituel où chaque partie tente de s'approprier le script.

Une autre conception de cette relation fait des deux parties des associées, dans la mesure où elles interagissent régulièrement et dépendent l'une de l'autre pour mener à bien leur travail. Les journalistes se montrent ainsi utiles pour les relationnistes en diffusant leurs informations et leurs messages à un large public. Les sources, pour leur part, travaillent en étroite collaboration avec les journalistes pour leur fournir des informations, des communiqués et des dossiers de presse sur les événements, les annonces et les développements importants liés à l'organisation ou à l'entreprise qu'ils représentent. Les relationnistes jouent aussi souvent un rôle de médiation pour faciliter les entretiens et les reportages demandés par les journalistes auprès des porte-parole de l'organisation. Ces personnes aident à coordonner les rencontres et à organiser les différents aspects logistiques afin que les journalistes puissent obtenir les informations dont ils ont besoin (Tuchman, 1978 ; Francoeur, 2017b ; Fisher, 2018).

1.2.3. L'étude du pouvoir et de l'influence

La dynamique entre les deux groupes professionnels, caractérisée par une dualité entre compétition et coopération, peut être interprétée comme une manifestation des relations de pouvoir. Dans *Journalists at Work*, Tunstall (1971) fait référence au

[8] Trad. libre de : « Whatever their tactics, their goal was the same—to obtain free publicity, preferably on the front pages of newspapers. Many public relations specialists were former reporters who understood the press and knew how to write (or invent) good stories. They flattered, cultivated, and exaggerated, creating sensational stories that reporters seemed unable to ignore. Reporters felt some animosity toward their efforts, complaining that press agents misled them, misled the public, and endangered the media's credibility. »

terme *marchandage* pour illustrer cet accord tacite entre les journalistes et les autorités politiques :

> Il est clair qu'il ne s'agit pas d'un simple échange entre une source individuelle et un spécialiste individuel. Il y a ici un fort élément collectif : les transactions se font entre des groupes de spécialistes et des divisions de relations avec la presse au sein d'organisations de sources d'information[9] (p. 186).

De manière similaire, Bennett et ses collègues (1982) voient la relation entre les sources et les journalistes comme un lieu de convergence où interagissent des influences centrales dans la production du contenu des nouvelles. Charron (1994) affirme pour sa part que la dépendance est un élément essentiel de toute relation d'influence. C'est parce que chaque partie dépend de l'autre que chacune peut exercer une influence. Il explique que le problème de la dépendance vient immédiatement à l'esprit des journalistes et des sources lorsqu'on les interroge sur l'influence qui est susceptible de s'exercer dans la relation ; les acteurs et actrices se demandent lequel des deux groupes est le plus dépendant de l'autre ; lequel des deux groupes a le plus besoin de l'autre ? L'influence, dans ce contexte, peut être définie comme un rapport entre des acteurs et actrices par lequel l'un ou l'une amène les autres à agir autrement qu'ils ne l'auraient fait sans son intervention. Il nous semble crucial de tenir compte de cette dépendance dans l'analyse des relations entre journalistes et relationnistes, car elle peut jouer un rôle déterminant dans la manière dont l'influence s'exerce dans la construction de l'actualité. Par exemple, la dépendance des journalistes vis-à-vis des relationnistes peut être renforcée par leur connaissance approfondie des rouages de la production journalistique, surtout dans le contexte actuel, marqué par la convergence des rôles journalistiques. Ces personnes peuvent ainsi jouer de cette connaissance pour influencer les décisions éditoriales et orienter la construction de l'actualité dans une direction favorable à leurs intérêts.

La métaphore du tango, utilisée par Gans (1979), a été reprise par plusieurs chercheurs et chercheuses, notamment Strömbäck et Nord (2006), qui se sont attachés à déterminer qui, des journalistes ou des relationnistes, mène le plus souvent la danse, c'est-à-dire qui exerce le contrôle sur la diffusion de l'information : ce que les reportages

[9] Trad. libre de: « This clearly not a simple exchange between an individual source and an individual specialist. There is a strong collective element here – the transactions are between groups of specialists and press relations divisions within news source organisations »

mettent de l'avant, les citations retenues, les mises en contexte utilisées ou les points de vue présentés. Pour répondre à ces questions, des recherches quantitatives ont été menées afin de mesurer la proportion de nouvelles s'appuyant sur le contenu proposé par des sources. Ces travaux s'inscrivent dans la continuité des études sur la mise à l'agenda (*agenda-setting*), qui postulent que les médias nous indiquent à quoi accorder de l'importance en hiérarchisant certains enjeux et en leur associant des attributs particuliers (McCombs et Shaw, 1972), puis de leur prolongement, soit les études sur la construction de l'agenda (*agenda-building*), qui tentent de préciser conceptuellement les premières en posant que « les nouvelles ne sont pas sélectionnées, mais construites, et que cette construction est l'œuvre conjointe des journalistes et des sources » (Charron, 1995, p. 79).

En analysant plus d'un millier d'articles publiés par le *New York Times* et le *Washington Post*, Graber et Sigal (1973) montrent que près des trois quarts des nouvelles résultent d'un traitement de documents et d'informations fournis par des sources institutionnelles plutôt que d'enquêtes initiées par les journalistes. Dans une perspective similaire, Gans (1979) conclut que la construction de l'actualité repose majoritairement sur des sources gouvernementales et commerciales se présentant souvent sous forme de documents ou d'initiatives de communication stratégiques. Des analyses de la presse écrite et de la télévision révèlent que la proportion de contenu influencée par des activités de relations publiques varie généralement entre près de la moitié et plus des deux tiers selon les supports et les contextes (Whitney *et al.*, 1980 ; Turk, 1986 ; Abbott et Brassfield, 1989). Des recherches réalisées par Macnamara (1993) et par Zawawi (1994) en Australie montrent par ailleurs que cette dépendance est particulièrement marquée dans les médias spécialisés, locaux et régionaux, où les contraintes organisationnelles renforcent le recours aux contenus prêts à être publiés. Des travaux plus récents indiquent un maintien, voire une accentuation de cette dynamique (Sallot et Johnson, 2006 ; Francoeur, 2018b).

Si les discours professionnels des journalistes expriment fréquemment une volonté de se distancier des relations publiques (Sallot et Johnson, 2006), la construction de l'actualité montre une présence soutenue des contenus issus des actions de ces dernières. Quelques recherches montrent un déchirement des journalistes face à leur utilisation grandissante des relations publiques à l'ère numérique. Francoeur (2017a) illustre cette

situation en signalant que les journalistes mettent l'accent sur l'importance de préserver leur autonomie et de garder une distance avec les relationnistes. Son étude insiste sur le fait que si les journalistes refusent d'abandonner leur rôle de chien de garde de la démocratie, ils bénéficient d'une faible marge de manœuvre pour jouer ce rôle. Cette conclusion corrobore les résultats obtenus par Raeymaeckers et ses collègues (2015), qui constatent que les journalistes affirment ne jamais copier mot pour mot le matériel préparé par les relationnistes, alors que d'autres études révèlent qu'ils le font. Cette dissonance entre le discours des journalistes et les recherches empiriques s'explique, selon Macnamara (2014), par le « discours du déni » pratiqué par les journalistes à l'égard de la place grandissante du contenu des relationnistes dans le contenu journalistique. Ce phénomène est désigné par une variété de termes, dont *PR-isation* (Jackson et Moloney, 2016), construit sur PR (*public relations*), et *churnalism* (Davies, 2008), construit sur *to churn out,* soit produire à la chaîne. Tous sont employés pour désigner la tendance des journalistes à se contenter de diffuser des communiqués de presse, des articles d'agences et d'autres formes de contenus préemballés, et ce, sans collecter activement des informations, réduisant ainsi leur rôle à celui de simple relais passif de contenus qui leur sont soumis, qu'il s'agisse d'événements réels, de propagande ou de fausses informations.

Par ailleurs, Macnamara (2014) signale une pratique de plus en plus courante chez les journalistes, qui contribue ironiquement à l'accès des relations publiques au discours journalistique. Alors que, durant la majeure partie du siècle dernier, l'activité traditionnelle des relations avec les médias consistait à proposer (approche de type *push*) des sujets aux journalistes, la capture médiatique (*media catching*) inverse les rôles ; ce sont ainsi les journalistes qui invitent les spécialistes des relations publiques à leur envoyer des informations, des pistes et des contenus par le biais de messages envoyés sur des réseaux socionumériques et des sites spécialisés. Cook (2008), qui y voit un certain danger, affirme que la possibilité pour les sources de contourner les médias traditionnels peut constituer une invitation ouverte à diffuser de la propagande directement sur les réseaux socionumériques. Dans un contexte où les ressources matérielles et symboliques des journalistes sont limitées, il importe de se demander comment ou dans quelle mesure les journalistes parviennent à exercer leur pouvoir, même dans un contexte où celui-ci est limité. Comment, ou dans quelle mesure, réussissent-ils à s'adapter aux contraintes internes

et externes tout en préservant leur indépendance ? Comment ces contraintes affectent-elles la construction de l'actualité ? La négociation occupe-t-elle toujours un rôle central dans ce processus ?

Pris ensemble, ces travaux permettent de documenter l'ampleur de l'influence des sources institutionnelles sur la production de l'information. Ils laissent toutefois dans l'ombre les interactions par lesquelles journalistes et sources négocient, transforment et redéfinissent concrètement l'actualité.

1.2.4. Comprendre la relation au prisme d'une négociation complexe

Charron (1995) introduit une relecture stratégique des interactions entre journalistes et sources, qu'il conçoit comme un « jeu complexe de stratégies et de tactiques » (p. 86). Cette métaphore s'inspire des travaux de Crozier et Friedberg (1977) sur l'analyse stratégique des organisations, ainsi que des recherches sur la construction de l'agenda (Cook *et al.*, 1983 ; Paletz, 1992 ; Protess *et al.*, 1991). Ces études issues d'une sociologie empirique des pratiques médiatiques montrent que la construction de l'actualité n'obéit pas à un enchaînement causal simple, mais à des jeux situés, contingents et historiques, où les acteurs et actrices ajustent continuellement leurs positions en fonction de leurs contraintes, ressources et marges de manœuvre.

Comme l'explique Legavre (2014) « les journalistes et communicants sont, d'abord, des "associés-rivaux" parce qu'ils sont dans une relation de "concurrence-coopérative", mais aussi parce que, et pour reprendre une formule de Bourricaud (1961), ils ne peuvent pas "espérer durablement se débarrasser de l'autre, ils n'ont d'autre choix que de négocier" » (p. 108). Bourricaud tentait en effet d'expliquer en quoi les élites doivent forger des compromis au gré d'intérêts plus ou moins divergents selon les enjeux et leur capacité à s'imposer, position que Legavre (2011) évoque en ces termes :

> Sans produire une théorie de la négociation, Bourricaud offre cependant des éclairages plus décisifs pour penser des acteurs en interdépendance et pouvant appartenir à des univers sociaux et mentaux distincts, c'est-à-dire s'inscrivant dans des jeux pour lesquels les enjeux ne sont pas équivalents, au moins en tout point — ici un communicant et un journaliste ne sont *a priori* pas censés courir pour les mêmes enjeux, quels que soient les écarts possibles aux rôles (p. 107).

La négociation est, selon Dupont (1982), « une activité mettant face à face deux ou plusieurs acteurs, qui, confrontés à des divergences et se sentant interdépendants, choisissent la recherche effective d'un arrangement pour mettre fin à cette divergence et ainsi créer (ne fut-ce que temporairement), maintenir ou développer une relation entre eux » (p. 20). Sur la base de ce contenu notionnel, Charron (1994) développe l'idée selon laquelle cette « coopétition » (Legavre, 2011) fait partie d'un processus de négociation entre les acteurs et les actrices de l'environnement médiatique, contribuant significativement à promouvoir l'idée selon laquelle l'actualité est le résultat d'échanges, de négociations, de transactions entre des sources d'information et des journalistes. Il détaille ainsi les tactiques et les stratégies qui se déploient au cours de ce processus dans l'objectif d'exercer un contrôle sur la construction de l'actualité, voire sur la répartition des ressources et du pouvoir. Dans cette optique, l'ensemble des interactions entre journalistes et sources contribuent à la construction de l'actualité. Toutes peuvent se déployer de manière à la fois formelle (p. ex. lors d'une conférence de presse) et informelle (p. ex. au cours de conversations de corridor) (Malling, 2023). D'ailleurs, ces dernières, lorsqu'elles impliquent une ou des sources, fournissent aux journalistes des faits ou des opinions, influençant ainsi la construction de l'agenda médiatique (Tuchman, 1978 ; Berkowitz, 2019 ; Arceneaux *et al.*, 2020 ; Malling, 2023) et se répercutant *in fine* sur l'établissement de l'agenda public, puis sur l'opinion publique (McCombs et Shaw, 1972 ; Wanta *et al.*, 2004).

Or, aujourd'hui, des chercheurs remettent en question l'action de la seule négociation dans la construction de l'actualité, dans la mesure où les sources peuvent désormais s'affranchir des canaux médiatiques traditionnels. En effet, selon Fisher (2018), leur capacité à atteindre directement des publics ciblés par l'intermédiaire des réseaux socionumériques leur permet de choisir entre s'engager dans la relation traditionnelle avec les journalistes ou s'en retirer. Ce déplacement du rapport de pouvoir entre journalistes et sources constitue un défi pour l'autorité et le contrôle journalistiques, ces derniers ayant perdu leur monopole sur les moyens de publication.

1.2.5. Reconfiguration de la construction de l'actualité : données, publics et paradigme du journalisme de communication

En période d'incertitude quant à l'avenir des médias, un nombre croissant de chercheurs et chercheuses croient que la clé de la survie de la profession dépend de l'amélioration de la relation des journalistes avec le public. Les études en communication ont longtemps souligné l'influence des médias sur le public en mettant en évidence le rôle crucial de l'actualité dans la formation des opinions et des attitudes (McCombs et Shaw, 1972). À leur suite, les études de la réception ont présenté les usagers et usagères des médias comme des récepteurs et réceptrices actifs qui acceptent, négocient ou réfutent les messages médiatiques (Hall, 1980). Ce constat relève aujourd'hui de l'évidence. En effet, les écrits plus récents décrivent un public non seulement actif dans la réception des messages médiatiques, mais capable d'influencer la construction de l'actualité. Les travaux portant sur différents types de journalisme – public (Rosen, 1996 ; Watine, 2003), engagé (Ferrucci *et al.*, 2020 ; Belair-Gagnon *et al.*, 2018), de réciprocité (Lewis *et al.*, 2014), interactif (Steensen, 2013), citoyen (Walker, 2004), représentent autant de tentatives de conceptualiser plus finement le phénomène qui nous intéresse (Hermida *et al.*, 2011).

Si, traditionnellement, les journalistes ne pouvaient déterminer avec précision leur lectorat, ce que Litt (2012) nomme le public imaginé, les choses sont bien différentes aujourd'hui, alors que la plupart des gens peuvent réagir au contenu médiatique, participer à des discussions publiques et partager des contenus d'information par le biais de diverses plateformes (Farid, 2023). Les médias utilisent ensuite ces informations pour mieux comprendre leur public, adapter leurs contenus, optimiser la publicité et renforcer l'engagement. Un nombre croissant de recherches analysent les changements dans les pratiques journalistiques liées à l'utilisation des données d'audience en tant qu'outil éditorial, ainsi que l'importance grandissante accordée à l'identification des attentes du public et à l'établissement de relations avec ce dernier (Heiselberg et Hopmann, 2024 ; Uth *et al.*, 2023 ; Tenor, 2023 ; Vulpius, 2022 ; Ferrer-Conill et Tandoc, 2018 ; Gans, 1979 ; MacGregor, 2007 Si elle n'est pas complètement nouvelle, cette pratique prend de l'ampleur et redéfinit le processus de construction de l'actualité. Des recherches qui nous ont intéressées font d'ailleurs état de l'impact du journalisme de données sur les milieux

plus exigus. Par exemple, Zamith (2019) montre que ce journalisme peut représenter une solution aux difficultés que traversent actuellement les médias en contribuant à leur stabilité. Cette position s'appuie sur l'idée voulant que les journalistes doivent tenir compte des informations relatives à leurs publics afin de produire des nouvelles plus susceptibles d'être remarquées et consommées. Cela soulève des critiques, car les données peuvent privilégier les métriques d'engagement et l'intérêt du public au détriment de la reddition de comptes et des enjeux d'intérêt public (Porlezza et Schapals, 2024).

Stalph et ses collègues (2023) précisent que le déploiement de cette pratique à l'échelle locale dépend de quelques personnes défenseures de cette pratique qui l'institutionnaliseront dans leurs salles de rédactions locales, notamment en prenant l'initiative de suivre des formations (De-Lima-Santos et Mesquita, 2023).

Il apparaît également pertinent d'ajouter que nombre de recherches mettent en lumière la pertinence de transposer des concepts issus de l'étude des connaissances vers celle des pratiques journalistiques, que l'on parle de la théorie de l'acteur-réseau décrite par Turner (2005) qui met l'accent sur les interactions entre différents acteurs et actrices, ou du concept kuhnien de *paradigme*, par Charron et de Bonville (1996), qui renvoie aux façons dominantes de concevoir et de pratiquer le journalisme à une époque donnée. Ces derniers, qui mentionnent également le passage du journalisme d'un paradigme de l'opinion à un paradigme de l'information[10], définissent le paradigme journalistique comme un

> système normatif engendré par une pratique fondée sur l'exemple et l'imitation, constitué de postulats, de schémas d'interprétation, de valeurs et de modèles exemplaires auxquels s'identifient et se réfèrent les membres d'une communauté journalistique dans un cadre spatio-temporel donné, qui soudent l'appartenance à la communauté et servent à légitimer la pratique (p. 58).

En étudiant les différents paradigmes journalistiques, il devient ainsi possible d'identifier les influences historiques, idéologiques et technologiques qui façonnent les pratiques, de même que les changements sociétaux qui affectent la manière dont l'information est produite, diffusée et consommée. Aujourd'hui, les transformations du

[10] C'est d'ailleurs au sein de ce paradigme que fut mobilisée l'idée, proposée par Charron (1993), de l'actualité comme fruit de la relation journaliste-source.

monde des médias ont favorisé l'émergence d'un paradigme davantage centré sur un journalisme de communication mettant en lumière les interactions complexes entre les différents acteurs et actrices impliqués dans le processus médiatique : propriétaires et gestionnaires des médias, publicitaires, publics. Il s'imbrique en outre dans une logique d'hybridation des rôles du domaine de la communication publique, auxquels nous avons fait allusion antérieurement : d'une part, « [l]es ressources et l'énergie consacrées au traitement de l'information augmentent au détriment de celles consacrées à la collecte, ce qui tend à rapprocher la pratique journalistique des autres métiers de la communication » (*ibid.*, p. 86) ; de l'autre, et toujours selon Charron et de Bonville (1996), « [d]ans un contexte d'hyperconcurrence, ces services adoptent une stratégie commerciale axée sur la satisfaction des besoins de groupes particuliers de consommateurs plutôt que d'un public universel » (p. 76).

Se dégage de ces études un large consensus autour du postulat selon lequel la relation journaliste-source ne peut être appréhendée indépendamment d'un ensemble de dynamiques : rapports d'influence, tensions autour de l'autonomie professionnelle et des mécanismes de négociation qui s'y déploient, qui s'inscrivent aujourd'hui dans un paradigme de communication, lui-même marqué par le numérique, qui module fortement les logiques traditionnelles de construction de l'actualité. Dans la suite, nous nous intéresserons à la manière dont ces dynamiques se déploient auprès de groupes sociaux particuliers, soit les minorités, afin de mieux comprendre la manière dont les contextes minoritaires reconfigurent les modalités de la relation entre journalistes et sources.

1.3. Les médias et les minorités

Les dimensions de la relation journaliste-source étayées dans la section précédente ne peuvent être pleinement comprises sans égard aux contextes dans lesquels elles prennent forme. Autrement dit, l'étude d'un type particulier de relation journaliste-source requiert une attention soutenue aux caractéristiques des milieux médiatiques qui l'encadrent. Selon Fisher (2018), « [cette] relation […] n'est pas statique. Elle évolue en fonction du contexte culturel, social, politique et économique [et] de manière significative en fonction des

progrès constants réalisés dans le domaine des technologies de la communication[11] » (p. 2). La chercheuse note par ailleurs que les frictions documentées au sein de cette relation ont surtout été étudiées lorsqu'elles impliquaient des sources officielles et des politiciens, ces derniers cherchant à maîtriser leur message et à influencer l'opinion publique, ce qui pourra par exemple conditionner les résultats électoraux.

Valentini (2017), pour sa part, s'attarde à l'influence déterminante de la culture sur les interactions entre journalistes et spécialistes des relations publiques :

> La culture exerce une forte influence sur les pratiques en relations publiques, en particulier sur les interactions entre les spécialistes des relations publiques et les journalistes. La présentation des nouvelles, les valeurs culturelles, les relations informelles, les règles non écrites de même que l'histoire et le développement des relations publiques sont autant de facteurs faisant en sorte que les études sur les spécialistes de relations publiques, les journalistes et leurs perceptions professionnelles respectives sont grandement reliées aux contextes et rendent leurs résultats difficilement généralisables (p. 64).

Des recherches portant sur différentes cultures journalistiques montrent, par exemple que, dans plusieurs contextes non occidentaux, les médias tendent davantage à appuyer les politiques du gouvernement et à présenter sous un jour favorable certaines catégories de sources, notamment les élites politiques et économiques (Obijiofor et Hanusch, 2011), cette posture moins critique allant parfois jusqu'à devenir une condition d'existence. Comme l'explique Fisher (2018), dans les régimes autoritaires, le contrôle étatique des médias, la censure et les risques de représailles limitent la capacité des journalistes à remettre en question les discours dominants. Ce phénomène peut être éclairé par les quatre théories de la presse de Siebert, Peterson et Schramm (1984), et plus particulièrement par la théorie autoritaire : dans ce modèle, les médias demeurent subordonnés au pouvoir afin de maintenir l'ordre social et de relayer la vérité officielle, légitimant ainsi la censure préalable et les sanctions envers toute déviance. Dans certains pays asiatiques, des normes culturelles valorisant le respect de l'autorité peuvent également limiter la critique de certaines sources. Par ailleurs, dans plusieurs pays en développement, la volonté des médias de contribuer à la croissance économique et au développement

[11] Trad. libre de : « The relationship between the reporter and source is not static. It changes in response to the cultural, social, political, and economic environment. Significantly, it also changes in response to ongoing developments in communication technology. »

national peut favoriser une couverture bienveillante des actions gouvernementales et des activités des entreprises. Les études s'attardant à ces phénomènes montrent ainsi que des conditions variées façonnent les pratiques journalistiques et influencent les modalités d'interaction entre journalistes et sources. De même, afin d'appréhender la relation journaliste-source en contexte minoritaire dans sa complexité, il se montrera nécessaire de déterminer les caractéristiques spécifiques des médias qui y évoluent.

La définition même du terme *minorité* se révèle multidimensionnelle (Guyot, 2006). Leclerc (2001) souligne que les critères permettant de définir une minorité — qu'ils soient linguistiques, ethniques, religieux, raciaux, culturels, politiques ou une combinaison de ces traits — sont nombreux et souvent interconnectés, bien que l'infériorité numérique demeure généralement un facteur commun. Dès lors, comment définir les médias associés à ces groupes ? Eddie (2019) note à cet égard que plusieurs appellations coexistent, certaines précisément définies, d'autres beaucoup moins : « les médias des minorités ; les médias de langues minoritaires ; les médias en milieu minoritaire francophone du Canada ; les médias autochtones ; les médias ethniques ; les médias des minorités ethniques ; et les médias des diasporas » (p. 59), avant de poursuivre : « Certes, tous ces champs d'études ont en commun les médias d'information de groupes qui sont dans un rapport minoritaire avec la société dominante, mais les constats que l'on peut faire sur ces médias divergent selon le type de minorité dont il est question » (*id.*). Deux générations de travaux peuvent être distinguées dans le champ d'études s'intéressant aux relations entre médias et minorités.

La première s'est concentrée sur la représentation des minorités dans les médias généralistes ; elle a posé les bases de la compréhension des conditions d'existence et des fonctions spécifiques aux minorités. Les écrits qui émanent de ces travaux nous enseignent que ces médias émergent souvent en réponse à un besoin non satisfait par les médias dominants, jouant ainsi un rôle central dans la préservation culturelle et la mobilisation autour d'enjeux spécifiques à la communauté. Cette réponse à une carence constitue l'un des traits centraux des médias des minorités, et ce, dans divers contextes (Bérubé *et al.*, 2024 ; Tsai, 2022 ; Bukhari, 2019 ; Ferrer et Retis, 2019 ; Ahmed et Veronis, 2017). Par exemple, les médias de service public canadiens ou européens jouent un rôle clé dans la

représentation des groupes de langues et de cultures minoritaires. Pourtant, la programmation limitée et insuffisante à laquelle ils se heurtent souvent reflète leur sous-représentation dans les contenus diffusés (Beaudry, 2021 ; Cukier *et al.*, 2012 ; Schellenberger, 2008 ; Bédard, 2007 ; Guyot, 2006). Dans les médias minoritaires, cette réalité tend à favoriser une couverture médiatique orientée positivement vers le groupe desservi, ce qui soulève des questions au sujet de l'objectivité journalistique (Bernier, 2011 ; Deevey, 2003). Cependant, cette façon de faire peut également être vue comme une réponse nécessaire à la sous-représentation ou à la représentation négative dans ces médias (Mai, 2005 ; La Ferle et Lee, 2005).

La deuxième génération d'études s'est plutôt concentrée sur le rôle des médias minoritaires dans la création d'un espace public alternatif, où les groupes auxquels ils s'adressent peuvent participer pleinement au débat démocratique. Cette façon de concevoir ces médias, inspirée par le concept d'*espace public* d'Habermas (1978), met en évidence deux fonctions clés : permettre aux membres des communautés concernées de se parler entre eux et leur donner l'occasion de se faire comprendre par la société majoritaire. Dans cette perspective, ces médias sont donc d'abord perçus comme des plateformes essentielles à la circulation des échanges, notamment du fait qu'elles offrent un lieu pour discuter librement des expériences et des préoccupations des communautés minoritaires (Eddie, 2019 ; Budarick, 2017 ; George et Aubin, 2012). En favorisant ces interactions, ils contribuent au développement d'une identité collective, à l'articulation des intérêts communs et à leur organisation autour d'enjeux qui leur sont propres (Deuze, 2006).

Parallèlement, ils permettent aux groupes minoritaires de communiquer avec le groupe majoritaire en abordant des sujets qui les concernent directement. Ce faisant, ils élargissent le débat public et influencent le discours social global (Raynauld *et al.*, 2020 ; Schroeder, 2018 ; Nemer, 2016 ; Deuze, 2006). Ils dépassent ainsi un rôle de simple représentation pour devenir des acteurs actifs dans l'espace public, en plus de faciliter les interactions entre différentes composantes de la société (Nemer, 2016). Cette influence demeure toutefois relative. Selon Yu (2017), bien que ces médias soient essentiels pour donner voix aux intérêts des minorités, il n'est pas certain qu'ils influencent réellement la sphère publique dominante. Parmi plusieurs travaux, ceux de Bailey et Harindranath (2006)

vont jusqu'à suggérer qu'ils risquent d'être isolés ou marginalisés plutôt que pleinement intégrés dans un dialogue avec la majorité. Eddie (2019) souligne pour sa part qu'afin de « réussir à dialoguer avec la majorité, la minorité doit posséder des systèmes médiatiques forts, dont l'agenda reflète ses intérêts, et qui soient capables de converser à travers les frontières des divers groupes » (p. 65).

Cette deuxième génération de travaux sur les médias minoritaires offre ainsi un cadre analytique général pour comprendre les fonctions, les tensions et les contraintes qui façonnent la relation entre journalistes et sources en contexte minoritaire. Toutefois, les dynamiques qui s'y observent ne se déploient jamais de manière abstraite : elles prennent forme dans des contextes spécifiques. C'est à l'un d'entre eux, soit les CFSM, que nous nous intéressons maintenant.

1.4. Les communautés francophones en situation minoritaire au Canada

La présente recherche se penche spécifiquement sur la communauté linguistique minoritaire que composent les francophones au Canada. Bien que le français soit majoritaire au Québec et dans certaines régions canadiennes (p. ex. la Péninsule acadienne au Nouveau-Brunswick), à l'échelle nationale, les locuteurs et locutrices du français font partie d'une minorité. Des données publiées par Statistique Canada (2022) indiquent qu'environ 900 000 personnes vivant à l'extérieur du Québec ont le français comme première langue officielle parlée, ce qui représente 3,3 % de la totalité de cette population. Cependant, il convient de souligner que cette « communauté francophone en situation minoritaire » est avant tout un construit officiel découlant du régime linguistique fédéral. En réalité, elle regroupe une mosaïque de communautés francophones diverses, dont l'envergure varie selon les contextes locaux : villages, villes, régions.

La francophonie en situation minoritaire au Canada habite une variété d'espaces, dont le contour mérite le terme « communauté » est aujourd'hui privilégié par les voix issues de la minorité francophone, dont la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA, s. d.), et officialisé par des institutions telles que Patrimoine canadien (s. d.), qui gère les programmes d'appui aux langues officielles, ou le Commissariat aux langues officielles, qui veille sur leurs droits. Le concept de *communauté* a une longue histoire en sciences sociales ; il désigne des ensembles sociaux à géométrie

variable qui peuvent être délimités par des caractéristiques objectives communes telles que la localisation, la langue, la religion ou une activité économique, ainsi que par des facteurs subjectifs partagés qui lui donnent sens : valeurs, origine ou sentiment d'appartenance (Schrecker, 2006).

Si, historiquement, les CFSM étaient davantage définies par des ancrages territoriaux, tels ceux que peuvent offrir un quartier, un village, une ville ou une région de résidence situés dans un milieu majoritaire anglophone, une grande partie de leur effectif s'est progressivement transposée dans des espaces aux contours plus flous (Johnson et Doucet, 2006; Forgues *et al.*, 2020 ; Wade, 2018). Cette évolution s'explique notamment par la migration des populations rurales vers les centres urbains ainsi que l'essor des déplacements entre les régions à des fins d'études, de travail, d'affaires ou de tourisme (Johnson et Doucet, 2006 ; Lefebvre, 2010). On pourrait même penser que la pandémie de COVID-19 a amplifié cette tendance en raison de la généralisation du télétravail. En plus de ces mouvements de population, les CFSM sont également affectées par le développement des technologies de communication, qui permettent à leurs membres de rester en contact malgré la distance. Ainsi se sont formées des communautés virtuelles regroupant des individus partageant une identité et des intérêts communs, même s'ils ne résident pas tous sur le même territoire ; de fait, ces « desserrements territoriaux et identitaires […] font en sorte que les [CFSM] offrent une grande variété de contextes, plus ou moins éclatés, plus ou moins cohésifs, plus ou moins prospères » (Charron, 2014, p. 157).

Par exemple, au sujet de l'Ontario français, Cardinal (1994) souligne que

> [l]es francophones habitent des îles différentes, avec des populations aux accents mélangés, aux identités multiples, aux caractéristiques rurales ou urbaines, aux racines d'ici ou d'ailleurs. Les francophones vivent une réalité fragmentée, ils sont éparpillés un peu partout ; ils habitent un archipel. Ils ont une identité locale, régionale, nationale, internationale (p. 72).

Lefebvre (2010) parle plutôt d'une francophonie globale, a-territoriale, qui force ses membres à redéfinir leurs rapports avec la majorité en fonction d'un patriotisme aux contours confus, hétérogènes et mouvants, de même que d'appartenances désintégrées. Les membres des CFSM doivent ainsi « chercher leurs repères identitaires à la fois dans leur

attachement au projet canadien, dans leur dépendance envers les institutions fédérales et étatiques, dans leurs affiliations régionales et principales dans la langue et la culture d'expression française » (p.126). L'*identité collective* devient donc une notion centrale pour comprendre les enjeux auxquels font face les CFSM au Canada. Désignant la façon dont un groupe de personnes se définit et se perçoit en tant que collectivité, celle-ci renvoie en outre à un processus dynamique par lequel les membres d'un groupe développent un sentiment d'appartenance et de solidarité autour de caractéristiques, d'expériences ou d'objectifs communs (Wittorski, 2008). Les CFSM, dispersées géographiquement et minoritaires sur le plan linguistique et culturel, doivent sans cesse négocier et construire leur sentiment d'appartenance en tant que collectivité.

S'il est de plus en plus difficile de circonscrire le concept de *communauté*, dans le cadre de la présente thèse, nous l'abordons au prisme des identités régionales qui prennent sens à la lumière de la délocalisation des espaces (Lefebvre, 2010) ; nous parlerons alors de l'Acadie, de l'Ontario français, de la Fransaskoisie, etc. Les réalités territoriales et identitaires font en sorte que les CFSM se matérialisent également à travers des dispositifs organisationnels qui façonnent leur action collective et leur représentation politique. En effet, parce qu'elles ne sont pas fédérées ou représentées de manière centralisée par un gouvernement propre, ces fonctions prises en charge par des organismes communautaires ou associatifs régionaux, provinciaux et pancanadiens qui organisent la gouvernance collective, portent les revendications politiques et assurent une représentation auprès des instances étatiques fédérales et provinciales (Forgues, 2022 ; Landry *et al.*, 2010). Il en résulte une pluralité de revendications portées par des organismes issus de la communauté, qui s'expriment au nom de la communauté au sujet de différents enjeux touchant les femmes, les personnes âgées, les jeunes, les parents, les enseignants et les minorités ethnoculturelles.

Bien que des organismes communautaires ou associatifs s'expriment en leur nom, l'hétérogénéité des CFSM se traduit par des capacités très différentes à faire face aux défis contemporains. Cette disparité a nourri l'intérêt, depuis quatre décennies, pour la notion de *vitalité communautaire* (Donovan *et al.*, 2023). Le concept, introduit dans les études ethnolinguistiques, renvoie à la capacité des communautés de survivre et de s'épanouir, ce

qui ne va pas nécessairement de soi. En effet, depuis les années 1970, la courbe de tendance révèle une diminution progressive de la proportion de la population ayant le français comme première langue officielle parlée au Canada, à l'exception du Québec. Selon les données issues du recensement de 2021, la tendance qui se dessine à l'échelle canadienne est celle d'un déclin. En effet, la proportion de personnes ayant le français comme première langue officielle parlée est passée de 4,6 % en 1991 à 4,2 % en 2001, puis à 3,7 % en 2011, pour atteindre finalement 3,3 % en 2021, cette diminution s'expliquant par le transfert linguistique vers l'anglais, le vieillissement de la population et l'urbanisation, qui dispersent les francophones et accentuent leur statut minoritaire (Raiche, 1992). Gilbert (2010) met en évidence que la réalité des francophones en situation minoritaire n'est pas uniforme, mais très différenciée selon les contextes locaux**.**

> Certaines villes et certains villages accueillent des contingents suffisamment importants de francophones pour permettre la mise en place d'un large éventail d'institutions, alors que d'autres s'avèrent des milieux beaucoup moins propices à leurs consolidations. Les uns bénéficient d'un rapport minorité/majorité qui assure au français une certaine place dans l'espace public, les autres non. Enfin, les francophones de certaines localités profitent de la proximité d'autres lieux de vie français alors que d'autres dans des régions peu francophones, sont beaucoup plus isolés. Tant l'Atlantique que l'Ontario et l'Ouest offrent ainsi un visage passablement diversifié (Gilbert, 2010, p. 54).

La vitalité des CFSM a été abordée sous différentes perspectives. La première, qui se concentre selon Landry et ses collègues (2006) sur les pratiques linguistiques et culturelles individuelles des membres de la communauté, montre l'importance des appartenances et des identités, de même que celle des différentes perceptions de cette vitalité elle-même. Par ailleurs, Thériault (2014) soutient que la seconde, qui se focalise sur les institutions et le projet qui les anime, souligne le rôle des modèles culturels et de l'encadrement offert par celles-ci afin de soutenir l'adaptation de la minorité francophone et de contribuer à la maintenir face aux changements. Elle met également de l'avant l'importance de leur ouverture, de leur flexibilité, de leur dynamisme et de leur compétitivité afin d'attirer et de maintenir les diverses populations francophones. Enfin, Gilbert (2010) propose plutôt une perspective géographique : « [L]e milieu dans lequel évoluent les individus et fonctionnent les institutions est la clé qui permet de comprendre comment s'élaborent les relations sociales fondatrices de la communauté et comment elles s'inscrivent dans la durée » (p. 15). En ce sens, plusieurs travaux ont établi des liens entre,

d'une part, le nombre et la proportion de francophones dans une communauté et, d'autre part, les pratiques linguistiques (Langlois et Gilbert, 2006 et 2010 ; Statistique Canada, 2014). Ces travaux confirment que la proportion de francophones dans une communauté influence le statut du français et les pratiques linguistiques, tandis qu'un nombre de francophones, lorsqu'il atteint une masse critique, permet de développer des institutions et de s'épanouir (Langlois et Gilbert, 2006 et 2010). Mais la proportion de francophones varie considérablement d'une province à l'autre et d'une région à l'autre. En effet, des données de 2021 montrent que, hors Québec, les provinces qui abritent les populations francophones les plus nombreuses sont l'Ontario et le Nouveau-Brunswick (Statistique Canada, 2022). Le Manitoba et la Saskatchewan comptent davantage d'habitants et d'habitantes ayant l'allemand comme langue maternelle que de francophones, alors qu'en Alberta et en Colombie-Britannique, le mandarin et le cantonais dépassent largement le français comme deuxième langue maternelle, après l'anglais. Une donnée intéressante ressortant de l'étude de Rémysen (2019) montre la force d'attraction de l'anglais, qui est présent dans toutes les provinces et territoires au Canada. En outre, les francophones tendent à moins employer le français dans des unions souvent exogames et sur un marché du travail surtout anglophone (Statistique Canada, 2022). L'éclairage qu'offrent ces diverses perspectives permet d'appréhender la complexité du concept de vitalité, qui contribue lui-même à une meilleure compréhension des dynamiques linguistiques et culturelles façonnant le terrain qui nous intéresse, soit les CFSM.

La recherche a signalé le lien étroit entre la présence d'institutions créées pour et par les CFSM et leur vitalité. La sociologie voit l'institution comme une structure sociale stable, caractérisée par des règles, des normes et des valeurs partagées par les membres d'une société ou d'une communauté donnée. Elle existe en dehors des individus et exerce une influence significative sur la façon dont ils se comportent, interagissent et organisent leur vie en société. La notion de *complétude institutionnelle*, d'abord mobilisée par le sociologue Raymond Breton, a trouvé une résonance et une pertinence particulières dans le milieu universitaire et politique francophone minoritaire au Canada (Cardinal *et al.*, 2017 ; Thériault, 2014). Elle « permet d'étudier les conditions de pérennisation des minorités ethnoculturelles et linguistiques [en postulant que] le fait de détenir des institutions — une école, un hôpital, un journal ou un théâtre — est considéré comme une

condition qui contribue à l'épanouissement des minorités » (Cardinal *et al.*, 2017, p. 3). Elle a été entre autres mobilisée en 2000 en réaction au gouvernement de l'Ontario, qui proposait de fermer l'hôpital Montfort, le seul hôpital universitaire francophone de la province. Cette décision avait alors suscité une vive opposition de la part de la communauté francophone de l'Ontario, qui y voyait une menace à la survie de la langue française dans la province. La Cour d'appel de l'Ontario lui a donné raison, en rappelant que « les institutions sont essentielles à la survie des collectivités culturelles », avant de poursuivre : « Elles sont beaucoup plus que des fonctions de services. Elles sont des milieux linguistiques et culturels qui fournissent aux personnes les moyens d'affirmer et d'exprimer leur identité culturelle » (Thériault, 2014, § 26). En 2018, le gouvernement ontarien de Doug Ford annonçait d'importantes compressions dans les services aux francophones, y compris l'annulation d'un projet d'université francophone en Ontario. L'épisode a déclenché un important mouvement de résistance (Lord *et al.*, 2022) dans lequel « [l]es médias traditionnels ont assuré un relais de cette initiative vers une plus large population, permettant ainsi au mouvement de prendre de l'ampleur et d'engendrer des actions concrètes de la part de plusieurs citoyens » (p. 287).

1.4.1. Les médias dans les CFSM

Dans le cas des CFSM, la fonction institutionnelle des médias, déjà bien documentée dans les études sur les médias minoritaires, s'inscrit dans un contexte marqué à la fois par la dispersion géographique et par la fragilité de la vitalité linguistique. Comme l'explique Grey (2023), « [l]'impact des médias peut être considéré comme étant tout aussi profond que celui de l'école sur la vitalité sociolinguistique en milieu minoritaire » (p. 201). Selon Larose et Nielson (1995), les médias permettent aux francophones dispersés sur un vaste territoire de se rassembler et de se reconnaître dans une représentation commune. À cet égard, Anderson (1983) propose la notion de *communauté imaginée*, selon laquelle les membres d'une communauté, bien qu'ils ne se connaissent pas personnellement, partagent une conscience commune d'appartenance à un même groupe. Il évoque l'idée que l'imaginaire commun, qui se transmet notamment par la langue ou les médias, crée un sentiment d'identité collective.

Dans le cas de la minorité linguistique ontarienne évoquée précédemment, les médias ont pour mission de renforcer la fierté en offrant un espace où les francophones peuvent se représenter ensemble. Il est toutefois important de souligner que les médias sont à la fois miroir de ces communautés et moteur de leur vitalité, réalité que Bernier et ses collègues (2014) décrivent ainsi :

> Les médias se développent là où l'on trouve une population suffisamment nombreuse qui [en] veut […], qui réclame leur présence et qui soutient leur existence. [Leur] présence […] active et réactive la vitalité de la communauté. Plus elle est forte, plus les minoritaires croient en la vitalité de leur communauté, plus ils soutiennent les efforts pour la sauvegarder, plus ils croient en l'importance d'utiliser leur langue dans la vie de tous les jours, et ce, autant chez les francophones que chez les anglophones (p. 139).

Dans le cadre de ces grandes fonctions, les médias des CFSM présentent des spécificités selon leur nature.

Les médias communautaires exercent un mandat d'épanouissement de la communauté qui « les a mis sur pied et à qui ils appartiennent » (Bédard, 2007, p. 19). Au Canada, l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC du Canada) a été créée en 1991. Il s'agit d'un organisme national qui assure la gestion du dossier de la radiodiffusion communautaire en milieu minoritaire francophone et acadien au Canada. Plusieurs radios communautaires ont d'ailleurs été créées d'un bout à l'autre du pays. À la suite de Paquin (2007), le Commissariat aux services en français (2011) rappelle les principales fonctions remplies par ces radios, soit agir comme courroie de transmission de la vie culturelle et appuyer les efforts des personnes désirant s'engager pleinement dans la vie de la communauté en fournissant aux individus un accès aux ondes, ce qui a pour résultat de renforcer les liens communautaires et de sensibiliser la population aux enjeux qui la concernent. Bernier et ses collègues (2014) éclairent ainsi ces fonctions : « C'est en y découvrant le monde présenté et interprété dans sa langue, en y voyant les informations économiques, politiques et internationales diffusées, discutées, selon ses intérêts, que le minoritaire puisera, dans les médias, une source identitaire, un lien avec sa communauté et sa culture » (p. 139) ; de tels propos résonnent avec ceux de nombreux chercheurs et chercheuses ayant étudié le rôle des médias dans les CFSM (Eddie et Cardinal, 2017 ; Deevey, 2003 ; Fabris et Beauchamp, 2002 ; Corriveau, 1998 ; Watine, 1993).

La situation des médias publics est quelque peu différente. En vertu de la Loi sur la radiodiffusion de 1991, CBC/Radio-Canada a pour mission de refléter la diversité du pays à la fois à l'échelle régionale et nationale, tout en répondant aux besoins spécifiques des différentes régions ; cette mission comprend la promotion active de l'expression culturelle. Cependant, un rapport du Comité permanent du patrimoine canadien a fait ressortir les critiques formulées par les francophones quant à la façon dont Radio-Canada s'acquitte de cette mission (Schellenberger, 2008), notamment en exprimant leur déception face à la couverture locale et régionale offerte dans leurs communautés, soulignant entre autres le fait de ne pas se sentir représentés ou entendus sur les ondes de leur radiodiffuseur public national en raison de la montréalisation de l'information. Cette réalité a également été documentée par Bédard (2007) et plus récemment dans la presse, à l'occasion de l'audience de renouvellement des licences de diffusion de CBC/Radio-Canada devant le CRTC. La FCFA avait alors demandé une plus grande représentativité des CFSM dans les programmes de Radio-Canada et de CBC (Beaudry, 2021).

Les médias privés restent peu nombreux dans les CFSM. On peut distinguer deux types : d'une part, quelques stations radiophoniques fonctionnent réellement comme des médias privés, sans subventions publiques ; d'autre part, plusieurs journaux privés qui adoptent en pratique une logique communautaire, puisqu'ils sont admissibles à des fonds publics et font partie du réseau des médias communautaires[12].

Qu'ils soient donc communautaires, publics ou privés, les médias des CFSM comblent des lacunes notables dans la couverture offerte par les médias nationaux, qui privilégient souvent les enjeux des majorités linguistiques et urbaines au détriment des réalités régionales minoritaires (CRTC, 2009 ; Paquin, 2007).

De plus, leur rôle dépasse la simple diffusion d'information, pour s'inscrire dans une tradition où ils contribuent à la transmission culturelle et à la construction identitaire. Dans les années 1990, Laflamme (1992) soulignait cette fonction, qui incombe à la fois aux médias et aux journalistes : « Dans cette lutte constante pour le maintien des acquis et

[12] Les trois radios privées dans des CFSM sont Frontières FM (Edmundston, NB) Le Loup FM (Sudbury, Nipissing, Timmins, ON) et CKLE-FM La Super Station (Bathurst, NB).

pour la survivance, les médias et les journalistes à leur emploi ont un rôle crucial à jouer. Plus que jamais, ils ont pris le relais des lieux traditionnels de transmission de la culture qu'étaient encore récemment la famille, l'Église et même l'école » (p. 25).

Dans quelle mesure ce rôle central attribué aux médias des CFSM au début des années 1990 se maintient-il aujourd'hui ? Des études ont depuis montré que les CFSM et les médias entretiennent une relation d'interdépendance (Landry et Allard, 2006) : d'un côté, celles-ci comptent sur ces derniers pour assurer la visibilité et la valorisation de leur identité francophone, pour revendiquer, mener des batailles et les gagner (Grey, 2023) ; de l'autre, les médias dépendent du soutien actif de leur public pour assurer leur propre survie et vitalité. Cette interdépendance se manifeste notamment lorsque les CFSM se mobilisent pour sauver des médias menacés de fermeture ou, à l'inverse, lorsque les médias interviennent dans des événements mettant les institutions francophones à risque. Mais, dans un contexte de mutations, ces médias et leurs journalistes occupent-ils toujours cette position de passeurs culturels et de porte-voix communautaires ? Cette fonction n'est-elle pas aujourd'hui attribuée, du moins partiellement, aux plateformes numériques ?

Malgré l'importance que la recherche accorde aux médias en tant que vecteurs de la vitalité des CFSM, elle s'est principalement intéressée jusqu'à maintenant à leur rôle symbolique, identitaire et institutionnel, ou encore à des cas circonscrits à certains territoires ou à certains types de médias. En effet, peu de travaux offrent un portrait d'ensemble des médias des CFSM qui permettrait d'appréhender la manière dont ces organisations se portent aujourd'hui tant sur le plan de leurs conditions de production, de leurs ressources, des défis auxquels elles font face et des stratégies mobilisées pour les surmonter. Or, on peut raisonnablement supposer que ces réalités ne sont pas épargnées par les crises qui affectent l'ensemble des médias et, plus particulièrement, les médias locaux.

Après avoir examiné le rôle des médias dans les CFSM, nous nous pencherons maintenant sur la manière dont la construction de l'actualité se déploie dans ce contexte minoritaire.

1.5. La construction de l'actualité dans les CFSM au Canada

Dans cette section, nous nous penchons d'abord sur ce que la recherche nous enseigne au sujet des journalistes des CFSM et de leurs pratiques, notamment sous l'angle de l'incidence que leur appartenance communautaire et de leur engagement envers la francophonie peuvent exercer sur leurs choix éditoriaux. Nous nous intéressons ensuite aux sources, à leurs attentes, à la manière dont elles influencent les journalistes ainsi qu'aux nouveaux canaux permettant aux communautés de se mobiliser et de diffuser leurs messages de façon autonome.

Le métier des journalistes des CFSM se caractérise par un ensemble de contraintes, d'attentes et de responsabilités particulières liées à la taille de leur milieu, à la proximité entre ses acteurs et actrices et au rôle attribué aux médias dans la vitalité de leur communauté. La recherche a largement montré que les pratiques journalistiques se déployant au sein des CFSM sont étroitement liées à l'appartenance communautaire des journalistes. Il en ressort que le rôle des journalistes œuvrant dans ces contextes dépasse largement la simple fonction d'informer : ils deviennent des acteurs et actrices engagés dans la défense et la promotion de leur communauté linguistique (Johnson, 1991 ; Watine, 1994 ; Corriveau, 1998 ; Fabris, 2000). À propos du contexte médiatique acadien, Watine (1994) souligne que la sélection et le traitement de l'information sont souvent guidés par la défense du fait francophone, au détriment des critères classiques d'actualité : « [L]a situation de l'Acadie autorise le biais dans le traitement de l'information » (p. 205). D'autres chercheurs et chercheuses ont par ailleurs identifié un dilemme récurrent entre la nécessité de respecter les normes journalistiques classiques et la pression, implicite ou explicite, de soutenir la communauté (Bastarache, 1996 ; Cormier, 1996 ; Nadeau, 1996 ; Corriveau, 2006).

Deevey (2003) a analysé la couverture médiatique de la crise de l'hôpital Montfort à Ottawa en 1997 par le journal *Le Droit*. Dans son étude intitulée « Montfort et *Le Droit* : même combat ? », elle examine la façon dont ce journal francophone, historiquement engagé dans la défense des droits des Franco-Ontariens, a repris son rôle militant pour soutenir l'hôpital Montfort, ce cas illustrant la capacité d'un média francophone à suspendre, même temporairement, certaines exigences d'objectivité afin de soutenir une cause perçue comme essentielle à la survie de la communauté. Cela converge avec des

travaux sur la couverture de la COVID-19 où la crise a contraint les journalistes à s'éloigner momentanément de l'objectivité (Lacroix et Carignan, 2020).

Certaines études nous éclairent de même au sujet des particularités partagées par le journalisme en milieu minoritaire et une variété de types de journalisme engagé, dont le journalisme culturel, domaine où les journalistes se perçoivent souvent comme ayant une mission qui dépasse la simple transmission d'informations, se voyant investis du rôle d'aider et de promouvoir le milieu culturel (Harries et Wahl-Jorgensen, 2007). Cette dynamique se comprend mieux à l'aune du journalisme de proximité, qui se caractérise par une couverture étroitement arrimée au milieu local et par une proximité géographique, sociale et symbolique entre journalistes et communauté qui contribue à façonner les pratiques journalistiques et les choix éditoriaux (Ringoot et Rochard, 2005).

Des chercheurs et chercheuses s'étant intéressés à ce type de journalisme ont montré que l'un des principaux défis auxquels sont confrontés leurs journalistes est ce que Camponez (2002) appelle la *trop grande proximité*. L'auteur résume ainsi : « Souvent, ils partagent, en tant que citoyens, les mêmes territoires et les mêmes communautés. Ces expériences, à la fois personnelles et professionnelles, les amènent à devoir gérer les approches et la distance, de manière quasi permanente[13] » (Jerónimo, Correia et Gradimj, 2022, p.816). Cependant, d'autres études ont montré d'autres types de tendances. Comme l'a souligné Hanusch (2015), les journalistes locaux peuvent ne pas être aussi proches de leur public qu'ils aiment le proclamer. À l'ère numérique, ils sortent moins et passent plus de temps à leur bureau, perdant ainsi le contact avec la communauté (Jerónimo, 2015).

Une étude de Cairncross Review (2019) souligne que nous ne pouvons pas supposer que les médias locaux évolueront de la même manière que les grands médias nationaux et internationaux. Les journaux locaux ont moins de ressources à investir dans de nouvelles stratégies numériques que leurs homologues nationaux et internationaux (Ali, Radcliffe, Schmidt et Donald 2018 ; Hess et Waller, 2017 ; Leckner, Tenor et Nygren, 2017). Ils captent également une part beaucoup plus faible de l'attention en ligne et font donc face à un ensemble de défis différents dans un environnement numérique. Parmi d'autres défis,

[13] Trad. libre de: « These experiences, both personal and professional, lead to the need to manage approaches and distance, in an almost permanent way ».

Jerónimo et *al.* (2022) soulignent dans le cas portugais que les structures commerciales peuvent ne pas être toujours professionnelles, que les salles de rédaction peuvent avoir une culture traditionnelle de production où la priorité est donnée au journal imprimé, et qu'elles peuvent compter moins de journalistes. Cela peut expliquer une certaine résistance à s'engager dans de nouveaux types de travail. Les journaux locaux, en particulier, ont moins de ressources pour investir dans de nouvelles stratégies numériques que les médias nationaux et internationaux.

Si nous revenons aux CFSM, un passage du rapport Paradis (2018) fait état de la question. L'auteur cite son intervenant Francis Sonier, président de l'Association de la presse francophone, qui explique :

> Les réalités des communautés de langue officielle en situation minoritaire ne peuvent être comparées à celles des autres communautés. Il est impensable que, dans les années à venir, les médias communautaires puissent générer assez de revenus issus d'une plateforme numérique pour être en mesure de poursuivre leurs opérations et de continuer à desservir leurs communautés (p. 19).

Paradis (2018) souligne que les radios communautaires doivent principalement se tourner vers la diffusion en ligne pour toucher un public plus large, mais cela entraîne des coûts sans véritables revenus en matière de publicité. Le virage numérique est vu comme étant nécessaire, mais paradoxalement, il nuit aux médias en milieu minoritaire, selon son analyse. Un exemple cité dans le rapport est celui du journal *La Liberté,* qui a dû passer d'une parution hebdomadaire à une parution presque quotidienne afin de maintenir son site Internet à jour dans la logique où le virage numérique a délaissé la notion de périodicité. Pour répondre à cette demande croissante de contenu, le journal a dû augmenter ses effectifs en embauchant davantage de journalistes et de personnel à la correction, à la photographie et au montage vidéo. De plus, il a dû investir dans des logiciels et des ordinateurs plus performants afin de gérer cette charge de travail supplémentaire. Il est cependant important de souligner que malgré ces besoins grandissants, le budget alloué au journal a été réduit de moitié. Par conséquent, toutes ces modifications ont dû être mises en œuvre avec moins de ressources financières qu'auparavant. Force est de se demander : comment se portent donc les journalistes de ces médias qui revendiquent l'exercice d'un journalisme de proximité ? Profitent-ils du potentiel de l'environnement numérique pour

se rapprocher encore davantage de leur public ? Le numérique installe-t-il plutôt une distance ?

En ce qui concerne les sources, la recherche s'est surtout penchée sur les leaders institutionnels en mettant en lumière leurs attentes relativement fortes envers les journalistes, qu'ils pressent à adopter une perspective plus promotionnelle (Corriveau, 1998 et 2006 ; Fabris, 2000 ; Eddie, 2011). En se penchant sur des contextes tels le Manitoba ou l'Ontario français, Corriveau (1998) et Fabris (2000) ont montré que les journalistes sont conscients qu'on attend d'eux une couverture sensible aux enjeux locaux et à la cohésion des communautés. Leurs recherches signalent que la proximité tend à renforcer un sentiment d'obligation morale ou symbolique, conduisant certains journalistes à percevoir qu'ils doivent, au moins en partie, se conformer à de telles pressions. Or, face aux changements entraînés par l'ère numérique, il importe de se demander si ces dernières prennent de nouvelles formes ou si elles sont vécues différemment en raison de la fragilisation de l'autonomie professionnelle des journalistes.

Par ailleurs, le numérique, en offrant des opportunités sans précédent en matière de visibilité, de connectivité et de participation, a transformé la manière dont les CFSM interagissent, communiquent et se mobilisent. Ses incidences sont multiples et englobent une variété d'aspects sociaux, culturels et politiques. D'après la recherche de Lupien (2020), les réseaux socionumériques constituent un nouvel outil stratégique pour les organisations francophones minoritaires, qui y trouvent des moyens innovants pour rassembler des ressources, influencer les discussions politiques et valoriser leur identité collective.

Cette appropriation des espaces numériques se manifeste de diverses manières. Le webzine acadien *Astheure* représente l'un d'entre eux. La communauté acadienne peut s'y exprimer et y construire son propre récit (Arrighi, 2023). Millette (2015) explore les possibilités pour les acteurs et actrices sociaux issus des minorités francophones d'accentuer leur visibilité par le biais des médias publiés sur Internet. Elle souligne notamment que les réseaux socionumériques pourraient jouer un rôle central dans l'acquisition d'une telle visibilité, ainsi que d'une reconnaissance politique. Elle note également l'importance de distinguer la visibilité *instrumentale*, qui se limite à un buzz

médiatique sans répercussion significative, et la visibilité *reconnue*, qui atteste publiquement de la valeur d'une personne en lui attribuant un marqueur symbolique. Elle affirme ainsi que la visibilité reconnue est la plus susceptible de permettre aux membres des CFSM d'être identifiés en tant qu'acteurs et actrices de mouvements politiques. D'autres travaux ont également fait remarquer que les réseaux socionumériques deviennent des outils précieux au service de la construction identitaire en créant des espaces où les individus peuvent partager des idées et des expériences (Valenzuela *et al.*, 2014 ; Raynauld *et al.*, 2016). Les technologies d'information et de communication peuvent alors constituer un moyen d'autoreprésentation permettant de communiquer des messages indépendamment des médias grand public, par exemple afin de contester des stéréotypes dominants ou de créer des espaces dont émergera une identité partagée entre des individus géographiquement dispersés (Raynauld *et al.*, 2018), comme le montrent des cas récents. La résistance franco-ontarienne face aux compressions des services en français, déjà évoquée ci-dessus, démontre que les institutions francophones sont considérées comme des entités primordiales pour la vitalité des CFSM. Ce cas illustre également le rôle important que jouent les réseaux socionumériques en permettant aux citoyens et citoyennes d'exercer rapidement une pression sur les associations franco-ontariennes et sur les personnes élues, notamment en favorisant la diffusion et le partage de messages visant à sensibiliser et à mobiliser la communauté (Lord *et al.*, 2022 ; Lupien, 2020).

À la lumière de cette mise en dialogue entre nos questionnements et les écrits scientifiques portant sur les transformations du monde des médias, la relation journaliste-source et sur la particularité des CFSM, différents enjeux se dessinent.

Cette capacité des CFSM, de leurs institutions et organismes communautaires, de même que des citoyens et citoyennes à produire et à contrôler leurs propres discours soulève alors des enjeux centraux quant au rôle des journalistes dans ces milieux. Dans un contexte où les sources disposent désormais de canaux de communication autonomes, ces dernières reconfigurent les attentes qu'elles entretiennent à l'égard des journalistes et de leur rôle communautaire.

Un deuxième enjeu concerne la professionnalisation croissante des relations publiques et ses effets sur la médiation de la parole des communautés francophones en

situation minoritaire. À la lumière de cette professionnalisation généralisée (Iturregui-Mardaras *et al.*, 2020), la voix des CFSM, de leurs organismes et des institutions qui les représentent est de plus en plus portée par des professionnels et professionnelles de la communication. Cette médiation soulève d'importantes questions quant à la transformation de la relation journaliste-source, la redéfinition de leurs interactions influençant les attentes formulées à l'égard du rôle des journalistes. Elle invite également à s'interroger sur la façon dont ces attentes se distinguent, ou non, de celles exprimées par les leaders institutionnels.

Par ailleurs, dans un contexte où les membres des CFSM peuvent désormais exprimer en temps réel leurs attentes, leurs insatisfactions ou leurs priorités par le biais des réseaux socionumériques, un troisième enjeu émerge, qui concerne cette fois la dynamique journalistique dans les CFSM. L'environnement numérique offre aux médias un potentiel accru pour se rapprocher des communautés, notamment par l'utilisation d'outils d'analyse des données d'audience permettant de mieux saisir leurs préférences en matière d'information. Toutefois, la capacité des médias à tirer pleinement parti de ce potentiel demeure étroitement liée aux ressources dont ils disposent.

C'est à partir de l'ensemble de ces observations que nous proposons de structurer la problématique générale de cette thèse autour de trois questions de recherche principales, présentées dans la prochaine section.

1.6. La relation journaliste-source dans les CFSM à l'ère numérique : trois questions générales de recherche

La réflexion que nous avons développée dans le cadre de notre problématique générale nous amène à formuler trois questions de recherche plus spécifiques :

1) Comment se structure aujourd'hui le monde professionnel des journalistes des médias communautaires des CFSM, et ce, tant au regard des défis auxquels ils sont confrontés que des stratégies d'adaptation qu'ils mobilisent ?
2) Comment la relation journaliste-source est-elle vécue par les acteurs et les actrices des médias des CFSM ?

3) Parmi les propositions d'information envoyées par les sources aux médias des CFSM, lesquelles sont retenues ou ignorées, quels motifs sous-tendent ces choix et dans quelle mesure le contenu publié relève-t-il de l'initiative des journalistes eux-mêmes ?

1.7. Objectifs spécifiques

Guidée par les questions formulées ci-dessus, nous avons entrepris notre programme de recherche doctorale. Au fil de notre travail de recherche empirique, trois objectifs spécifiques ont émergé du terrain. Bien que chacun s'accompagne d'éléments méthodologiques qui lui sont propres, ensemble, ils s'inscrivent dans une logique cumulative où les constats issus de la recherche ont orienté nos questionnements et les angles d'analyse adoptés.

1.7.1. Objectif spécifique I

Si les écrits nous enseignent que la relation journaliste-source ne se vit pas indépendamment du milieu dans lequel elle se déploie (Fisher, 2018), les études scientifiques documentant la situation de ces médias sont encore très limitées, surtout à l'heure des grandes transformations qui traversent le monde des médias. Le premier objectif spécifique de notre thèse est de mieux comprendre l'état des médias communautaires des CFSM. Créés *par* et *pour* les CFSM, ces derniers sont ancrés profondément dans les milieux qu'ils desservent. Nous proposons de créer un répertoire de ces derniers et en documentant à la fois leurs défis et leurs stratégies d'adaptation.

1.7.2. Objectif spécifique II

Le deuxième objectif spécifique de cette thèse est de mieux comprendre la relation journaliste-source à partir de l'étude du vécu des acteurs et des actrices qui l'animent. Traditionnellement, parce qu'elle oscille entre coopération et tension, cette relation est envisagée comme une dynamique d'interdépendance marquée par la négociation (Bourricaud, 1961 ; Charron, 1994 ; Charron et Bonville, 1996 ; Legavre, 2011). Dans les CFSM, où les médias sont investis d'un rôle de maintien de la vitalité linguistique et culturelle, cette relation prend une dimension particulière, car elle est traversée par des tensions entre normes professionnelles et attentes d'engagement communautaire (Watine,

1993 ; Corriveau, 1998 et 2006 ; Bernier, 2011). Alors que les recherches se sont surtout intéressées aux attentes des sources institutionnelles à l'égard des journalistes, un nombre restreint d'entre elles ont exploré le vécu croisé des journalistes et des sources — institutionnelles ou non — dans un contexte marqué par la transformation numérique, la précarisation du travail journalistique et l'évolution des pratiques communicationnelles des CFSM. Ainsi, par le biais de cet objectif spécifique, nous nous proposons d'analyser le discours des journalistes et des sources dans les CFSM à travers leurs relations mutuelles, de même que les mécanismes d'autonomie et de négociation en jeu.

1.7.3. Objectif spécifique III

Le troisième objectif est de mieux appréhender la relation journaliste-source du point de vue spécifique de ce qui est envoyé par les sources comme propositions aux journalistes, ce qui est retenu, ce qui est écarté et ce qui devient de l'actualité grâce au travail des journalistes. Si les recherches ont montré l'influence prépondérante des élites en tant que sources dans l'agenda médiatique et souligné le rôle actif des journalistes dans le tri et la hiérarchisation des intrants informationnels (Bennett, 1983 ; Fishman, 1980), elles se sont surtout concentrées sur les canaux institutionnels et routiniers, laissant ainsi dans l'ombre les échanges plus informels et les dynamiques en amont de la construction de l'actualité (Franklin, 2006). Ces zones d'ombre sont encore plus marquées dans le contexte des transformations numériques, caractérisées, tel que mentionné antérieurement, par l'accélération des flux informationnels, la professionnalisation des relations publiques et la raréfaction des ressources journalistiques (Davies, 2008 ; Jackson et Moloney, 2016). Les médias des CFSM constituent à cet égard un terrain privilégié où la proximité entre journalistes et sources, la mission sociale et les contraintes invitent à interroger les mécanismes de sélection de l'information, les marges d'autonomie journalistique et les voix effectivement priorisées dans la construction de l'actualité (Johnson, 1991 ; Fabris et Beauchamp, 2006 ; Desjardins et Johnson, à paraître).

Chapitre II : Méthodologie

Introduction

Comme évoqué dans la problématique générale, nous souhaitons par le moyen de cette thèse mieux comprendre la construction de l'actualité dans les CFSM à l'ère numérique. Cet objet a soulevé une série de questionnements méthodologiques, à commencer par le suivant : comment rendre compte de la complexité de ce phénomène unique dont certaines dimensions demeurent encore peu documentées ? Ces questionnements et les observations qui ont suivi ont progressivement orienté notre démarche vers une approche inductive invitant chercheurs et chercheuses à se montrer attentifs aux discours, aux pratiques et aux contextes dans lesquels ils prennent sens. La méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) (Glaser et Strauss, 1967 ; Luckerhoff et Guillemette, 2023) s'est révélée particulièrement féconde pour accompagner cette posture, dans la mesure où elle permet de construire l'analyse à partir des données empiriques, tout en maintenant un dialogue constant entre terrain, interprétation et concepts.

Expliciter notre méthodologie ne revient pas seulement à décrire des méthodes de collecte et d'analyse des données, mais à rendre compte des choix et des ajustements ayant jalonné notre recherche (Paillé et Mucchielli, 2021). Cette volonté de transparence, comme le rappelle Becker (1998), suppose de reconnaître la réflexivité inhérente à toute recherche scientifique, c'est-à-dire la manière dont nous nous inscrivons dans notre objet et dans le processus de production des connaissances.

Ce chapitre présente en premier lieu ce rapport à notre objet, tout en expliquant la manière dont il a orienté notre démarche de recherche. En deuxième lieu, nous exposons les principes généraux de la MTE que nous avons mobilisés. Nous détaillons en dernier lieu les méthodes mises en œuvre afin d'éclairer les trois objectifs spécifiques décrits plus haut, tout en montrant la manière dont celles-ci s'articulent autour des objectifs de la thèse.

2.1. Notre proximité avec l'objet d'étude

Notre posture en tant que chercheuse issue des CFSM et ayant travaillé dans certains de leurs médias nous confère une position unique, à l'intersection de nos expériences personnelles et de notre objet de recherche. Une telle posture appelle un cadre

méthodologique capable de tenir compte de notre subjectivité, ce qu'autorise la recherche qualitative. En effet, cette dernière se distingue fondamentalement des approches objectivistes par son ancrage dans l'expérience et l'interaction. Bien que difficile à définir de façon consensuelle, la recherche qualitative constitue, selon Luckerhoff et ses collègues (2023), « une manière d'appréhender le monde dans sa complexité » (p. 6). Leurs travaux soulignent également qu'elle se distingue de la recherche expérimentale en ce qu'elle ne cherche ni à séparer, ni à contrôler des variables, ni à reproduire des phénomènes en laboratoire. Contrairement à l'approche objectiviste, qui tend à isoler l'objet d'étude de la personne qui l'observe (Coulon, 1987 et 1993), la recherche qualitative reconnaît la richesse de la subjectivité et la place centrale de cette interaction[14].

Devant de tels constats, nous en sommes venues à considérer notre position de chercheuse issue des CFSM comme un atout analytique nous permettant de percevoir des subtilités, d'interpréter des non-dits et de saisir des dynamiques qui auraient pu échapper à un regard extérieur. Comme le suggèrent Aguiar et ses collègues (2024), nous apportons bien plus que nos compétences académiques : si notre bagage culturel, nos expériences de vie et nos relations personnelles influencent inévitablement notre approche et notre compréhension des phénomènes étudiés, la recherche peut aussi nous affecter en retour. Comme l'expliquent Dwyer et Buckle (2009), « [t]out comme notre personnalité affecte l'analyse, l'analyse affecte également notre personnalité[15] » (p. 61). Cette proximité avec l'objet d'étude s'est en outre révélée une source importante de motivation personnelle en nous incitant à approfondir la connaissance des milieux dont nous sommes issue, ainsi qu'à produire des analyses susceptibles de soutenir leur développement et leur rayonnement.

Bien que l'on puisse percevoir notre proximité avec l'objet comme une source de biais (Allan, 2003), nous la considérons plutôt comme une véritable richesse. Notre appartenance à la francophonie minoritaire semble avoir facilité l'accès au terrain et aux données riches. Tout au long des entretiens, le taux d'acceptation s'est montré très élevé[16]. Plusieurs participants et participantes à nos études ont par ailleurs spontanément exprimé des propos tels que celui-ci : « *Je suis contente de te parler parce que tu comprends ce que*

[14] Pour répondre à l'un de nos objectifs spécifiques, nous mobilisons également une démarche mixte.
[15] Trad. libre de: « Just as our personhood affects the analysis, so, too, the analysis affects our personhood. »
[16] On notera que notre courriel de recrutement mentionnait notre origine acadienne.

je veux dire. » Sans pour autant soutenir que seuls les chercheurs et chercheuses francophones en situation minoritaire seraient en mesure d'obtenir la confiance des membres des CFSM, nos observations rejoignent celles d'études montrant que l'appartenance des chercheurs et chercheuses à la communauté étudiée peut consolider un rapport relationnel privilégié, favorisant l'instauration d'un climat de confiance lors des entretiens (Théberge, 2013 ; Paek, 2024).

Cependant, en accordant une importance particulière aux mots des participants et participantes, nous avons veillé à leur faire expliciter certains éléments qu'ils supposaient déjà compris de notre part. Par exemple, il est arrivé que certaines personnes ne terminent pas une phrase, remplaçant ainsi la conclusion attendue par une formule telle que celle-ci : « *Tu sais ce que je veux dire…* ». Nous les avons alors encouragées à compléter leur réflexion afin de nous assurer de comprendre pleinement le sens qu'elles donnaient à leur expérience, ainsi que de recueillir des détails et des nuances qui auraient pu nous échapper si nous avions supposé en avoir déjà une certaine connaissance.

Cette proximité avec l'objet d'étude nous a également encouragée à aiguiser notre sensibilité théorique, c'est-à-dire notre aptitude à écouter ce que les données empiriques révèlent, à en extraire du sens et à demeurer réceptive aux nouvelles idées et interprétations (Glaser et Strauss, 1967). Cette perspective peut être approfondie par l'entremise du concept d'*insider-outsider* exploré notamment par Corbin et Buckle (2009) au moment d'interroger la posture des personnes qui mènent des recherches qualitatives tout en faisant partie de la population étudiée. Leurs travaux insistent en effet sur la fluidité de cette posture, qui se caractérise par une alternance entre le rôle d'*insider*, qui mobilise une connaissance intuitive des normes et des significations culturelles, et celui d*'outsider*, qui autorise à questionner ces évidences pour produire une analyse critique et pour ne pas surimposer sa subjectivité. Lecordier (2011) précise qu'il ne s'agit pas d'éliminer ou de mettre de côté ses préconceptions du phénomène étudié, ce qui serait à la fois impossible et contre-productif, mais de les clarifier afin de créer des conditions favorables à l'émergence de données nouvelles. En recherche qualitative, une telle ouverture se montre essentielle, car elle permet d'accueillir la complexité et la richesse des phénomènes étudiés (Luckerhoff *et al.*, 2023) ; il s'agit dès lors de « se laisser surprendre par ce qui émergera

du monde observé afin d'en offrir une étude riche et dense » (*ibid.*, p. 22). Aguiar et ses collègues (2024) abondent dans le même sens en affirmant que « l'on est bien meilleur chercheur lorsque la spontanéité et l'inattendu se révèlent au cours de la recherche[17] » (p. 8).

Toutefois, ce va-et-vient entre proximité et distance a exigé un important travail réflexif qui ne saurait se réduire à une simple posture méthodologique ; en effet, la réflexivité engage chercheurs et chercheuses dans un examen continu de leur positionnement à l'égard de leur objet d'étude ainsi que de leurs choix méthodologiques, théoriques, épistémologiques, éthiques et politiques (Luttrell, 2019). Cela signifie que nous avons dû examiner continuellement notre propre position et la manière dont nous influencions, consciemment ou non, le processus de recherche. Comme le soulignent Schön (1984) et Guillemette (2016), la réflexivité implique une prise de conscience active et une capacité à rendre explicites des éléments implicites, souvent inconscients. Elle permet non seulement d'examiner la manière dont nous influençons la recherche à travers nos valeurs ou nos expériences, mais aussi de mieux comprendre les dynamiques relationnelles avec les personnes participant à la recherche et leurs impacts sur la collecte et l'analyse des données.

2.2. Une approche inductive par la méthodologie de la théorisation enracinée

En écrivant ce texte, nous prenons pleinement la mesure du fait que nous n'avions, en début de parcours doctoral, qu'une idée très partielle de ce qui allait émerger de cette thèse. Si nous savions que le monde des médias traversait d'importantes transformations et que les médias en contexte minoritaire étaient pour leur part marqués par des dynamiques particulières, nous ne pouvions en anticiper ni la forme précise ni la portée.

Cette incertitude a guidé notre choix d'adopter une approche inductive. En tant que mode de raisonnement, l'induction consiste à partir des observations empiriques pour ensuite générer des interprétations et des théories. À la différence d'une démarche hypothético-déductive, où la recherche est guidée par des hypothèses préexistantes, l'approche inductive favorise une exploration ouverte des phénomènes à étudier (Daignault

[17] Trad. libre de : « And we are so much the better researchers once spontaneity and the unexpected reveal themselves as we conduct research. »

et Lapointe, 2023, p. 69). Comme l'expliquent Denis et ses collègues (2019), un tel « choix […] relève avant tout d'une position épistémologique qui considère qu'il y a d'autres moyens d'aboutir à la connaissance que par le recours à des cadres théoriques explicatifs » (p. 4). Dans la présente thèse, cette position se traduit par une attention soutenue portée à l'exploration empirique et à la construction progressive du savoir à partir des données.

La MTE a été retenue dans le prolongement de ce choix. D'abord diffusée sous la dénomination *Grounded Theory*, cette approche a été développée par les sociologues Barney Glaser et Anselm Strauss dans les années 1960. C'est plus précisément en 1967 que paraît *The Discovery of Grounded Theory*, ouvrage dans lequel sont exposés les fondements d'une approche inductive novatrice visant à renverser l'ordre traditionnel de la recherche en priorisant les données empiriques plutôt qu'en vérifiant des hypothèses préétablies. La traduction « méthodologie de la théorisation enracinée » a été proposée par Luckerhoff et Guillemette (2012) ; elle s'appuie avant tout sur des motifs sémantiques, puisque ces auteurs estiment que les traductions existantes, dont « théorie ancrée », ne rendent pas adéquatement compte de la nature de l'approche. Pour eux, il ne s'agit pas d'une théorie en soi, mais d'un cadre méthodologique qui permet de construire une théorie à partir de ce qui émerge du terrain ou des données. Le terme « enraciné » leur a semblé par ailleurs plus juste qu'« ancré », car il évoque une dynamique vivante et continue entre les données empiriques et la conceptualisation, en phase avec la nature évolutive de la recherche. Nous retenons la traduction « méthodologie de la théorisation enracinée » dans le cadre de notre recherche, de même que les principes généraux qui accompagnent la MTE.

Cette approche favorise une exploration visant une compréhension des phénomènes étudiés. Comme le soulignent Glaser et Strauss (1967), leurs « suggestions de systématisation ne devraient pas freiner la créativité de quiconque visant à générer de la théorie ; contrairement aux moyens de vérification, elles devraient l'encourager[18] » (p. 9). La MTE présente donc une particularité épistémologique, soit la théorisation à partir des données, et une diversité des méthodes d'analyse. C'est dire qu'il n'existe pas une seule,

[18] Trad. libre de : « Our suggestions for systematizing should not curb anyone's creativity for generating theory; in contrast to the ways of verification, they should encourage it. »

mais plusieurs façons d'utiliser la MTE. Comme l'expliquent Guillemette et Luckerhoff (2015 et 2016), afin de garantir une traçabilité et une transparence méthodologique, il est essentiel d'expliciter sa position et sa posture, ainsi que les techniques et les procédures utilisées :

> Il n'est plus possible de simplement dire que l'on fait de la MTE, et ce, pour plusieurs raisons. D'abord, pour attester de la rigueur avec laquelle un chercheur ou une chercheuse a travaillé, il faut connaître les types de méthodes auxquels il se réfère. Aussi, trop de chercheurs citent des auteurs de la MTE sans respecter les principes et critères propres à cette approche, qui est une approche générale et non uniquement une méthode d'analyse (2015, § 1).

La pertinence de la MTE n'est plus à démontrer. Bien qu'elle fasse l'objet de débats et de critiques depuis son émergence, elle s'est progressivement imposée comme une approche reconnue et largement mobilisée en recherche qualitative. Comme le soulignent les mêmes auteurs (2016), le chercheur ou la chercheuse n'a plus à « défendre le choix de cette méthode tout au long de son parcours », contrairement à la situation qui s'observait dans le domaine de la recherche qualitative au cours des décennies 1970 et 1980 (p. 10).

En tenant compte de ce préambule, la section suivante présente les fondements sur lesquels nous nous appuyons pour mieux comprendre le phénomène à l'étude.

2.2.1. La suspension des références aux écrits scientifiques

L'adoption de cette démarche nous a conduite à ne pas prédéfinir nos problématiques, celles-ci ayant émergé du terrain. Nous avons ainsi amorcé la recherche à partir d'un objectif général, soit mieux comprendre la construction de l'actualité dans les CFSM à l'ère numérique, sans nous appuyer d'emblée sur un cadre théorique. En accord avec cette logique inductive et afin de demeurer attentive au sens que les participantes et participants attribuaient à leur vécu et à ce qui pouvait en émerger, nous avons choisi de mettre temporairement entre parenthèses l'apport des écrits scientifiques de même que nos expériences antérieures (Glaser, 1998).

Cette mise à distance initiale des écrits s'inscrit notamment dans une volonté d'éviter ce que Glaser (1992) qualifie de *forcing*, soit le fait de contraindre les données à s'ajuster à des concepts ou à des théories préexistantes, plutôt que de laisser les catégories analytiques émerger progressivement du matériau empirique. Cette posture a exigé un

travail réflexif constant tout au long du processus d'analyse. Ce n'est qu'une fois la saturation théorique atteinte que le résultat de ce processus a été mis en dialogue avec les travaux scientifiques existants. Concrètement, la saturation théorique a été considérée comme atteinte lorsque l'analyse des nouveaux entretiens n'apportait plus d'éléments substantiellement nouveaux aux catégories en construction. Par exemple, dans notre deuxième article de thèse sur la relation journaliste-source, la saturation théorique s'est manifestée lorsque les derniers entretiens reprenaient des éléments déjà identifiés. Par exemple, la proximité interpersonnelle, fondée sur la confiance, la connaissance mutuelle et la fréquence des échanges revenait systématiquement, sans faire émerger de nouvelles dimensions. De même, les tensions entre engagement communautaire et normes journalistiques étaient réitérées par les participants et participantes, venant surtout confirmer et nuancer les catégories existantes. Cette répétition des dynamiques observées a ainsi marqué un point de redondance indiquant l'atteinte de la saturation.

2.2.2. L'échantillonnage théorique

L'échantillonnage théorique constitue un principe central de la MTE en ce qu'il oriente la sélection des cas, des participants et participantes ou des situations en fonction des besoins émergents de l'analyse, plutôt qu'à partir de critères prédéterminés (Glaser et Strauss, 1967 ; Charmaz, 1983; Luckerhoff et Guillemette, 2012 ; Guillemette et Luckerhoff, 2023). Dans cette perspective, l'objectif n'est pas d'atteindre une représentativité statistique, mais plutôt une saturation théorique soit un point où les nouvelles données n'apportent plus d'éléments significativement nouveaux, susceptibles d'enrichir ou de transformer les catégories analytiques en cours de construction (Luckerhoff et Guillemette, 2012). Contrairement aux approches positivistes fondées sur la répétition des observations à des fins de validation, la MTE s'appuie sur un échantillonnage théorique orienté vers la variation des expériences et des points de vue. Son objectif n'est pas de multiplier les participants et participantes pour confirmer un même discours, mais de sélectionner des cas susceptibles de faire émerger, de nuancer ou de remettre en question les catégories analytiques en construction.

Cette façon d'aborder la recherche a aussi fait en sorte que la longueur des entretiens que nous avons animés avec différentes personnes a varié en fonction des

contextes, des disponibilités et du degré d'implication des personnes rencontrées. Certains entretiens se sont déroulés par courriel, d'autres par visioconférence ou par téléphone, de façon plus spontanée. Cette flexibilité est conforme aux principes de la MTE, qui privilégie l'adaptation constante du dispositif méthodologique aux besoins de l'analyse et aux réalités du terrain (Glaser et Strauss, 1967 ; Glaser 2001).

Nous avons ainsi procédé de manière itérative : les premiers résultats nous ont guidée vers de nouveaux cas, qui eux-mêmes nous ont permis de préciser, de diversifier ou d'infirmer les propriétés d'une catégorie émergente.

2.2.3. Une trajectoire hélicoïdale et une comparaison constante

En adoptant la MTE, nous avons inscrit notre recherche dans une trajectoire que Plouffe (2009, cité par Luckerhoff et Guillemette, 2012) qualifie d'hélicoïdale, c'est-à-dire marquée par un mouvement circulaire et itératif, qui revient constamment sur des étapes déjà entreprises tout en progressant à chaque boucle dans la compréhension du phénomène. Ainsi l'analyse n'a pas suivi une trajectoire linéaire où se seraient succédé la recension des écrits, l'établissement de la problématique, la collecte de données et l'analyse. En réalité, dès que nous avons commencé à produire des éléments d'analyse et, au fur et à mesure que cette dernière avançait, nous sommes constamment retournée au monde empirique dans lequel le phénomène est vécu pour non seulement valider les résultats de l'analyse, mais aussi pour les enrichir de nouvelles réponses à de nouvelles questions. À chaque boucle, nous avons affiné notre compréhension du phénomène étudié et approfondi la portée théorique de nos observations.

En empruntant cette trajectoire hélicoïdale, nous avons mobilisé ce que les chercheurs et chercheuses en MTE nomment la comparaison constante (Corbin et Strauss, 2008 ; Glaser, 2001 ; Holloway et Wheeler, 2002 ; Laperrière, 1997 ; Schreiber, 2001), c'est-à-dire que les données collectées ont été confrontées aux précédentes afin de relever des similitudes, des différences et des variations, processus dont ont progressivement émergé des catégories conceptuelles. Mais la comparaison constante ne se limite pas à l'analyse des données brutes ; elle guide aussi les allers-retours entre la collecte et l'interprétation. À chaque cycle, nous avons ajusté nos questions, reformulé nos observations dans une série de mémos et, enfin, affiné nos interprétations. C'est cette

répétition qui a permis l'avancement progressif de l'analyse, tout en conservant un haut niveau de fidélité en regard de la réalité vécue par les participants et participantes.

Les étapes de la démarche méthodologique adoptée sont les suivantes[19] :

Construction de la problématique

L'élaboration de la problématique s'est inscrite dans une démarche inductive, inspirée des principes de la MTE. Nous nous sommes laissée guider par notre curiosité intellectuelle afin d'identifier un objet de recherche qui nécessitait un éclairage scientifique. Cette réflexion initiale nous a amenée à nous intéresser à la relation journaliste-source dans les CFSM. Comme Plouffe et Guillemette (2012) l'expliquent :

> Avec la MTE, généralement, l'objet de la recherche est un phénomène (ou une situation sociale) et l'objectif de la recherche est le développement d'une théorie ou d'une compréhension du phénomène […]. Afin de préciser la problématique au point de départ, il s'agit de délimiter les paramètres de la situation sociale à l'étude. Cette délimitation est faite en termes très généraux, et le chercheur doit demeurer conscient du caractère provisoire de cette délimitation » (p. 93).

Au départ, notre intérêt portait sur la relation journaliste-source envisagée comme une modalité centrale de construction de l'actualité. Toutefois, le travail de terrain nous a amenée à élargir cette perspective, en nous orientant vers une compréhension plus large de la construction de l'actualité. Nous avons en effet constaté que celle-ci ne pouvait être appréhendée uniquement à travers la relation journaliste-source, mais qu'elle impliquait une pluralité d'éléments, notamment liés aux dynamiques de proximité, aux contraintes organisationnelles, aux choix éditoriaux ainsi qu'aux interactions propres aux milieux communautaires.

Terrain

En MTE, le corpus de données se constitue selon les principes des enquêtes de terrain « telles qu'elles existent depuis le début du siècle dernier en recherche qualitative, notamment chez les anthropologues et les ethnographes : notes de terrain, entrevues, documents variés » (Plouffe et Guillemette, 2012, p. 93). Dans le cadre de notre recherche,

[19] Il importe de préciser que leur présentation ne suit pas un ordre chronologique, le processus de recherche s'étant plutôt construit dans un mouvement d'allers-retours entre les différentes étapes.

ce corpus a été constitué à partir de données d'entretiens recueillies auprès de journalistes, de gestionnaires de médias et de sources œuvrant au sein des CFSM, en plus de tout autre matériel nous permettant de mieux comprendre le phénomène (il en sera question dans la présentation des méthodes spécifiques du présent chapitre).

Analyse des données

Les données ont été examinées dès leur collecte. L'analyse a débuté par une lecture flottante qui nous a permis de nous immerger dans les données et d'identifier les premières unités de sens, c'est-à-dire les segments de texte ou d'information portant une signification particulière par rapport au phénomène étudié (Luckerhoff *et al.*, 2023). À partir de ces unités de sens, nous avons procédé à un codage ouvert, c'est-à-dire que nous avons attribué des codes descriptifs résumant ou représentant l'essence de chaque unité. Ces codes ont ensuite été regroupés en catégories plus larges. Enfin, nous avons dégagé des thèmes émergents correspondant à des dimensions plus conceptuelles et théoriquement pertinentes du phénomène étudié. À mesure que de nouvelles unités de sens étaient établies, nous retournions au terrain pour valider nos interprétations, enrichir nos catégories et explorer de nouvelles questions.

Rédaction de mémos

En MTE, les mémos jouent un rôle clé, puisque les chercheurs et chercheuses y consignent leurs idées au fur et à mesure de la collecte et de l'analyse des données (Charmaz, 2006). Ils agissent comme une étape intermédiaire importante entre la collecte de données et la formalisation d'une théorie ou d'une interprétation (Glaser, 1978 ; Strauss et Corbin, 1998). Ils offrent un espace pour consigner les réflexions, impressions et intuitions du chercheur, tout en l'incitant à amorcer l'analyse des données et des codes dès les premières phases de la recherche (Glaser, 1978 ; Strauss et Corbin, 1998).

Distribuées tout au long de la recherche, ces notes ont attesté de nos premières impressions analytiques. Selon Charmaz (2006) et Pagé (2015), elles facilitent une implication rapide dans l'analyse et, en permettant de se distancier de la description, elles favorisent l'atteinte d'un plus haut niveau d'abstraction. Elles prennent la forme de réflexions interprétatives qui permettent de documenter, de manière progressive, les idées,

les événements et les raisonnements qui jalonnent le processus de recherche, contribuant ainsi à une traçabilité analytique (Glaser, 1978).

Concrètement, nous avons rédigé ces notes de façon souple : leur structure variait en fonction des besoins analytiques du moment, mais comportait généralement (1) un point de départ empirique (extrait, observation, situation) (2) une interprétation provisoire (3) des liens avec d'autres données ou catégories en émergence, et (4) une série de questions analytiques visant à orienter la poursuite de l'analyse ou de la collecte.

2.2.4. La valeur des analyses

Notre démarche ne visait ni à dégager des règles formelles ni à analyser des perceptions isolées, mais plutôt à mieux comprendre le phénomène complexe que représente la relation journaliste-source dans les CFSM à l'ère numérique. Dans cette perspective, nous avons considéré l'expérience vécue comme un fait à part entière. En adoptant la MTE, nous avons accepté le postulat selon lequel « il n'existe pas de vérité unique, en ce sens qu'il n'y a pas qu'une seule façon de voir le monde », mais qu'« il existe de multiples vérités selon les définitions que font les personnes d'un phénomène donné, définitions qui varient et évoluent en fonction du temps, du lieu, du point de vue de l'observateur et de la situation » (Corbin, 2012, p. viii). Comme l'expliquent Luckerhoff et Guillemette (2012), pour la chercheuse ou le chercheur qui adopte la MTE, « [c]e qui se vit — l'expérience — est considéré comme un fait. En d'autres mots, l'ensemble de la vie psychique d'une personne est considéré comme une donnée primitive et fondamentale » (p. 91). Mais comment pouvons-nous prouver quoi que ce soit lorsqu'une méthode repose sur l'exploration du vécu et du sens attribué par les participants et participantes ? Corbin (2012) répond ainsi à cette question :

> [La MTE] ne cherche pas à prouver quoi que ce soit. Elle vise plutôt l'exploration de situations, l'identification de concepts pertinents et la génération d'hypothèses. Sa finalité est de saisir la variabilité et la complexité du comportement humain. L'aboutissement du travail d'exploration ne constitue pas tant un ensemble de découvertes ou la reconnaissance d'une « vérité », mais plutôt l'élaboration d'une interprétation théorique qui permette de mieux saisir et de mieux comprendre les phénomènes humains quotidiens, et qui montre comment le comportement humain change au fil du temps (p. ix).

En MTE, la valeur de la recherche ne renvoie donc pas à une objectivité détachée ou à une exactitude parfaite, mais à la correspondance entre, d'une part, l'expérience vécue telle qu'énoncée par les participants et participantes et, de l'autre, l'interprétation des chercheurs et chercheuses (Luckerhoff et Guillemette, 2012) ; cela dit, bien que notre interprétation soit une composante essentielle de la recherche, celle-ci se doit de rester fidèle à cette expérience. Selon Bruner (1993, cité par Luckerhoff et Guillemette, 2012), un danger guette les chercheurs et chercheuses qui auraient tendance à trop s'impliquer dans l'interprétation, au point de laisser leurs points de vue dominer l'analyse. Afin d'éviter cette surimplication interprétative, nous avons régulièrement retourné nos interprétations aux participants et participantes pour s'assurer qu'ils se reconnaissent, ou reconnaissent leur vécu, dans la théorisation (Strauss et Corbin, 1998). En effet, lorsque nous sommes arrivée à des ébauches plutôt complètes des articles composant cette thèse, nous les avons soumises à plusieurs d'entre elles et eux afin de rassembler leurs commentaires. Leurs retours ont contribué à préciser certains aspects de nos recherches, pour ensuite enrichir nos analyses. Par exemple, certaines sources ont souligné qu'interagir avec des journalistes provenant de l'extérieur de la communauté pouvait créer une distance initiale avec les sources, en raison de différences culturelles, linguistiques ou identitaires. Cependant, des commentaires recueillis nous ont permis de comprendre que cette situation n'est pas uniquement un obstacle. Certains la voient comme un levier pour attirer de nouveaux publics, notamment des francophones immigrants, et ainsi contribuer à diversifier l'audience des médias.

Pour ce faire, nous avons adopté une posture interprétative empiriquement fondée, dans laquelle la connaissance produite résulte d'un travail analytique rigoureux à partir de données issues du terrain. Comme le soulignent Guillemette et Luckerhoff (2009, 2016), la finalité de la MTE est le développement de théories pertinentes permettant d'éclairer des phénomènes sociaux. Les énoncés théoriques élaborés ne sont donc ni une simple restitution des discours des participants et participantes à l'étude ni une co-construction explicite avec ceux-ci, mais le fruit d'un processus d'interprétation systématique enraciné dans les données. Ainsi, les données empiriques, issues du discours et du vécu subjectif de journalistes et de sources œuvrant dans les CFSM, constituent le socle à partir duquel s'est

construite la théorisation, qui n'est ni purement subjective ni strictement objective, mais interprétative, contextualisée et empiriquement justifiée. Comme le suggère Blumer (1969), sans interprétation, il n'y a pas d'extraits d'interaction symbolique, il n'y a pas de discours, il n'y a pas de données.

2.3. Les méthodes propres à chacun de nos objectifs spécifiques

Nous explicitons dans la prochaine section les méthodes sous-tendant nos trois objectifs spécifiques de recherche. La MTE veut que les données empiriques orientent la définition des objectifs et l'ensemble des éléments de la recherche qui en découlent : le choix des instruments de collecte, la manière d'analyser les données, les épisodes d'échantillonnage théorique et la présentation des résultats. À partir de notre intérêt général pour les médias des CFSM, trois objectifs spécifiques ont émergé du terrain :

1) Mieux comprendre la situation dans laquelle évoluent les médias communautaires des CFSM à l'ère numérique ;
2) Mieux comprendre la relation journaliste-source dans les CFSM à l'ère numérique ;
3) Mieux comprendre la construction de l'actualité sous le prisme de l'influence des sources.

Avant de présenter les méthodes employées pour entreprendre et mener notre recherche, il importe de mentionner que notre démarche de rédaction s'est inscrite dans une dynamique de collaboration avec nos coauteurs, en l'occurrence nos directeurs de thèse. Le mode de fonctionnement retenu reposait sur une répartition claire des rôles : en tant qu'autrice principale, nous avons d'abord rédigé une ébauche complète des textes, y compris la structure, la méthodologie et les analyses. Ce n'est qu'à cette étape que les directeurs sont intervenus en proposant des pistes d'approfondissement, des ajustements méthodologiques ou conceptuels de même que des bonifications.

2.3.1. Les méthodes visant à mieux comprendre l'environnement dans lequel évoluent les médias communautaires des CFSM

Pour répondre aux objectifs de notre étude, nous avons adopté une démarche inductive. Notre recherche repose sur trois méthodes : l'analyse d'entretiens, l'analyse de données secondaires et l'analyse documentaire/littérature grise. Bien que ces méthodes soient

présentées ici dans un ordre donné, il importe de préciser que nous avons privilégié une approche itérative, c'est-à-dire que la collecte des données, leur analyse et la théorisation se sont déroulées de manière non linéaire, dans un va-et-vient constant entre les données empiriques et les théorisations. Ainsi, l'ordre de présentation ne reflète pas nécessairement celui dans lequel ces démarches ont été entreprises.

Abordons d'abord l'analyse de données secondaires. Celle-ci consiste à réutiliser des données préexistantes, initialement collectées par d'autres personnes dans un but différent, afin de répondre à une nouvelle question de recherche (Lapointe, Pelbois et Daignault, 2023).

Dans un contexte exploratoire, à l'automne 2024, nous avons amorcé un dialogue avec le Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire (CLOSM). Fondé en 2016, le Consortium réunit le Réseau.Presse, le Quebec Community Newspapers Association (QCNA), l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC du Canada) ainsi que l'English-Language Arts Network (ELAN). Cette coalition défend les intérêts des médias communautaires œuvrant au sein des CLOSM. C'est dans ce contexte que nous avons appris qu'elle lançait une vaste initiative de recherche, soit la préparation d'un livre blanc. Les objectifs de leur démarche étaient de :

- Dresser un portrait rigoureux de la réalité des médias des CLOSM ;
- Faire ressortir des enjeux précis encore peu documentés ;
- Dégager des leviers de transformation concrets ;
- Combler l'absence de données fiables, comparables et contextualisées sur les médias des CLOSM.

Le Consortium a mandaté la firme PGF Consultants pour porter le projet. Fondée en 1988, PGF se spécialise dans la planification stratégique et opérationnelle, le développement organisationnel, la formation en leadership, ainsi que dans la réalisation d'études et d'évaluations. Cette firme a été retenue par le Consortium en raison de la réalisation de projets similaires et de son expertise reconnue dans le domaine de la francophonie canadienne.

Pour atteindre leurs objectifs, la firme PGF Consultants a notamment animé des entretiens entre novembre et décembre 2024 auprès de six gestionnaires de médias membres du Consortium ; trois entretiens avec des partenaires communautaires, institutionnels et issus d'instances de réglementation ; deux avec des chercheurs académiques ; treize avec des intervenants et intervenantes communautaires et associatifs et trois avec des bailleurs de fonds. La firme a aussi administré un sondage en février 2025 auprès des CLOSM au sujet de leurs pratiques, de leurs enjeux et de leurs priorités. Par ailleurs, elle a réalisé une enquête appréciative, menée en avril 2025 auprès des membres du Consortium qui ont été invités à évaluer eux-mêmes leur maturité numérique et leurs besoins afférents[20]. Finalement, un sondage pancanadien mené par la firme Nanos, au printemps 2025, auprès de plus de 1 000 personnes en milieu minoritaire a été administré pour déterminer leurs connaissances au sujet des médias des CLOSM, leurs habitudes de consommation de ces médias et leur avis sur la pertinence de ces médias. La convergence entre les objectifs de cette initiative et ceux de notre recherche a ainsi ouvert la voie à un échange pour la suite de notre démarche, et nous a permis d'avoir accès à l'ensemble de ces données.

Nous avons procédé à une analyse qualitative. Chaque entretien a été transcrit puis soumis à un codage exploratoire. Nous avons dégagé des unités de sens en marquant des passages liés à des expériences ou des enjeux spécifiques des médias communautaires francophones. Les codes identifiés ont ensuite été regroupés en catégories plus larges reflétant des dimensions récurrentes dans les données. Enfin, les catégories ont été synthétisées en thématiques transversales permettant de dégager des tendances et des constats généraux.

Concernant les données de sondages, nous avons mobilisé celles administrées par la firme PGF Consultants en février 2025, portant sur les enjeux et priorités des médias communautaires ainsi que sur leur maturité numérique. Ces données ont été analysées de manière complémentaire, dans une perspective de mise en dialogue, afin de mettre en

[20] Exemple de questions dans le sondage : Quelles intégrations numériques avez-vous réalisées? Quels moyens en ligne privilégiez-vous pour aider votre public à vous découvrir? Quels moyens traditionnels privilégiez-vous pour aider votre public à vous découvrir? Quelles plateformes utilisez-vous pour diffuser vos contenus?

perspective et de contextualiser les informations issues des entretiens. La comparaison a été réalisée en mettant en relation les thématiques issues du codage des entretiens avec certaines tendances observées dans les données de sondage. À mesure que des constats émergeaient des entretiens, nous avons vérifié s'ils trouvaient un écho dans les résultats des sondages. Cette mise en dialogue a permis, selon les cas, de nuancer ou de contextualiser les résultats qualitatifs. Par exemple, certains gestionnaires ont exprimé en entretiens que le manque de ressources humaines et financières limitait leur capacité à produire du contenu régulièrement sur les réseaux socionumériques. Le sondage auprès des CLOSM a confirmé que ces contraintes sont répandues, et ce, de manière différenciée selon le type de média. Ainsi, la mise en dialogue des deux sources de données a aidé à contextualiser les enjeux rencontrés sur le terrain.

Abordons maintenant les entretiens que nous avons nous-mêmes animés. Nous avons rencontré dix gestionnaires de médias communautaires. Sur le plan analytique, ces nouvelles données n'ont pas été codées de manière indépendante, mais intégrées dans un processus de comparaison constante avec le système de codage initial. Concrètement, les codes issus de l'analyse des données secondaires ont servi de point d'ancrage pour le codage des entretiens. Ceux-ci ont été mobilisés et ajustés à la lumière des nouvelles données, tandis que de nouveaux codes ont émergé. Un exemple de ce processus concerne la notion de territorialité. Peu présente dans les données issues de la firme PGF Consultants, cette dimension s'est imposée d'elle-même dans les entretiens que nous avons animés. Les participants et participantes revenaient fréquemment sur les caractéristiques des territoires qu'ils desservent, leur éloignement, leur faible densité, pour situer leur pratique et en expliquer les contraintes. Plutôt que de chercher à faire entrer ces éléments dans les catégories existantes, nous avons choisi de suivre cette piste. Un code lié à la territorialité a ainsi été introduit, puis progressivement développé à mesure que les entretiens permettaient d'en préciser les contours. Ce travail nous a amenée à mobiliser et à adapter une typologie existante afin de mieux saisir les différentes configurations territoriales et leurs effets sur les médias.

Dans un autre ordre d'idées, dans cette démarche, et dans les autres que nous avons entreprises dans le cadre de cette thèse, nous avons veillé à respecter la confidentialité des participants et participantes. Les données issues des entretiens et documents ont ainsi été

traitées de manière à ce qu'aucune information ne permette d'identifier ces dernières ou leur organisation.

Finalement, nous avons analysé des données documentaires, des rapports, des articles de presse et la littérature grise, soit un corpus considéré comme une source de données par la MTE (Glaser, 1978 ; Tourigny Koné, 2014 ; Horincq Detournay, 2018). Ces documents ont été repérés de manière systématique, avec l'appui d'un bibliothécaire, à partir de recherches par mots-clés effectuées dans diverses bases de données. Parmi les termes utilisés figuraient notamment : « médias en milieu minoritaire » et « médias de la francophonie canadienne ». Le Consortium nous a également transmis certains rapports non publiés, qui ont été intégrés au corpus d'analyse au même titre que les autres sources documentaires. Bien que la MTE invite à suspendre les cadres théoriques pour laisser émerger les concepts du terrain (Luckerhoff et Guillemette, 2012), les écrits peuvent aussi constituer un matériau d'analyse. À la différence de l'approche déductive, qui mobilise la recension pour construire un cadre théorique préalable, l'induction permet une mobilisation flexible et réflexive des écrits à différentes étapes, enrichissant ainsi la compréhension du phénomène étudié (Horincq Detournay, 2018). Dans ce cas, la relation aux écrits diffère sensiblement de celle qui caractérise une approche déductive. Si l'approche inductive mobilise les écrits scientifiques après la collecte des données de terrain, elle peut également les convoquer à différentes étapes du processus de recherche, en fonction des besoins de l'analyse (Luckerhoff et Guillemette, 2012), autrement dit, « par la recension des écrits, les extraits des autres recherches concernant le phénomène à l'étude peuvent être transformés en données à analyser, dans la perspective de la théorisation en cours » (Horincq Detournay, 2018, § 9). La mobilisation des écrits scientifiques

> se révèle [ainsi] d'une richesse réflexive aux plans méthodologique, épistémologique, voire phénoménologique. Lorsqu'il est question de théoriser sur un phénomène social (nouveau ou à revisiter), tout ce qui améliore la compréhension peut être utilisé […]. Le but reste de favoriser une compréhension riche et complexe » (*ibid.*, § 9).

De fait, dans les travaux fondateurs de Glaser, *all is data,* tous les éléments qui contribuent à une meilleure compréhension d'un phénomène sont considérés comme des données à analyser. Nous avons adopté cette vision de la recherche.

Concrètement, l'analyse des données documentaires s'est faite selon une démarche inductive et en étroite articulation avec les autres corpus. Les documents ont d'abord été sélectionnés et organisés de manière à en retracer la provenance, le type et le contenu principal. Une lecture attentive a ensuite permis de relever des éléments saillants, qui ont été codés de manière ouverte. Ils ont été progressivement mis en relation avec les données issues des entretiens et des sondages, dans une logique de comparaison constante. Par exemple, les rapports consultés mettaient en évidence la dépendance financière des médias communautaires et les difficultés liées au financement. Ces éléments ont été codés puis mis en dialogue avec les propos des participants et participantes, ce qui a permis non seulement de confirmer certaines tendances, mais aussi d'en préciser les manifestations concrètes, notamment en ce qui concerne les stratégies de diversification des revenus. Dans d'autres cas, les données documentaires ont permis de contextualiser ou d'élargir des observations issues du terrain. Par exemple, les données sur la fermeture de nombreux médias au Canada ont contribué à situer la relative stabilité des médias communautaires des CFSM dans un contexte plus large de fragilisation du secteur médiatique, renforçant ainsi l'interprétation des entretiens.

Le tableau 1 illustre notre démarche de codage des données qualitatives.

Tableau 1. Codage des données qualitatives pour mieux comprendre l'état des médias communautaires des CFSM

Codes	**Catégories**	**Thèmes**
Diversité des formats (journaux, radios) ; Hétérogénéité des structures (OBNL, coopératives, microentreprises) ; Portées variées (locale–provinciale) ; Enracinement historique	Diversité organisationnelle	**Portrait des médias communautaires dans les CFSM**
Régions éloignées ; Déserts d'information ; Petits bassins démographiques ; Ancrage territorial ; Accessibilité variable	Territorialité et implantation géographique	
Dépendance aux subventions ; Baisse publicitaire ; Faible bassin publicitaire ; Variabilité des budgets ; Coûts de distribution (papier)	Fragilité financière	**Défis des médias communautaires**
Difficulté de recrutement ; Salaires bas ; Polyvalence ; Rotation élevée ; Concentration des	Limites en ressources humaines	

compétences clés ; Surcharge de travail		
Manque de formation numérique ; Retard technologique ; Manque d'équipement ; Faible usage des données d'audience ; Virage numérique incomplet	Transition numérique inégale	
Blocage Meta ; Concurrence des contenus anglophones ; Déficit de découvrabilité ; Perte de visibilité papier	Visibilité et découvrabilité limitées	
Collaborations inter-médias ; Mutualisation des services ; Partage de contenu (ex. Radio-Canada) ; Fusions ; Diversification (ex. entreprises parallèles)	Stratégies de collaboration et consolidation	**Stratégies d'adaptation et résilience**
Création de nouveaux revenus ; Ajustement des modèles d'affaires ; Innovation organisationnelle	Diversification et adaptation financière	

2.3.2. Les méthodes visant à mieux comprendre la relation journaliste-source dans les CFSM et à l'ère numérique

Afin d'atteindre le deuxième objectif spécifique, nous avons animé des entretiens avec des journalistes et des sources, c'est-à-dire des porte-paroles, des présidences, des gestionnaires et des membres de la direction d'organismes représentant les CFSM. Pour constituer notre banque de participants et participantes, nous avons dressé une liste de journalistes et de sources potentielles et l'avons bonifiée à partir des suggestions formulées par les personnes rencontrées au fur et à mesure que nous avancions dans la recherche. Nous avons finalement animé des entretiens avec 40 personnes, certains participants et participantes ayant été rencontrés plus d'une fois.

Dans le cadre de notre analyse, nous avons accordé une importance particulière aux mots employés, dans la mesure où ils constituent des unités de sens ouvrant une fenêtre sur le vécu des personnes rencontrées. En effet, les mots ne forment pas simplement des énoncés ; des indices distribués dans le discours permettent de saisir la manière dont locuteurs et locutrices comprennent, construisent et négocient la réalité (Luckerhoff et Guillemette, 2012). Nous avons par la suite mené une analyse thématique des données d'entretiens en regroupant les informations recueillies en fonction de thèmes récurrents.

Nous avons également participé à deux événements ayant alimenté notre corpus d'analyse : le colloque Les idéologies linguistiques dans la presse écrite et les autres médias de communication : l'exemple des langues romanes, qui s'est tenu à l'Université de Moncton du 9 au 12 octobre 2024 à l'initiative du Centre de recherche sur la langue en Acadie et le Local Voices Forum Voix locales, organisé par le Consortium et ayant réuni plus de 200 participants et participantes à Ottawa les 11 et 12 octobre 2025. Ces rencontres, qui ont, entre autres, abordé le thème de la relation journaliste-source dans les CFSM, ont permis de recueillir des éléments de réflexion en lien avec notre objet d'étude.

Lors du colloque à l'Université de Moncton, nous avons rédigé des mémos analytiques en direct, consignant nos observations et réflexions sur les présentations et les échanges. Ces mémos ont ensuite été intégrés à notre analyse pour alimenter l'émergence de concepts liés à notre objet d'étude. Les rencontres ont notamment abordé le thème de la relation journaliste-source dans les CFSM et ont permis de recueillir des éléments de réflexion pertinents (notamment la question des attentes des communautés envers les journalistes). En ce qui concerne le Forum, les organisateurs (en l'occurrence le Consortium) nous ont donné accès aux enregistrements de cercles de discussion auxquels ont participé des acteurs et actrices œuvrant dans ou autour des médias communautaires francophones au Canada, dont nous avons extrait des transcriptions verbatim des passages pertinents à notre étude.

Le Consortium nous a donné accès aux 15 enregistrements et transcriptions verbatims de ces cercles de discussion portant sur les thèmes suivants :

- Subventionner l'impact d'un média local
- Intelligence artificielle et journalisme
- *Zapping to scrolling*
- L'échec du numérique pour les médias locaux
- Affiner l'engagement
- Les subventions, une béquille ?
- Réinventer le journalisme
- *What is real journalist in 2025*
- Complémentarité — diffuseurs publics et médias locaux vers une reconnaissance mutuelle

- Inclure toutes les voix
- Fiertés et préjugés

Nous avons codé les transcriptions et les avons intégrées à notre corpus d'analyse global tel que présenté dans le tableau 2.

Tableau 2. Codage des données qualitatives pour mieux comprendre la relation journaliste-source dans les CFSM

Codes	**Catégories**	**Thèmes**
Proximité géographique ; Rencontres informelles ; Relations personnelles ; Milieux restreints ; Confiance relationnelle ; Distance physique créée par les nouveaux locaux	Proximité sociale et géographique	**Le contexte de socialisation journaliste–source dans les CFSM**
Appartenance à la communauté ; Accent ; Identité locale ; Perception d'être « d'ailleurs » ; Rôle de l'immigration ; Frontières symboliques ; Repli identitaire	Appartenance communautaire et identité	
Journalistes non formés ; Salaires bas ; Rareté des candidats ; Travail polyvalent ; Subjectivité assumée ; Modes de production différents (quotidiens vs hebdos)	Diversité des profils journalistiques	**Typologie des acteurs et dynamiques relationnelles**
Crédibilité de Radio-Canada ; Distance perçue ; Protocoles institutionnels ; Restrictions d'implication communautaire	Journalistes des médias publics vs communautaires	
Leaders institutionnels ; Porte-parole ; Professionnels des com ; Logiques stratégiques ; Routines de communication	Types de sources et logiques d'action	
Recherche de visibilité ; Attentes de promotion ; Confusion entre journalisme et relations publiques ; Faible littératie médiatique	Attentes des sources envers les journalistes	**Les attentes et les tensions dans la relation J–S**
Refus des journalistes d'énoncer leurs attentes ; Désengagement stratégique ; Affirmation d'autonomie	Silence des journalistes sur leurs attentes	
Peur de perdre des publicités ; Tabous ; Pressions sociales ; Conflits interpersonnels ; Proximité et inconfort ; Rareté des sources	Pressions économiques, sociales et professionnelles	
Couverture positive ; Complaisance stratégique ; Accès privilégié ; Relations de confiance	Stratégies d'ajustement	
Journalisme engagé ; Défense de la langue ; Loyauté communautaire ; Omission des sujets négatifs ; Sensibilité aux enjeux identitaires	Mission au service de la communauté	**La tension identitaire dans la mission journalistique**

Journalisme critique ; Vigilance démocratique ; Recherche de redevabilité ; Mise en garde éthique ; Importance du débat	Mission au service de l'intérêt public	
Zone grise ; Dilemmes ; Ajustements permanents ; Normes IJL ; Conflits internes	Négociation réflexive interne	**Construction de l'actualité comme négociation interne**

2.3.3. Les méthodes visant à mieux comprendre la construction de l'actualité dans les CFSM à l'ère numérique

Dans le but de mieux appréhender la construction de l'actualité dans les CFSM à partir des propositions des sources et des choix effectués par les journalistes, nous avons adopté une démarche mixte, quantitative et qualitative, inspirée de la MTE, qui privilégie une approche inductive laissant émerger les catégories analytiques à partir des données empiriques (Glaser et Strauss, 1967 ; Strauss et Corbin, 1998 ; Luckerhoff et Guillemette, 2023). Dans *The Discovery of Grounded Theory*, Glaser et Strauss (1967) insistent sur le fait que leur approche ne repose pas sur une séparation rigide entre qualitatif et quantitatif, mais plutôt sur une orientation méthodologique ouverte, où tout type de données peut contribuer à la théorisation. Glaser (1994) soutient d'ailleurs que « la liberté et la souplesse [qu'il] revendiqu[e] pour élaborer des théories à partir de données quantitatives déboucheront sur de nouvelles stratégies et de nouveaux modes d'analyse quantitative[21] » (p. 198), rappelant ainsi que les données quantitatives peuvent révéler une richesse qui demeure souvent moins visible lorsque l'analyse s'en tient seulement à une visée de vérification. Dans la même perspective, Strauss et Corbin (1998) affirment qu'il n'existe pas de « primauté » (p. 27) d'une méthode sur l'autre : les outils quantitatifs peuvent être mobilisés lorsqu'ils permettent de mieux comprendre un phénomène social ou d'éclairer des pistes analytiques émergentes. Cette position a été reprise par Guillemette et Luckerhoff (2009) :

> Le corpus de données peut être constitué à partir des notes prises après une conversation informelle, des données d'archives, de l'information provenant de différentes sortes d'entrevues individuelles ou de groupes, des données tirées de documents audiovisuels, des notes d'observation, des résultats d'autres recherches (même des données quantitatives), des analyses d'artefacts, des données provenant de journaux ou de correspondances épistolaires, etc., le chercheur étant

[21] Trad. libre de : « the freedom and flexibility that we claim for generating theory from quantitative data will lead to new strategies and styles of quantitative analysis »

constamment à la recherche d'une compréhension qui soit la plus fidèle possible aux données empiriques et à ce qui en émerge (p. 17).

Cette complémentarité méthodologique respecte les principes de la MTE, qui repose sur un mouvement continu entre collecte, analyse et théorisation. Comme le soulignent Bryant et Charmaz (2007), le cœur du processus réside dans la capacité des chercheurs et chercheuses à maintenir un regard théorique ouvert tout au long de l'enquête, et ce, afin que les données empiriques, quelles qu'elles soient, puissent orienter l'émergence des catégories.

Cette recherche qui centre sur le troisième objectif spécifique de notre thèse repose sur un cas, celui du quotidien l'*Acadie Nouvelle*, média communautaire francophone du Nouveau-Brunswick choisi pour sa position intermédiaire entre média doté de ressources considérables et média communautaire en contexte minoritaire. Une immersion de deux semaines en salle de rédaction a permis de constituer un corpus exhaustif comprenant l'ensemble des intrants informationnels reçus (n = 445) et des extrants publiés (n = 149), combiné à des observations non participantes et à des entretiens avec l'équipe éditoriale et les journalistes. L'analyse, conduite de manière itérative et inductive, articule analyses statistiques descriptives et analyse thématique afin d'assurer la triangulation des données et l'atteinte d'une saturation théorique.

Tableau 3. Codage des données qualitatives pour mieux comprendre la construction de l'actualité à l'Acadie Nouvelle

Codes	**Catégories**	**Thèmes**
322 communiqués ; 74 avis ; 14 déclarations ; 3 plaidoyers ; 435 courriels	Prépondérance des canaux routiniers institutionnels	**Un afflux massif de propositions des sources**
30 propositions informelles ; signalements spontanés ; rencontres terrain	Canaux informels et interactions directes	
207 sources institutionnelles ; 86 entreprises privées ; 47 organismes ; 15 citoyens	Typologie des sources	**Une offre d'information fortement institutionnelle et routinière**
40 % citoyen ; 31 % municipal ; 21 % communautaire	Sélection des voix de proximité	**Intrants privilégiés et marges de manœuvre journalistique : les voix de la communauté en première ligne**
Recherche d'angles locaux ; refus du promotionnel ; ancrage territorial	Critères d'initiative	

Faible intérêt ; hors région ; hors mandat ; promotionnel ; manque de temps ; angle flou	Motifs de non-sélection	**Les motifs de non-sélection des intrants**
14 articles Facebook ; 6 repérés Web	Veille numérique	**Repérage des informations de relations publiques sur le Web par les journalistes**
Articles publiés, mais non envoyés	« Parajournalistes » numériques	
45 % d'articles initiés ; sorties terrain	Initiative journalistique	**La construction de l'actualité fortement initiée par les journalistes**
Journalistes moins présents ; télétravail ; perte de spontanéité	Transformation des modalités de socialisation	
Journal payant ; concurrence ; exclusivité	Logiques de différenciation éditoriale	
Décalage intrants/besoins ; nécessité de générer sujets	Inadéquation offre/demande	
Ressources limitées ; petite salle ; surcharge	Contraintes organisationnelles	
Déplacement des idées vers Facebook, groupes, pages locales	Modalités de repérage numérique	
Pression éditoriale ; besoin d'exclusifs	Stratégie de différenciation dans un marché concurrentiel	
Intrants inadéquats ; pertinence faible ; ajustements	L'initiative comme réponse à l'inadéquation des propositions de sources	

Chapitre III : Articles de la thèse

3.1. Premier article inséré – Les médias communautaires dans la francophonie en situation minoritaire au Canada à l'ère numérique : portrait et analyse de défis et stratégies d'adaptation[22]

3.1.1. Introduction

Le monde des médias connaît actuellement des transformations entraînées notamment par l'ère numérique. Ces changements ont provoqué des variations importantes dans les modèles économiques des médias, leurs modes de diffusion et de distribution et les habitudes des publics (Bizimana et Kane, 2019, Charron, 2023)[23]. Ces défis sont parfois si prononcés qu'ils conduisent à la fermeture de médias. Depuis 2008, plus de 450 médias ont cessé leurs activités au Canada, dont une soixantaine entre 2020 et 2022. D'autres, pour survivre, sont contraints de réduire leur effectif (Patrimoine canadien, 2022). Dans cet environnement en évolution, nous nous intéressons à l'état des médias dans les communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) au Canada, ces collectivités à l'extérieur du Québec dont la langue maternelle ou la langue d'usage principale est le français, vivant dans des provinces ou territoires où l'anglais est la langue de la majorité. Comment font-ils face aux transformations portées par le numérique ? Quels sont leurs défis particuliers ? L'objectif de cette recherche est de brosser un portrait des médias communautaires dans les CFSM à l'ère numérique, afin de documenter leur implantation territoriale, leur diversité organisationnelle et leurs logiques de fonctionnement. Nous souhaitons également mieux comprendre les défis auxquels ils font face et les stratégies d'adaptation qu'ils mobilisent.

Les écrits scientifiques des dernières décennies soulignent que les médias des CFSM au Canada occupent une position particulière au sein de leur communauté, en ce qu'ils sont fréquemment considérés comme des institutions qui contribuent à leur vitalité (Bernier et al., 2013; Grey, 202; Johnson, 1991;). Des chercheurs et chercheuses s'entendent pour dire que les pratiques journalistiques au sein des CFSM tendent parfois à

[22] Ce texte, co-écrit avec Marc L. Johnson a été accepté pour publication dans la revue *Minorités linguistiques et société.*
[23]Les médias en région, dans des milieux plus exigus, sont particulièrement touchés par des crises financières. Au Québec, de 2012 à 2020, les recettes publicitaires des quotidiens et des hebdomadaires régionaux ont fondu : un déclin d'environ 70 % pour les premiers, de 50 % pour les seconds (Giroux, 2022).

s'orienter vers la promotion ou le militantisme en faveur de leur communauté (Deevey, 2003; Fabris, 2000; Watine, 1994), une orientation qui se vit non sans déchirement chez les journalistes qui cherchent à concilier leur engagement envers leur communauté tout en respectant les normes déontologiques du métier (Bernier, 2006). Des chercheurs et chercheuses se sont par ailleurs intéressés aux attentes des CFSM et de leurs leaders institutionnels vis-à-vis de ces médias et constatent que ceux-ci voient les journalistes comme des « traits d'union » (Fabris et Beauchamp, 2006, p.82), c'est-à-dire des courroies de transmission qui permettent de relayer l'information au public. D'autres « revendiquent une contribution significative à la défense et à la promotion des intérêts de la communauté de la part des médias et des journalistes » (Corriveau, 2006, p. 56). Bien que les réalités professionnelles des journalistes et les dynamiques de production de l'information dans les CFSM constituent un objet d'intérêt en soi, la présente étude privilégie une approche institutionnelle des médias, en les considérant comme des structures relativement stables, investies dans des fonctions symboliques et sociales, et encadrées par des normes et logiques qui excèdent les trajectoires individuelles (Douglas, 1999).

Différents types de médias traditionnels desservent les CFSM chacun se distinguant par leur forme de propriété, leurs modes de gestion et leurs références symboliques (Beauchamp et Demers, 1996, p.136). Les médias de service public, comme Radio-Canada, sont financés par des fonds publics et visent à servir l'intérêt général en proposant une programmation diversifiée et accessible (Tremblay, Bizimana et Kane, 2019) ; les médias privés, détenus par des entreprises ou des individus, reposent sur un modèle commercial basé sur la publicité et les abonnements. Leur priorité est souvent d'attirer une audience de masse pour maximiser leurs profits (Neveu, 2019). Il y a enfin les médias communautaires qui constituent le principal objet de notre étude.

Plusieurs chercheurs, chercheuses et différents types d'organisations conçoivent les médias communautaires comme des entités appartenant à des organismes à but non lucratif, fondées sur une gouvernance démocratique (Sénécal, 1995 ; CRTC, 1992). Ces médias se distinguent par leur mission sociale, répondant aux besoins et priorités spécifiques de leur communauté d'attache, et se définissent moins par leur rentabilité financière que par leur apport socio-culturel (UNESCO, 2003, p. 2). Ils constituent des outils de communication

de proximité, favorisent la participation citoyenne et jouent un rôle central dans la cohésion sociale et la circulation d'une information inclusive (Howley, 2010). Dans certains cas, ils sont créés en réponse aux besoins des minorités et sont alors désignés comme médias ethniques ou minoritaires (Rigoni, 2010). Leur développement s'inscrit souvent dans une dynamique de lutte pour la reconnaissance et la pérennité, en raison d'un public cible restreint et parfois marginalisé (Bérubé, Aguiar et Teixeira, 2024 ; Tsai, 2022 ; Bukhari, 2019). Dans les CFSM, les médias communautaires semblent occuper une place particulière que nous souhaitons mieux comprendre. Dans le cadre de cette recherche, nous nous appuyons sur la définition proposée par le Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire (CLOSM)[24]. Cette définition nous apparaît particulièrement pertinente, car elle repose sur une compréhension empirique plutôt que théorique des médias communautaires des CFSM. Selon ce Consortium :

> Les médias communautaires locaux sont des médias ancrés dans leur communauté, conçus par et pour des Canadiens et Canadiennes issus de territoires spécifiques, de communautés culturelles, de groupes identitaires, de minorités de langues officielles, de groupes ethniques et de communautés autochtones. Ils englobent : les journaux communautaires locaux et les médias reconnus, qui sont des organisations à but non lucratif ou des microentreprises[25] ; les stations de radio communautaires, de campus et autochtones, diffusées en ligne ou sous licence, qui sont des organisations à but non lucratif appartenant à l'élément communautaire du système de radiodiffusion, tel que défini par la *Loi sur la radiodiffusion,* et les télévisions communautaires locales, qui sont des organisations à but non lucratif relevant également de l'élément communautaire du système de radiodiffusion[26] »

[24]Le consortium est notamment responsable de la gestion et de la distribution des fonds publics destinés à soutenir les médias communautaires. Il convient de noter qu'il existe des médias communautaires qui ne font pas partie des membres du Consortium des médias des CLOSM, comme la radio Le Loup FM à Sudbury. Ce média, bien qu'il fasse partie de l'environnement médiatique, ne répond pas aux critères définis par le Consortium pour être considérés comme des « médias communautaires » admissibles à du financement public. Il rassemble quatre organismes qui représentent les intérêts du secteur des médias radiophoniques et écrits communautaires de langue officielle en situation minoritaire au pays, soit en français et en anglais. Il regroupe 89 médias soit 37 médias anglophones au Québec et 50 francophones hors Québec.

[25]Une micro-entreprise pour un journal local communautaire au Canada se réfère à un très petit organe de presse indépendant qui dessert une communauté locale spécifique. Les caractéristiques qui le définissent sont les suivantes : 1. Ressources humaines limitées : y compris les collaborateurs à temps plein, à temps partiel, les pigistes et les bénévoles. 2. Faible revenu annuel : généralement limité par la taille de la communauté et du marché publicitaire. 3. Forte concentration sur la communauté : sert principalement une zone géographique locale spécifique ou un public de niche. L'accent est mis sur l'actualité, les événements et les problèmes de la communauté (Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire, s,d.).

[26] Trad. libre de : « Local community media refers to media that are rooted in their communities, produced by and for Canadians from specific geographical areas, cultural communities, identity-based groups, official language minority communities, ethnic groups and indigenous communities. These include: 1) Local community newspapers and recognized media outlets are not-for-profit organizations or microbusinesses. 2) Online or Licensed community, campus and Indigenous radio stations are not-for-profit organizations that belong to the community element in the broadcasting

(Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire, s.d., p. 1).

Cette définition a l'avantage de refléter la diversité des formes juridiques et organisationnelles présentes dans les CFSM, les OBNL (organismes à but non lucratif), les coopératives et les micro-entreprises médiatiques. Nous reconnaissons que l'intégration de micro-entreprises peut susciter des questionnements sur le plan conceptuel. En effet, si l'on adopte une définition fondée exclusivement sur des critères organisationnels, le statut à but non lucratif, ces médias ne répondent pas aux critères traditionnels associés au modèle communautaire. Cependant, dans le contexte spécifique des CFSM, les micro-entreprises médiatiques fonctionnent selon les principes associés au type communautaire : production locale, enracinement territorial, couverture d'enjeux communautaires. Par ailleurs, ces médias opèrent souvent avec des ressources humaines et financières limitées (Bédard, 2007 ; Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire, 2025), ce qui les rapproche du modèle communautaire, tant dans leurs contraintes que dans leurs pratiques. De plus, ils sont admissibles à des programmes de financement public destinés aux médias communautaires, notamment ceux offerts par Patrimoine canadien ce qui confirme qu'il existe une reconnaissance institutionnelle de leur rôle de médias communautaires.

En ce sens, nous optons pour une approche souple, qui fusionne des critères structurels (forme juridique, gouvernance, modèle économique) et fonctionnels (mission sociale, proximité, engagement local), afin de mieux rendre compte de la réalité empirique de ces médias communautaires[27].

Dans un contexte marqué par des fermetures successives de médias et une instabilité généralisée, les médias communautaires des CFSM demeurent peu étudiés comparativement, par exemple, à la situation médias communautaires du Québec qui a fait

system, as defined under the Broadcasting Act. 3)Local community televisions are not-for-profit organizations that belong to the community element in the broadcasting system, as defined in the Broadcasting Act.

[27]Il importe ici de préciser que notre définition n'inclut pas les médias publics tels que Radio-Canada, bien qu'ils soient présents dans les CFSM. Leur mandat régional et national, leur modèle de gouvernance centralisé et leur financement étatique les placent dans une logique institutionnelle distincte, qui ne relève pas du champ communautaire tel que nous le concevons.

l'objet de plusieurs études et états des lieux (Giroux, 2022 ; Bizimana et Kane, 2019 ; Martel, 2018 ; Carignan, 2017 ; Smyrnaios, Bousquet, Sénécal, 1981 ; Tremblay, 1980) ou de la situation des médias de différentes minorités ethniques, culturelles ou politiques au Canada (Boukala, Carignan et Savic, 2025 ; Bérubé, Aguiar et Teixeira, 2024 ; Carignan, Gélinas, Baba, et David, 2023 ; Ahadi et Rawi, 2023 ; Bukhari, 2019 ; Hayward, 2019 ; Lindgren, 2014 ; Huston, 2012, Carignan, 2012). Ces recherches révèlent notamment des défis communs liés à la transition numérique, à la centralisation de l'information, au vieillissement des publics et des difficultés à engager des journalistes issus de la diversité. La situation de ces médias pourrait servir de point de comparaison avec ceux des CFSM. Cependant, leurs contextes opérationnels et leurs rôles au sein de leurs communautés respectives semblent être bien différents. En effet, les médias communautaires des CFSM sont des piliers de l'identité francophone et de la cohésion communautaire dans des environnements majoritairement anglophones (Grey, 2023 ; Fabris et Beauchamps, 2006 ; Johnson, 1991), ce qui semble les distinguer des médias communautaires au Québec. Cette spécificité rend la comparaison directe difficile.

Notre compréhension des nouvelles dynamiques induites par le numérique et ses impacts sur les médias communautaires des CFSM demeure encore limitée. À notre connaissance, aucune recherche dont les résultats sont déjà publiés ne s'y intéresse pour l'instant. Les recherches menées jusqu'à présent ont surtout mis en lumière les possibilités offertes par les médias socionumériques en matière de visibilité, de mobilisation, de contestation et de production d'un discours sur soi pour les CFSM (Lupien, 2020 ; Arrighi et Berger, 2024 ; Melanson-Breau, 2024). Nous n'avons par ailleurs pas trouvé de répertoire regroupant tous les médias communautaires des CFSM. Nous proposons donc d'abord l'inventaire de ces médias communautaires actifs dans les CFSM en 2026. Ensuite, nous analysons leurs défis en lien avec l'ère du numérique et nous examinons les stratégies d'adaptation qu'ils mobilisent.

3.1.2. Méthodologie

Nous avons étudié la situation des médias communautaires des CFSM selon une approche inductive (Glaser et Strauss, 1967; Luckerhoff et Guillemette, 2012, 2023). Notre démarche ne s'est pas déroulée de manière linéaire. La collecte des données, leur analyse

et l'élaboration des interprétations se sont construites par allers-retours successifs, permettant d'ajuster progressivement les angles d'analyse à mesure que des thèmes récurrents, des contrastes et des tensions apparaissaient dans les matériaux empiriques. Cette approche, caractérisée par un processus inductif, permet aux chercheurs et chercheuses de développer des théories ou des interprétations à partir des données collectées, plutôt que de tester des hypothèses préalablement définies, comme c'est le cas dans les approches hypothético-déductives.

Notre recherche repose sur trois méthodes : l'analyse documentaire, l'analyse de données secondaires (comprenant des données de sondage et d'entretiens) et l'animation de dix entretiens avec des gestionnaires et journalistes de médias communautaires des CFSM. Ces différentes sources ont été mobilisées de manière complémentaire afin de multiplier les points d'ancrage empiriques et de favoriser la comparaison continue (Denis et al., 2019) entre les données, un principe central de la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE). La comparaison a en effet joué un rôle central dans toutes les phases de notre recherche. Dans un premier temps, les données ont été comparées afin de dégager des régularités et de procéder à un codage initial. Nous avons ensuite confronté ces codes entre eux et en relation avec les données empiriques, ce qui a permis leur raffinement et leur transformation graduelle en concepts et en catégories, correspondant à un niveau d'abstraction plus élevé. Plus tard, ces catégories et ces concepts émergents ont été mis en dialogue avec des cadres théoriques existants afin d'en évaluer la portée interprétative et la cohérence (Glaser, 1978; Strauss et Corbin, 1998). Concernant l'analyse documentaire, nous avons recensé 12 articles de presse, deux rapports gouvernementaux, trois rapports produits par des organismes (littérature grise) ainsi que des écrits scientifiques, afin de dresser un état des lieux des médias communautaires des CFSM.

En ce qui concerne les données secondaires, nous avons pu profiter d'un ensemble riche de données recueillies par la firme PGF Consultants dans le cadre d'un mandat de recherche accordé par le Consortium des médias communautaires des CLOSM. Leur étude a été menée en 2024-2025 et leur rapport a été diffusé en juin 2025[28] sous forme d'un livre

[28]Vérités, défis, occasions à saisir et pistes d'avenir : un effort de lucidité et de courage essentiel pour les médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire au Canada [Livre blanc].

blanc. La démarche méthodologique de PGF Consultants comprenait un volet de 27 entretiens individuels animés au printemps 2024, soit 6 avec des membres du consortium, 3 avec des partenaires communautaires et institutionnels et les instances de réglementation, 2 avec des chercheurs universitaires, 13 avec des intervenantes et intervenants communautaires et associatifs et 3 avec des bailleurs de fonds. Ensuite, un sondage a été mené auprès de 64 gestionnaires des médias membres du consortium (16 radios et 22 journaux francophones, soit 34 médias francophones) et 12 médias anglophones. Les données brutes de cette collecte nous ont été fournies par le Consortium.

Nous avons en parallèle animé des entretiens avec dix gestionnaires de médias communautaires des CFSM pour élargir notre compréhension et apporter des précisions quant à nos questionnements. L'analyse de ces données a été réalisée à partir d'un processus de catégorisation thématique en cohérence avec l'ancrage inductif propre à la MTE. Une version préliminaire du texte a été soumise à trois participants dans le but de recueillir leurs commentaires et leurs rétroactions.

3.1.3. Analyse

Nos résultats sont présentés en deux temps. En premier lieu, nous présentons un portrait des médias communautaires des CFSM, sous forme de répertoire des médias écrits et des radios communautaires, spécifiant notamment leur répartition territoriale (entre autres par rapport aux grands centres urbains), et leurs principales sources de financement. En deuxième lieu, nous présentons les principaux défis auxquels ces médias sont confrontés, principalement en matière de financement, de ressources humaines et d'adaptation aux transformations numériques, de même que les stratégies d'adaptation qu'ils mettent en œuvre. Notons que la démarche dans laquelle on s'inscrit ne comporte pas de séparation claire entre données, analyses et interprétation. Comme l'explique Luckerhoff et Guillemette (2012) : « [En MTE], la rédaction [peut osciller] entre des paragraphes d'argumentation et de discussion, et des paragraphes davantage centrés sur la conceptualisation » (p. 201).

3.1.3.1. Portrait des médias communautaires des CFSM

Au total, nous dénombrons 58 médias francophones communautaires dans les CFSM, soit 29 journaux et 29 radios. D'abord, en ce qui concerne la presse écrite communautaire, les

données présentées au Tableau 1 témoignent d'une présence bien établie sur l'ensemble du territoire canadien. Nous recensons 5 journaux dans les provinces de l'Atlantique, 17 en Ontario et sept dans l'Ouest canadien et les territoires nordiques. Parmi ces derniers, 23 sont membres de Réseau.Presse[29], un organisme fondé en 1976 dont la mission est de « contribuer activement à l'évolution et à la pérennité de ses journaux membres » (Réseau.Presse, s.d). La portée de ces journaux est très variable : certains, comme L'Acadie Nouvelle au Nouveau-Brunswick ou La Liberté au Manitoba, diffusent à l'échelle provinciale, tandis que d'autres ont une vocation plus locale ou régionale (Vision, Le Carillon, On a le choix dans l'Est ontarien). Ainsi, ce qui les rassemble ne tient pas à leur rayon de diffusion, mais au fait qu'ils servent tous des communautés francophones en situation minoritaire. Dans ce contexte, un média à diffusion provinciale peut demeurer communautaire dans la mesure où il répond aux besoins d'une communauté dispersée, mais unie par une langue, une culture et des enjeux partagés. La longévité de plusieurs de ces médias, dont Le Moniteur Acadien fondé en 1867, Le Droit et La Liberté fondés en 1913, témoigne d'un enracinement historique fort de la presse francophone en milieu minoritaire. Leur fréquence de publication varie du quotidien, comme L'Acadie Nouvelle et Le Droit, à l'hebdomadaire, au bimensuel ou au mensuel, en fonction notamment des ressources disponibles et de l'ampleur des publics servis. Sur les 29 journaux recensés, 11 fonctionnent comme des organismes à but non lucratif (OBNL), 3 comme des coopératives[30], tandis que 15 sont des microentreprises. En ce qui a trait aux microentreprises, il s'agit souvent d'initiatives portées par une seule personne ou une très petite équipe : une personne propriétaire et à la direction qui développe et entretient son média comme un projet personnel. La Tribune, journal du Nipissing Ouest, illustre bien ce type de structure. Bien que constituée comme entreprise privée, elle s'inscrit pleinement dans une logique communautaire. Sa mission affichée sur son site Web est présentée comme suit :

> *Répertoire*

[29]Réseau.Presse s'appelait Association de la presse francophone (APF) jusqu'en 2022.
[30]Les coopératives possèdent un conseil d'administration dûment constitué, mais à la différence des autres OBNL, les membres du conseil d'administration détiennent des parts sociales dans l'organisme.

Au total, nous dénombrons 58 médias francophones communautaires dans les CFSM, soit 29 journaux et 29 radios. D'abord, en ce qui concerne la presse écrite communautaire, les données présentées au tableau 4 témoignent d'une présence bien établie sur l'ensemble du territoire canadien. Nous recensons cinq journaux dans les provinces de l'Atlantique, 17 en Ontario et sept dans l'Ouest canadien et les territoires nordiques. Parmi ces derniers, 23 sont membres de Réseau.Presse[31], un organisme fondé en 1976 dont la mission est de « contribuer activement à l'évolution et à la pérennité de ses journaux membres » (Réseau.Presse, s.d).

La portée de ces journaux est très variable : certains, comme l'*Acadie Nouvelle* au Nouveau-Brunswick ou *La Liberté* au Manitoba, diffusent à l'échelle provinciale, tandis que d'autres ont une vocation plus locale ou régionale (*Vision*, *Le Carillon*, *On a le choix* dans l'Est ontarien). Ainsi, ce qui les rassemble ne tient pas à leur rayon de diffusion, mais au fait qu'ils desservent tous des communautés francophones en situation minoritaire. Dans ce contexte, un média à diffusion provinciale peut demeurer communautaire dans la mesure où il répond aux besoins d'une communauté dispersée, mais unie par une langue, une culture et des enjeux partagés. La longévité de plusieurs de ces médias, dont *Le Moniteur Acadien* fondé en 1867, *Le Droit* et *La Liberté* en 1913, témoigne d'un enracinement historique fort de la presse francophone en milieu minoritaire. Leur fréquence de publication varie du quotidien, comme l'*Acadie Nouvelle* et *Le Droit*, à l'hebdomadaire, au bimensuel ou au mensuel, en fonction notamment des ressources disponibles et de l'ampleur des publics desservis. Sur les 29 journaux recensés, 11 fonctionnent comme des organismes à but non lucratif (OBNL), 3 comme des coopératives[32] tandis que 15 sont des micro-entreprises. En ce qui a trait aux micros-entreprises, il s'agit souvent d'initiatives portées par une seule personne ou une très petite équipe : une personne propriétaire et à la direction qui développe et entretient son média comme un projet personnel. *La Tribune*, journal du Nipissing Ouest, illustre bien ce type de structure. Bien que constituée comme entreprise privée, elle s'inscrit pleinement dans une logique communautaire. Sa mission affichée sur son site Web est présentée comme suit :

[31] Réseau.Presse s'appelait Association de la presse francophone (APF) jusqu'en 2022.
[32] Les coopératives possèdent un conseil d'administration dûment constitué, mais, à la différence des autres OBNL, les membres du conseil d'administration détiennent des parts sociales dans l'organisme.

> *La Tribune*, c'est une équipe de personnes dévouées qui travaillent et qui vivent dans le Nipissing Ouest ; nous avons donc à cœur cette communauté et ses résidents, vous, nos amis et voisins. Tout le contenu du journal est 100 % local, recherché et écrit en fonction de vos intérêts. Notre philosophie, c'est qu'il n'y a pas de sujet trop « petit » pour faire l'objet d'un article — si c'est important pour nos lecteurs, c'est important pour nous. [Ce journal] fait partie d'une espèce de plus en plus rare en tant que journal indépendant entièrement produit et géré dans sa communauté. L'éditrice Suzanne Gammon, native de Nipissing Ouest, est propriétaire du journal depuis 1994. [Il] est aussi l'une des rares publications bilingues au Canada, mettant ainsi en valeur le caractère unique du Nipissing Ouest.

On voit clairement que cette entreprise de presse fonctionne comme un média de proximité au service de sa communauté.

Tableau 4. Liste et caractéristiques des journaux communautaires francophones des CFSM

NOM DU JOURNAL	LIEU DE COUVERTURE	PORTÉE	CRÉATION	FRÉQUENCE	FORMAT DE PUBLICATION	STRUCTURE DE PROPRIÉTÉ
L'Acadie Nouvelle	N.-B.	Provinciale	1984	Quotidienne	Papier et numérique	Micro-entreprise
Le Moniteur Acadien	sud-est du N.-B.	Régionale	1867	Hebdomadaire	Papier et numérique	Micro-entreprise
Le Saint-Jeannois	Saint-Jean, N.-B.	Locale	2001	Mensuelle	Papier et numérique	OBNL
Le Gaboteur	T.-N.-L.	Provinciale	1984	Bimensuelle	Papier et numérique	OBNL
Le Courrier de la Nouvelle-Écosse	N.-É.	Provinciale	1937	Hebdomadaire	Papier et numérique	OBNL
Agricom	Ont.	Provinciale	1983	N/A	Numérique	OBNL
l-express.ca	Toronto, Ont.	Locale	1976	Hebdomadaire	Papier et numérique	Micro-entreprise
L'Orléanais	Orléans, Ottawa. Ont.	Hyperlocale	2017	Mensuelle	Papier et numérique	Micro-entreprise
Le goût de vivre	Comté de Simcoe, Ont.	Locale	1972	Bimensuelle	Papier et numérique	OBNL
Le Droit	Ottawa, l'Est de l'Ont. et la région de l'Outaouais	Régionale	1913	N/A	Numérique	Coopérative
Le Nord	Ont.	Locale	1976	Hebdomadaire	Papier et numérique	OBNL
Le Régional (Hawkesbury)	Centre-Sud-Ouest, Ont.	Régionale	1995	Hebdomadaire	Papier et numérique	Micro-entreprise
Le Voyageur	Nord de l'Ontario	Régionale	1968	Hebdomadaire	Papier et numérique	OBNL
Tribune : La voix du Nipissing-Ouest	Nipissing-Ouest, Ont.	Locale	1968	Bimensuelle	Papier et numérique	Micro-entreprise
On a le choix	Cornwall, Ont.	Locale	2024	N/A	Numérique	Micro-entreprise
Vision	Rockland, Ont.	Locale	1994	Hebdomadaire	Papier et numérique	Micro-entreprise
Le Carillon	Hawkesbury, Ont.	Locale	1947	Hebdomadaire	Papier et numérique	Micro-entreprise
Reflet News	Embrun, Casselman, Ont.	Locale	1985	Hebdomadaire	Papier et numérique	Micro-entreprise

Le Rempart	Windsor-Essex, Ont.	Locale	1966	Hebdomadaire	Papier et numérique	Micro-entreprise
Métropolitain	Toronto métropolitain, Ont.	Locale	1993	Hebdomadaire	Papier et numérique	Micro-entreprise
L'Action	London-Sarnia, Ont.	Locale	1992	Hebdomadaire	Papier et numérique	Micro-entreprise
Le Régional	Hamilton-Niagara, ON	Locale	1997	Hebdomadaire	Papier et numérique	Micro-entreprise
Le Nunavoix	Nt	Provinciale	2002	Mensuelle	Papier et numérique	OBNL
La Liberté	Man.	Provinciale	1913	Hebdomadaire	Papier et numérique	Coopérative
L'Aurore boréale	Yn	Provinciale	1983	Bimensuelle	Papier et numérique	OBNL
La Source	C.-B.	Provinciale	1999			OBNL
L'Eau Vive	Sask.	Provinciale	1971	Bimensuelle	Papier et numérique	Coopérative
Le Franco	Alb.	Provinciale	1928	N/A	Numérique	OBNL
L'Aquilon	T.-N.-O.	Provinciale	1986	Hebdomadaire	Papier et numérique	OBNL

Tableau 5. Liste et caractéristiques des radios communautaires des CFSM

NOM DE LA STATION	VILLE ET PROVINCE	ANNÉE DE CRÉATION	STRUCTURE DE PROPRIÉTÉ
CFAI FM	Edmundston, N.-B.	1991	Coopérative
ROUTE 17 FM 90	Saint-Quentin, N.-B.	1991	OBNL
Sommet CISM	Balmoral, N.-B.	1994	Coopérative
CKRO FM	Pokemouche, N.-B.	1988	OBNL
CJSE FM	Shédiac, N.-B.	1994	OBNL
PLUS FM	Dieppe, N.-B.	2008	OBNL
C90 FM	Fredericton, N.-B.	1997	OBNL
C93 FM	Miramichi, N.-B.	1989	OBNL
C105 FM	St-Jean, N.-B.	2006	Coopérative
Codiac FM	Moncton, N.-B.	1971	OBNL
CIFA FM	Comeauville, N.-B.	1990	OBNL
RADIO IPE	*En ligne*	2025	OBNL
C98 FM	Halifax, N.-É.	2007	Coopérative
CITU 104,1 FM	Petit-de-Grat, N.-É.	2006	Coopérative
CKJM 106,1 FM	Chéticamp, N.-É.	1991	Coopérative
CHOQ FM	Toronto, Ont.	1991	Coopérative
CKGN FM	Kapuskasing, Ont.	1993	OBNL
Unique FM — CJFO	Ottawa, Ont.	2010	OBNL
CFRH FM	Penetanguishene, Ont.	1987	OBNL
GO FM	Casselman, Ont.	1994	OBNL
CINN FM	Hearst, Ont.	1988	OBNL
Radio Taïga — CIVR FM	Yellowknife, T.-N.O.	2001	OBNL

Radio Victoria — CILS FM	Victoria, C.-B.	1999	OBNL
Radio Cité CFED FM	Edmonton, Alb.	2018	OBNL
Boréal FM — CHPL	Plamondon, Alb.	2012	OBNL
CKRP Rivière-La-Paix Nord-ouest FM	Falher, Alb.	1996	OBNL
CFRG Gravelbourg - Prairie FM	Gravelbourg, Sask.	2003	OBNL
Envol 91 FM	Winnipeg, Man.	1991	OBNL
CFRT FM	Iqaluit, Nt	1993	OBNL

En ce qui a trait aux radios communautaires des CFSM (Tableau 2), les premières initiatives émergent dans les années 1980 et sont portées par des organismes comme la Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF), un organisme ayant comme mission de porter les intérêts et les aspirations des jeunes d'expression française au Canada, qui souhaitait offrir aux francophones hors Québec un espace médiatique qui leur ressemble et qui valorise leur identité propre (Paquin, 2007). En mars 1991 est fondée l'Alliance des radios communautaires (ARC) du Canada, organisme national qui prend la relève et devient le principal porte-parole et gestionnaire du développement des radios communautaires, avec pour mission de contribuer à l'épanouissement du français en situation minoritaire (ARC du Canada, s.d.). Ses membres sont regroupés au sein de ses quatre associations régionales : l'Association des radios communautaires en Atlantique (ARCA), l'Association des radios communautaires acadiennes du Nouveau-Brunswick (ARCANB), le Mouvement des intervenantes et des intervenants en communication radio de l'Ontario (MICRO) et l'Association des radios communautaires de l'Ouest et des Territoires (ARCOT).

Nous dénombrons aujourd'hui 29 radios réparties dans toutes les provinces et territoires à l'exception de Terre-Neuve-et-Labrador et du Yukon. Toutes les stations étudiées sont constituées en OBNL, en raison des exigences réglementaires du Conseil de radiodiffusion et des télécommunications (CRTC), qui conditionne l'octroi d'une licence de radio communautaire à l'adoption d'un modèle à but non lucratif. Ce cadre permet aux radios de s'appuyer sur des principes de gouvernance démocratique, en mobilisant des

bénévoles issus de la communauté tant dans les structures décisionnelles (assemblée générale, conseil d'administration) que dans les activités quotidiennes.

La structuration des radios communautaires dans les CFSM s'est faite par vagues successives. Une première, entre 1987 et 1991, marque un élan fondateur, suivie d'une seconde au milieu des années 1990. Quelques stations apparaissent encore dans les années 2000, mais les démarrages se raréfient après 2010. Toutefois, la création de Radio IPE[33] en juin 2025 témoigne d'un engouement toujours présent pour la radio communautaire. Depuis leur création dans les années 1980, la radio communautaire est vue dans la recherche comme un outil par excellence pour la promotion de la langue et de la culture francophone dans les CFSM (Boudreau et Guitard, 2001; Boudreau et Dubois, 2004; Canuel, 2016; Dubois, 2003; Galli, 2016; Guitard, 2003; Petras, 2016).

La territorialité

La présente section porte sur la territorialité des médias communautaires des CFSM. Tous supports confondus, ces médias se caractérisent par une forte hétérogénéité des territoires desservis, allant de quartiers urbains très circonscrits à des régions, voire des provinces entières. Toutefois, cette territorialité ne se décline pas de manière uniforme selon le type de média. C'est dans cette optique que l'analyse de la territorialité développée dans cette section s'appuie plus particulièrement sur les radios communautaires des CFSM, pour lesquelles il est possible d'opérationnaliser la notion de territoire de manière plus fine.

En menant des allers-retours entre l'analyse des données et les références aux écrits scientifiques, nous avons découvert la typologie de Fortin-Lefebvre et Baba (2020). Ces chercheurs se sont notamment intéressés au degré d'isolement géographique des entrepreneurs des Premières Nations au Canada. Les critères balisant cette typologie s'appuient sur la distance par rapport aux centres urbains, la taille des villes les plus proches, la densité de population ainsi que le degré d'isolement, et permettent de distinguer plusieurs catégories :

[33]Radio communautaire franco-acadienne de l'Île-du-Prince-Édouard.

- Les régions éloignées sont difficiles d'accès par la route et ne sont pas proches d'un village ou d'une communauté de 500 habitants ou plus.
- Les régions relativement éloignées sont situées à moins de 90 minutes de route d'un village ou d'une ville de moins de 2 500 habitants, ou à plus de 90 minutes de route d'une ville comptant entre 2 500 et 35 000 habitants.
- Les régions intermédiaires se trouvent à moins de 30 minutes des villes de plus de 2 500 habitants ou à une heure ou plus d'une ville de 30 000 habitants ou plus.
- Enfin, les communautés situées à proximité des centres urbains se trouvent généralement à 30 minutes de route d'une ville comptant plus de 20 000 habitants.

Après avoir discuté avec la première auteure de la recherche[34], nous avons adapté cette typologie pour étudier la territorialité des radios des CFSM, afin de mieux comprendre les logiques d'implantation de ces médias sur le territoire. Carignan, Gélinas, Baba et David (2023) ont fait de même dans un rapport pour le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ), dans lequel ils ont fait état de la situation des médias autochtones au Québec. Notons qu'il est plus complexe d'évaluer la proximité ou la distance des médias écrits par rapport à un centre urbain, car plusieurs de ces médias ont une portée provinciale, couvrant de vastes territoires. Nous pourrions prendre en compte la ville d'édition des journaux comme critère d'analyse, mais cela nous semble peu pertinent. En effet, nos données d'entretiens révèlent que les journalistes travaillent de plus en plus à domicile et que plusieurs médias n'ont pas de bureaux physiques, ce qui rend l'évaluation de leur ancrage géographique encore plus complexe.

Le territoire d'une station de radio est pour sa part limité à la portée de ses ondes, ce qui spécifie sa territorialité. Il apparaît, comme le montre la Figure 1. que 50 % des radios communautaires étudiées sont relativement éloignées des centres urbains, 39 % se situent à proximité de ces centres, 7 % sont implantées dans des régions intermédiaires et 4 % opèrent en régions éloignées. C'est dire que, comme au Québec (Bizimana et Kane, 2019),

[34] Nous avons appris, en discutant avec la première auteure que cette grille d'analyse a été mobilisée par eux, mais qu'il et elles se sont inspirées du site de Revenu Québec. Le site fournit des informations sur la classification géographique des régions éloignées, notamment pour déterminer l'admissibilité à certaines déductions fiscales ou avantages liés à la résidence dans ces zones. Puisque le site web de Revenu Québec n'affiche pas de précisions sur leur méthodologie de classement, les chercheurs en ont proposé une adaptation de cette classification à des fins analytiques.

les régions rurales (ou dans notre cas, les régions relativement éloignées des centres urbains) possèdent un plus grand nombre de médias communautaires que les centres urbains.

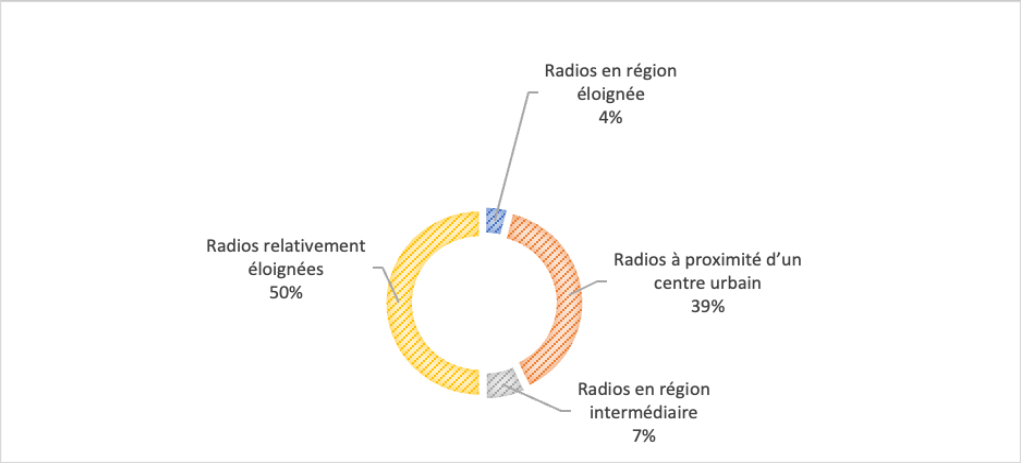


Figure 1. Proximité et distance des radios communautaires des CFSM par rapport aux centres urbains

Il nous semble que cette territorialité des radios communautaires ne puisse être appréhendée comme une simple donnée géographique, mais qu'elle constitue aussi un vecteur important de leurs possibilités d'action et de leur rôle au sein des CFSM[35].

En effet, comme le soulignent Fortin-Lefebvre et Baba (2020), les médias proches des centres urbains bénéficient d'un environnement où il est plus facile d'établir des partenariats institutionnels et de bénéficier de revenus publicitaires variés. En revanche, les radios situées en région éloignée ou relativement éloignée, soit un peu plus de la moitié des radios à l'étude, doivent vraisemblablement composer avec un bassin démographique particulièrement restreint, ce qui réduit leur potentiel de revenus et complique leur pérennité.

La territorialité nous semble aussi avoir des implications directes sur l'accès à l'information des communautés**.** Les zones urbaines concentrent une offre médiatique diversifiée, permettant un suivi régulier des enjeux locaux et régionaux

[35] Bien que notre analyse de la territorialité repose principalement sur les radios communautaires, nous croyons que des constats similaires pourraient être formulés, dans certains cas, à l'égard des médias écrits communautaires, en particulier lorsque ceux-ci s'inscrivent dans des contextes de desserte locale ou régionale comparables.

(Ali et Radcliffe, 2017). Pensons à la ville de Moncton au Nouveau-Brunswick qui est desservie par cinq médias communautaires : Plus FM, Codiac FM, CJSE FM, *l'Acadie Nouvelle* et *Le Moniteur Acadien*. Dans les régions plus éloignées des centres urbains, cependant, l'offre médiatique en français est plus restreinte (Lusignan, 2006) et on y retrouve fréquemment des déserts d'information, où la couverture des questions locales et des institutions communautaires reste limitée (Initiative du journalisme local, s.d.). Le fait que 50 % des stations étudiées soient implantées dans des communautés éloignées montre que, sans ces médias, de nombreuses communautés francophones hors Québec risqueraient de ne pas être représentées dans l'espace médiatique. Elles comblent ainsi un vide informationnel laissé par les autres types de médias.

Ce rôle crucial des radios communautaires est souligné par la présidente du Consortium des médias communautaires des CLOSM : « Alors que les grands médias ont supprimé des emplois et réduit leur couverture, ils se sont repliés sur les grandes villes et les capitales juridictionnelles, laissant les petites communautés à l'abandon » (Livre blanc, 2025, p. 1). Gareau (1990) rappelle également que les radios communautaires de l'Ouest canadien ont été créées par les francophones eux-mêmes, en réponse à une programmation trop centrée sur les grandes villes, et non adaptée aux réalités rurales (p. 160-162). Dans cette perspective, ces radios apparaissent comme de véritables infrastructures de représentation et de médiation, donnant voix aux CFSM et assurant la visibilité de communautés qui, autrement, seraient largement ignorées (Corriveau, 2006).

Le financement

D'après les résultats du sondage administré par la firme PGF Consultants, les principales sources de revenus des participants et participantes sont les revenus publicitaires (97 % des répondants les utilisent), suivies de près par les subventions gouvernementales (91 %) et par les commandites et partenariats (70 %). Il y a actuellement quatre programmes d'appuis financiers du gouvernement du Canada : Les fonds du Canada pour les périodiques (10 M$ sur 3 ans à partir de 2025), l'Initiative de journalisme local (10 M$ sur 3 ans à partir de 2025), l'initiative de stages dans les médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire (5 M$ de 2023 à 2028) et le fonds pour la diversité des voix (10 M$ sur 3 ans à partir de 2025). En entretiens avec des gestionnaires de ces médias, certains

disent survivre en grande partie grâce à ces subventions gouvernementales. Nos données ont fait ressortir qu'environ 66 % des médias fonctionnent avec un budget annuel inférieur à 500 000 $ et près du tiers ont des revenus annuels inférieurs à 250 000 $. Ce portrait révèle des budgets modestes et une forte dépendance aux subventions et aux revenus publicitaires et montre que ces médias opèrent dans un environnement financier somme toute fragile**.**

Ce portrait révèle d'abord la présence de ces médias communautaires dans chacune des provinces et territoires du Canada, mais aussi une grande diversité, particulièrement du côté de la presse écrite, où la variation des formats, des portées de diffusion et des structures de propriété rend difficile toute généralisation. Tout porte à croire que cette diversité engendre des conditions de fonctionnement très inégales, rendant chaque média unique dans sa manière de se développer et de répondre aux besoins de sa communauté. Il est en revanche étonnant qu'aucun média communautaire des CFSM, sauf un en 2026, n'ait fermé ses portes depuis la pandémie de Covid-19 en 2020, vu les tendances observées à cet égard (Patrimoine canadien, 2022).[36] La présence de ces médias n'est cependant qu'un versant de leur vitalité, aussi faut-il compléter l'analyse par celle des défis et des stratégies d'adaptation qu'ils mettent en œuvre.

3.1.3.2. Les défis et les stratégies d'adaptation

Cette section de notre analyse porte sur les défis auxquels sont confrontés les médias communautaires des CFSM et les stratégies qu'ils mobilisent pour y faire face. Ces questions sont abordées dans la perspective des vécus formulés par les gestionnaires et les journalistes que nous avons rencontrés dans le cadre d'entretiens, complétés par d'autres données que nous avons documentées. Conformément aux principes généraux de la MTE, les thématiques présentées dans cette section n'ont pas été définies *a priori*. Elles ont émergé progressivement à travers un processus de codage, fondé sur les récurrences thématiques observées dans les discours de nos participants et participantes. Trois grands

[36] Le journal Perspective Vanier a fermé ses portes en février 2026. Distribué mensuellement dans le quartier Vanier à Ottawa, ce média hyperlocal, à la fois francophone et anglophone, jouait un rôle important dans la vie communautaire du quartier Vanier.

enjeux se dégagent de l'ensemble des données recueillies : le financement, les ressources humaines et l'adaptation aux transformations du numérique. La section se termine par une analyse des principales stratégies d'adaptation mises en œuvre par ces médias.

Une dépendance et fragilité financière

Nos entretiens avec les gestionnaires des médias et les données d'enquête fournies par le Consortium des médias des CLOSM ont permis de cerner plusieurs défis liés à la publicité comme mode de financement. D'abord, bien qu'ils constituent une source importante, il apparaît que les revenus publicitaires accusent un déclin, attribuable au détournement des investissements vers les plateformes numériques, qui fragilise les médias des CFSM. Ce constat reflète une tendance bien documentée dans les écrits sur les médias qu'ils soient ethniques, locaux ou nationaux (Bérubé, Aguiar et Teixeira, 2024 ; Giroux, 2022). Bien que tous les médias traditionnels subissent une baisse significative de leurs revenus publicitaires, comme l'illustre, par exemple, la chute de 37 % observée au Québec depuis 2012, tandis que les revenus des plateformes numériques ont plus que quintuplé sur la même période (Bourget, Brin et Charlton, 2023), les médias des CFSM sont particulièrement fragilisés. Leur bassin publicitaire, déjà restreint par nature, les rend plus susceptibles de succomber à la concurrence des géants du Web et des autres médias, mettant en péril leur vitalité et leur capacité à servir adéquatement leurs communautés. Cette vulnérabilité est d'autant plus prononcée que, comme l'indiquent plusieurs gestionnaires de radios communautaires interrogés dans le cadre de notre étude, ce bassin publicitaire limité contraint leurs médias à dépendre fortement des associations communautaires comme principaux annonceurs. Ces associations peinent toutefois à justifier de tels investissements en raison de la taille restreinte du public desservi et de leurs ressources financières limitées.

Les subventions gouvernementales, bien qu'essentielles selon les participants et participantes rencontrées par la firme PGF Consultants et par nous-mêmes, posent aussi des défis, notamment en matière de dépendance financière et de stabilité à long terme. Par exemple, selon nos données, le salaire d'employés repose parfois entièrement sur les revenus du programme *Initiative de journalisme local* (IJL). Sans ce financement, certains

médias ne pourraient tout simplement plus embaucher de journalistes, accentuant ainsi la précarité déjà criante dans le secteur. Selon des gestionnaires que nous avons rencontrés et selon des données tirées d'un article de presse (Dépelteau, 14 novembre 2024), une trop grande dépendance à ces fonds fragiliserait les médias face aux changements de priorités politiques et aux fluctuations budgétaires des gouvernements. Malgré les initiatives existantes, les médias des CFSM perçoivent un désengagement de la part des gouvernements. La réduction des placements publicitaires gouvernementaux à destination des médias des CFSM[37] amorcée il y a une dizaine d'années constitue un exemple de désengagement des gouvernements soulevé par des participants et participantes. Les conséquences de ces réductions ont été particulièrement visibles dans des régions comme l'Alberta, où le seul journal francophone dit avoir observé une baisse de 82 % des placements publicitaires fédéraux en l'espace de 12 ans, ce qui a entraîné son passage en version exclusivement numérique en 2024 (Gagnon, 30 mai 2024).

Main-d'œuvre qualifiée limitée et concentration des compétences

Les données recueillies ont mis en lumière plusieurs problèmes relatifs aux ressources humaines. Deux grandes tendances sont ressorties, soit la pénurie de main-d'œuvre qualifiée et la concentration des compétences.

Première tendance : la moitié (53 %) des répondants et répondantes au sondage de la firme PGF signalent des difficultés à attirer et à retenir du personnel compétent. Plusieurs raisons à ce problème sont évoquées par les gestionnaires : le nombre parfois très restreint de francophones dans les régions majoritairement anglophones, des conditions de travail et des salaires moins avantageux que dans d'autres industries ainsi qu'une surcharge de travail liée au manque de personnel, accentuant la pression sur les employés en poste. Ces conditions contribueraient à un taux élevé de rotation du personnel ainsi qu'à des problèmes de santé liés à l'épuisement professionnel. Pour illustrer cette réalité, un gestionnaire d'une radio communautaire avec qui nous entretenue explique qu'il n'est pas

[37] En 2017-2018, la publicité gouvernementale pour les radios et journaux francophones en contexte minoritaire a diminué de 85 % en un an (Gouvernement du Canada, 2018). Au Canada, en 2023-2024, environ trois quarts des dépenses publicitaires transitent par les plateformes numériques. L'Agence de promotion de la publicité gouvernementale a consacré 64% de son budget total de plus de 76 millions de dollars (soit plus de 39 millions) aux médias numériques, contre seulement 36% aux médias traditionnels (Gouvernement du Canada, 2025).

rare que la direction générale d'un média communautaire prenne l'antenne, faute de personnel suffisant. Cette situation reflète la surcharge de travail qui pèse sur ces gestionnaires, contraints d'endosser plusieurs rôles à la fois pour assurer la continuité des activités. Certaines, certains d'entre eux, en acceptant de nous rencontrer dans le cadre d'un entretien pour cette recherche, se sont exprimés par courriel sur leur charge de travail ou se sont excusés pour les délais de réponse, justifiés par un manque de personnel. L'un d'eux écrit : « Désolé pour le délai de réponse – on est actuellement sans DG, donc je comble deux postes à la fois en attendant l'embauche du nouveau personnel ». Un autre dit : « Nous sommes dans une période à la fois compliquée et très occupée. » Dans certains cas, les demandes d'entretiens ont été redirigées vers la seule personne disponible : « J'ai fait suivre votre requête à notre unique journaliste. » Ces témoignages montrent l'ampleur des pressions structurelles auxquelles ces gestionnaires de médias communautaires doivent faire face au quotidien. Le rapport sur les cercles d'innovation dans le cadre de l'événement Médiarama, organisé par Réseau.Presse (2023), met en lumière plusieurs facteurs aggravants de ce problème de ressources humaines. Le maraudage par des institutions telles que Radio-Canada prive ces médias communautaires de talents. La dévalorisation des métiers du journalisme auprès des jeunes tarit le flux de nouveaux entrants dans la profession. De plus, le manque de ressources pour intégrer efficacement les nouveaux arrivants et nouvelles arrivantes, malgré leur volonté de travailler, conduit paradoxalement au rejet de candidatures potentielles, des défis qui sont mis de l'avant par différentes recherches en lien avec le manque de diversité dans les médias (Boukala et al., 2025; Clark, 2014; Proulx et Bélanger, 2001).

La seconde tendance concerne les compétences concentrées chez trop peu de personnes. En raison de ressources limitées et d'une précarité structurelle, certains médias consultés reposent sur un personnel où des compétences spécialisées, notamment en gestion, en production de contenu numérique ou en recherche de financement, sont détenues par un petit nombre d'employés ou même de bénévoles. Cette situation crée une dépendance envers ces personnes, ce qui fragilise ces médias, notamment en cas de départs à la retraite ou de surcharge de travail des personnes concernées. Une gestionnaire d'une radio communautaire interrogée dans le cadre de cette recherche résume la situation en ces termes : « J'approche de la retraite, mais je n'ai personne pour prendre ma relève. J'ai créé

un précédent parce que j'ai consacré des heures innombrables à ce média, c'est comme mon enfant. » Elle craint que la prochaine génération ne soit pas prête à assumer la charge de travail qu'elle a acceptée sur le coup de la passion.

Adaptation et fragilité face aux transformations numériques

En ce qui a trait à la transition numérique, l'avènement des technologies numériques a entraîné des défis considérables pour les médias communautaires, particulièrement ceux des CFSM. Trois grandes tendances se dégagent de nos données en matière d'adoption des outils numériques.

D'abord, plusieurs gestionnaires et journalistes des médias déplorent que les compétences nécessaires pour utiliser les technologies disponibles soient peu développées ni mises à jour au sein de leur média. Par exemple, 65 % des médias répondant au sondage de la firme PGF Consultants soulignent le besoin urgent de former leur équipe aux outils numériques. Cette lacune en matière de compétences semble freiner l'adoption et l'utilisation efficace des technologies numériques. C'est notamment le cas de l'utilisation de données d'audience qui, selon les propos des participants et participantes avec qui nous nous sommes entretenue, nécessitent une expertise parfois inexistante dans le milieu, problème qui s'accentue par le fait que ces nouvelles innovations technologiques sont de plus en plus sophistiquées. Bien que les données d'audience puissent être un levier stratégique pour les médias, nous observons que leur utilisation est entravée par des ressources limitées et une transition numérique peu avancée dans certains cas.

Deuxièmement, nos données suggèrent que les médias ne disposent pas, en général, des équipements et du personnel pour entreprendre le virage numérique. L'accès aux technologies modernes est un problème récurrent chez 59 % des médias qui mentionnent un manque d'équipements adaptés. Des participants et participantes à notre étude ont souligné que bien que leurs médias aient amorcé un virage vers les plateformes numériques, le manque de personnel complique leur gestion et leur mise à jour, notamment pour assurer une couverture rapide des nouvelles et pour réagir immédiatement aux événements d'actualité. Ce retard technologique peut limiter la capacité des médias des CFSM à innover et à rester compétitifs dans l'environnement médiatique actuel.

La monétisation des contenus numériques apparaît aussi comme un enjeu important. Ni les abonnements numériques ni la publicité en ligne n'ont permis d'atteindre les niveaux de revenus observés avant la transition numérique. Bien que ce virage soit perçu comme essentiel à la survie des médias, des gestionnaires soulignent qu'il représente une charge financière importante et demeure peu rentable. Cette problématique n'est pas unique aux CFSM, comme le confirme une étude du Centre d'études sur les médias (Bourget, Souissi, Brin et Charlton, 2023) et Bérubé, Aguiar et Teixeira (2024) qui documentent des défis similaires dans les médias communautaires au Québec.

Nous constatons également que les médias des CFSM font face à des défis complexes en matière de visibilité et de concurrence selon nos analyses. L'un des principaux défis, identifié par 47 % des répondants et répondantes au sondage de PGF Consultants, est que les médias communautaires francophones doivent attirer et retenir l'attention d'auditoires constamment sollicités par une offre foisonnante en langue anglaise. Dans ce contexte, ils doivent redoubler d'efforts pour assurer leur visibilité.

Les participants et participantes ont exprimé que le blocage par Meta des nouvelles canadiennes sur les plateformes Facebook et Instagram depuis le 1er août 2023 limite sévèrement leur visibilité. Cette situation rend plus difficile l'atteinte des jeunes qui utilisent de façon importante le réseau Instagram pour s'informer. Selon les participants et participantes, leurs médias s'appuyaient de façon importante sur Facebook comme espace privilégié d'échange et de partage avec leur communauté. Cette plateforme servait également d'indicateur de succès pour le contenu publié, permettant d'évaluer son impact en fonction des interactions générées. Le blocage Meta ne favorise pas ce que Hermida (2010) nomme le « journalisme ambiant », où les internautes sont exposés aux informations de manière passive via leurs réseaux socionumériques. Au-delà des médias des CFSM, le blocage de Meta affecte l'ensemble de l'industrie médiatique au Canada. Selon le *Media Ecosystem Observatory* (2024), les médias canadiens ont perdu 85 % de leur engagement sur Facebook et Instagram. Cette perte n'a pas été compensée par des augmentations sur d'autres plateformes de réseaux socionumériques, ce qui se traduit par une baisse globale de 43 % de l'engagement. L'étude met de l'avant que 212 médias locaux, soit environ 30 % de ceux qui étaient auparavant actifs sur les plateformesde Meta, sont désormais inactifs.

Cette situation risque d'affecter plus particulièrement les petits médias qui n'ont pas d'applications mobiles vedettes (Bourguet, Brin et Charlton, 2023 ; Carbasse, 2017).

La transition vers le numérique pose également des défis spécifiques à la visibilité. Des participants et participantes ont expliqué que la découvrabilité des contenus en ligne est compromise par des algorithmes qui favorisent souvent les contenus en anglais, rendant les médias francophones moins visibles dans les résultats de recherche.

Finalement, selon des gestionnaires à qui nous avons parlé, l'arrêt de l'édition papier représente un défi de visibilité pour certains médias. En cessant l'impression, ces médias ont perdu une présence physique importante dans leur communauté, notamment dans les espaces publics où leurs journaux étaient accessibles. Bien qu'ils n'aient eu d'autre choix du point de vue financier que d'opérer un virage complet vers le numérique, cette transition a réduit leur visibilité auprès d'un lectorat habitué au papier et moins enclin à consulter les contenus en ligne. Une gestionnaire explique que : « ce genre de fermeture a un coût social, identitaire », attestant de l'attrait et l'importance encore présents du papier. Cependant, la distribution physique reste aussi un défi pour les médias des CFSM qui offrent encore une version papier, en raison du petit nombre de lecteurs répartis sur de vastes territoires. Le journal *Le Voyageur* en Ontario, par exemple, doit couvrir un territoire qui va de Mattawa jusqu'à Longlac (environ 560 km) et de Rivière-des-Français jusqu'à Hearst (environ 300 à 350 kilomètres), ce qui représente un défi afin de refléter les réalités locales de dizaines de communautés. Cette réalité géographique complique la diffusion, l'accès, mais surtout la visibilité des contenus, particulièrement pour les communautés les plus isolées. Contrairement aux journaux, les radios communautaires n'ont pas à composer avec les défis liés à la distribution physique. Grâce à leur antenne qui couvre un territoire délimité, elles atteignent directement leur auditoire sans contrainte logistique. Leur forte implantation locale et leur diffusion en continu leur permettent de maintenir une proximité avec le public. Cette accessibilité immédiate leur assure une visibilité constante, un avantage que les médias écrits ont plus de difficulté à préserver, surtout dans les vastes territoires où la distribution papier demeure un enjeu. Des gestionnaires des radios communautaires ont relevé le défi de l'entretien des antennes, qui est très coûteux.

En somme, il nous semble que les défis auxquels font face les médias communautaires des CFSM s'inscrivent dans un enchevêtrement de contraintes

financières, humaines et technologiques qui se renforcent mutuellement. Cette configuration structure les marges de manœuvre des médias et façonne leurs stratégies d'adaptation.

3.1.3.3. Résilience et consolidation

Les entretiens avec des gestionnaires des médias communautaires francophones ont fait ressortir qu'ils ont su s'adapter pour survivre malgré les périodes difficiles traversées. Cette « résilience » contraste nettement avec la tendance générale observée dans l'industrie des médias au Canada (Patrimoine canadien, 2022). La stratégie la plus fréquemment évoquée est celle des partenariats et des collaborations entre différents types de médias. Ces collaborations prennent diverses formes : entre médias communautaires et régionaux, avec des médias anglophones, des partenariats avec Radio-Canada pour le partage de contenus, ressources et technologies, la mutualisation des services administratifs et la fusion de radios, journaux et télévisions pour diversifier les formats. Des exemples concrets illustrent cette tendance : L'*Acadie Nouvelle* coopère avec d'autres journaux des provinces atlantiques pour la couverture des assemblées législatives ; les journaux des Territoires partagent des dossiers sur l'Arctique, l'environnement et les questions autochtones ; quatre radios communautaires francophones au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse mutualisent leurs ressources et opèrent désormais sous la bannière commune de C Médias ; Plus média regroupe deux radios communautaires au Nouveau-Brunswick qui ont fusionné leurs bureaux et la Radio Beauséjour a acheté l'hebdomadaire *Le Moniteur acadien*. Pour renforcer leur stabilité financière, les médias francophones adoptent diverses stratégies : *La Liberté* obtient le statut d'organisation journalistique enregistrée pour solliciter des dons et a créé l'entreprise « Pop Com », une société spécialisée dans la rédaction, photo, vidéo, graphisme, illustration, image de marque, animation, gestion des réseaux sociaux, pour reverser des bénéfices au journal ; GO FM, une radio communautaire a racheté des stations anglophones pour générer des revenus tout en servant la communauté.

Les entretiens montrent que la résilience des médias communautaires francophones repose principalement sur des stratégies de collaboration, de mutualisation et de

diversification organisationnelle et financière, qui leur permettent de s'adapter et de se maintenir dans un contexte de crise généralisée de l'industrie médiatique canadienne.

3.1.4. Discussion et conclusion

Notre recherche dénombre 58 médias communautaires des CFSM, soit 29 journaux et 29 stations de radio. Ces médias sont implantés dans toutes les provinces et territoires canadiens, avec une présence particulièrement forte au Nouveau-Brunswick et en Ontario. Nous avons noté que la moitié des radios communautaires affichent une forte présence dans les régions relativement éloignées des centres urbains. Leur implantation dans ces territoires ruraux leur confère un rôle d'autant plus crucial : en l'absence de ces médias communautaires, certains francophones risqueraient de ne pas avoir accès à une information locale dans leur langue.

Sur le plan du financement, les médias communautaires francophones s'appuient principalement sur les revenus publicitaires et les subventions gouvernementales, notamment via des programmes fédéraux récemment annoncés ou renouvelés. Nos analyses ont par ailleurs soulevé que les médias communautaires des CFSM font face à d'importants défis financiers et humains ainsi que des défis entraînés par les transformations numériques. En effet, la baisse des revenus publicitaires, la dépendance aux subventions et un soutien gouvernemental perçu comme insuffisant les fragilisent. Ils souffrent aussi d'un manque de personnel qualifié, d'une surcharge de travail et d'une concentration des compétences chez un nombre restreint de personnes.

En ce qui concerne les défis liés aux transformations numériques, nous avons retenu un manque de compétences pour maîtriser les outils numériques et des défis de visibilité et de concurrence. Les défis identifiés ne constituent pas une nouveauté en soi. Les médias des CFSM ont une longue histoire de défis financiers et de ressources humaines : pensons à *L'Eau vive*, journal fransaskois, qui a surmonté plusieurs crises financières, dont des fermetures temporaires en 1976 et à la fin des années 1980 (Radio-Canada, octobre 2021). Ces défis sont exacerbés dans l'environnement numérique et nous constatons grâce à l'analyse de l'ensemble de nos données que plusieurs médias communautaires des CFSM sont plus précaires qu'ils ne l'ont jamais été.

Face à ces défis, les médias communautaires des CFSM semblent se caractériser davantage par une survivance fragile que par un développement durable. La précarité qui les caractérise soulève d'importantes interrogations quant à leur capacité à jouer pleinement leur rôle d'institutions au service de la vitalité communautaire. Si leur survie témoigne d'une résilience, celle-ci semble toutefois s'opérer au prix d'un engagement constant dans la gestion quotidienne des ressources humaines et financières, ce qui risque de limiter leur portée stratégique et leur capacité d'innovation. La complexité de la situation invite à réfléchir à la pertinence d'un renouvellement du modèle organisationnel de ces médias, afin d'assurer leur viabilité à long terme. Par ailleurs, la tendance observée vers des contenus engageants et étroitement liés à la réalité locale (Owusu, 2025) pourrait constituer une opportunité pour ces médias, qui bénéficient déjà d'un ancrage dans leur communauté. Toutefois, il reste à voir dans quelle mesure ils pourront tirer pleinement parti de cet avantage, compte tenu de leurs ressources limitées et des défis qui persistent. Une recherche future pourrait s'attarder aux publics desservis par les médias communautaires des CFSM, afin de préciser la diversité de leurs besoins, leurs attentes en matière de contenus et leur degré d'engagement envers ces médias.

3.2. Deuxième article inséré – La relation journaliste-source dans les communautés francophones en situation minoritaire au Canada[38]

3.2.1. Introduction

Le processus de construction de l'actualité a longtemps été conçu comme le fruit d'une négociation complexe entre journalistes et sources (Charron, 1994 ; Bourricaud, 1961 ; Tunstall, 1971 ; Legavre, 2011). Cette relation, marquée par des dynamiques d'interdépendance, oscille entre coopération et tension, chaque partie poursuivant ses propres intérêts tout en comptant sur l'autre pour atteindre ses objectifs. Cette conception s'inscrit dans le paradigme du journalisme d'information, tel que défini par Charron et De Bonville (1996), qui repose sur un idéal de neutralité et de transmission objective des faits. Cependant, comme le souligne Fisher (2018), la relation entre journalistes et sources est contextuellement située, c'est-à-dire qu'elle varie en fonction des conditions sociales, géographiques, culturelles, politiques et économiques dans lesquelles elle s'inscrit. Elle se déploie aussi de manière différente en fonction des spécialités ou du *beat*, soit le domaine que couvre un journaliste de manière régulière (Francœur, 2017).

La recherche a décrit les caractéristiques des relations journaliste-source dans certains domaines : zones de guerres (Pedelty, 1995), politique (Barnett et Gaber, 2001 ; Tunstall, 1970 et 1971 ; Charron, 1994), télévision (Harrison, 2000 ; Küng-Shankleman, 2000) ; journalisme d'enquête (Ettema et Glasser, 1998), culture (Harries et Wahl-Jorgensen, 2007 ; Luckerhoff, 2012 ; Lapointe *et al.*, 2018). Pour notre part, nous avons porté une attention particulière à un type spécifique de relation : celle des journalistes et des sources dans les communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) au Canada. Cette population, dont la langue maternelle ou la langue d'usage principale est le français, vit dans des provinces ou des territoires où l'anglais est la langue de la majorité. Caractérisée par une fragilité linguistique et culturelle, elle est desservie par des médias vus comme des institutions contribuant au maintien de leur vitalité (Johnson, 1991 ; Harvey, 1992, Bédard, 2007 ; Bernier *et al.*, 2014 ; Paré, 2013 ; Grey, 2023), ce qui soulève des questions en ce qui concerne les dynamiques associés-rivaux, documentées par la

[38] Cet article a été co-écrit avec Jason Luckerhoff et a été accepté pour publication dans un numéro

recherche dans d'autres contextes (Legavre, 2011 ; Neveu, 1999). Est-ce forcément sur ces bases que se construit l'actualité dans les CFSM aujourd'hui ?

Certains travaux signalent que des journalistes exerçant au sein des CFSM, eux-mêmes membres de ces communautés, se sentent parfois investis de la responsabilité de défendre les intérêts de leur groupe d'appartenance (Watine, 1993 ; Corriveau, 1998 ; Fabris, 2000, Bernier, 2011). Dans son étude sur les journalistes acadiens, Watine (1993) qualifie ces derniers d'acteurs engagés et revendicateurs. En effet, la recherche tend à présenter les pratiques journalistiques qui s'observent dans les médias CFSM comme distinctes et principalement influencées par leur statut minoritaire (Watine, 1993 ; Corriveau, 1998 et 2006 ; Chagnon, 2010). Toutefois, cette perspective est nuancée par des travaux soutenant que les normes professionnelles et les conditions d'exercice de ces journalistes ne diffèrent pas fondamentalement de celles qui s'observent dans d'autres sphères du journalisme. Par exemple, Bernier (2011) remarque que les journalistes des CFSM respectent généralement les normes professionnelles classiques, comme l'impartialité. Même s'ils sont conscients des enjeux linguistiques propres à leurs communautés, cette sensibilité ne se traduit pas automatiquement par une approche militante spécifique, ce que note également Fabris (2000) à propos du discours des journalistes francophones de l'Ontario. Ses analyses suggèrent que leurs pratiques sont davantage influencées par des contraintes organisationnelles, manque de ressources, taille réduite des équipes de rédaction, que par leur appartenance à une minorité linguistique, conclusion reprise par Fabris et Beauchamp (2006), qui invitent à comparer ces médias à d'autres formes de journalisme de proximité pour mieux saisir les particularités de leur fonctionnement. L'étude de Laflamme (2022) illustre bien la pertinence d'une comparaison avec d'autres formes de journalisme de proximité telle que suggérée par Fabris et Beauchamp (2002). Dans leur recherche, ils ont examiné le contenu de deux journaux locaux de la région du Nord de l'Ontario : *Le Voyageur* et *Northern Life*. Bien que ces médias partagent plusieurs caractéristiques, ils se distinguent aussi sur plusieurs plans se situant au-delà de la seule dimension linguistique. Chacun façonne son contenu en fonction d'un public à la fois semblable et différent, ce qui produit des approches éditoriales à la fois convergentes et divergentes. Ils observent par exemple que le premier accorde davantage d'attention aux activités communautaires, aux compétitions sportives scolaires,

à l'éducation et aux services locaux, alors que le second met plus fréquemment en avant les faits divers et réserve une plus grande place à l'expression des opinions.

Ces perspectives nuancées révèlent que les pratiques journalistiques qui se déploient dans les CFSM ne peuvent être appréhendées selon une logique unique. Pour notre part, nous nous sommes intéressée à cet espace de tensions où se confrontent, parfois de manière conflictuelle, le rôle d'information associé aux normes professionnelles du journalisme et les impératifs d'engagement liés à la défense de la langue et de la culture. C'est en prenant acte de cet entrelacement que nous avons souhaité mieux comprendre la relation journaliste-source.

Si cette relation a déjà été traitée dans certaines recherches, ce fut principalement sous l'angle des attentes des sources à l'égard des journalistes, en particulier celles que formulent les leaders institutionnels. Corriveau (1998 et 2006) observe que dans la communauté franco-manitobaine, ces personnes « revendiquent une contribution significative à la défense et à la promotion des intérêts de la communauté de la part des médias et des journalistes » (p. 56). L'autrice observe par ailleurs que certains de ces leaders croient que l'indépendance journalistique et le sens critique sont nuisibles aux intérêts de la communauté. De même, Fabris et Beauchamp (2002 et 2006) estiment que les leaders institutionnels s'attendent à ce que les journalistes fassent preuve d'une certaine sensibilité envers les intérêts de la minorité francophone. De fait, certaines sources voient les journalistes comme des traits d'union, c'est-à-dire des intermédiaires ou de simples courroies de transmission permettant de relayer l'information au public. Qu'en est-il des attentes des acteurs qui ne sont pas des leaders institutionnels ? En plus de poser cette question, nous nous sommes également interrogée sur la possibilité que les journalistes nourrissent eux-mêmes des attentes à l'égard des sources, une dimension qui, à notre connaissance, n'a pas été explorée dans la recherche portant sur les CFSM.

Il nous a semblé d'autant plus intéressant de s'y attarder que le champ demeure marqué par des zones d'ombre : si plusieurs travaux ont mis en lumière certaines dimensions de cette dynamique, la relation journaliste–source demeure peu documentée, en particulier dans l'environnement changeant des dernières années, et ce, tant du côté des

journalistes que celui des CFSM. Les écrits issus de la recherche nous apprennent que les journalistes doivent composer avec une accélération des rythmes de production, la polyvalence imposée par la précarisation du travail et l'omniprésence des technologies numériques (Hertzum, 2022). Ils signalent également que le déclin démographique des CFSM, notamment dans les régions rurales, accentue la fragilité des réseaux communautaires et institutionnels. De plus, l'exode des jeunes vers les grands centres, le vieillissement de la population et l'assimilation linguistique continuent d'éroder la vitalité de plusieurs d'entre elles (Bernier *et al.*, 2014).

Des changements s'opèrent également dans la communication des personnes représentantes de ces communautés. En 2007, Chiasson et ses collègues s'interrogeaient au sujet de la capacité des outils électroniques à favoriser une participation accrue des francophones aux débats touchant l'avenir de leurs communautés. Leur constat était sans équivoque : ces outils restaient largement ignorés par les organismes, ce qui limitait leur potentiel de transformation politique. Près de quinze ans plus tard, d'autres chercheurs ont observé une évolution marquée : une initiative telle le webzine acadien *Astheure* illustre cette appropriation des espaces numériques comme lieux de production d'un discours identitaire à l'intérieur de la communauté linguistique minoritaire acadienne (Arrighi, 2023). Il en va de même chez les baladodiffuseurs, qui créent de nouveaux espaces de diffusion *pour et par* les membres des CFSM qui valorisent la langue locale (Arrighi et Berger, 2022). En outre, les réseaux socionumériques sont devenus un vecteur de contestation et de visibilité (Melanson-Breau, 2024 ; Guitard, 2023 ; Lord *et al.*, 2022). Lupien (2020) note que, même si une présence en ligne ne se traduit pas nécessairement par une visibilité plus grande, les associations francophones ont accru leur usage de ces réseaux pour mobiliser leurs ressources et interpeller leurs publics. De quelle façon ces phénomènes influencent-ils la relation journaliste-source et spécialement le degré d'autonomie de chacun ? Plus largement, comment se vit aujourd'hui la relation entre les journalistes et les sources dans les CFSM ?

3.2.2. Méthodologie

En nous appuyant sur les principes de la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) (Luckerhoff et Guillemette, 2023 et 2012), nous avons animé 40 entretiens entre les deux parties prenantes de la relation, ainsi qu'avec des gestionnaires de médias. Nous avons également participé à deux événements qui ont alimenté notre corpus d'analyse, soit le colloque « Les idéologies linguistiques dans la presse écrite et les autres médias de communication : l'exemple des langues romanes », qui s'est tenu à l'Université de Moncton du 9 au 12 octobre 2024 à l'initiative du Centre de recherche sur la langue en Acadie, et l'événement Local Voices Forum Voix locales, organisé par le Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire, qui a réuni plus de 200 participants et participantes à Ottawa les 11 et 12 octobre 2025. Ces rencontres, qui ont entre autres thèmes abordés celui de la relation journaliste-source dans les CFSM, ont permis de recueillir des éléments de réflexion en lien avec notre objet d'étude. Le Consortium nous a d'ailleurs donné accès aux enregistrements de cercles de discussion auxquels ont pris part les acteurs œuvrant dans ou autour des médias communautaires francophones au Canada. Nous avons tiré et analysé des transcriptions verbatim des discussions qui concernaient notre objet d'étude.

L'ensemble de ces matériaux illustre notre conception élargie de la donnée, qui nous conduit à adhérer au principe *all is data* établi par Glaser (1998, p. 22) et qui veut que toute information pertinente à la compréhension du phénomène étudié puisse être considérée comme donnée empirique. Conformément à la MTE, l'analyse des données s'est faite de manière itérative et simultanée à la collecte, caractéristique première de cette démarche hélicoïdale illustrant la nature dynamique et évolutive d'une recherche dans laquelle la compréhension du phénomène étudié est mise à l'avant-plan. Une réflexion continue sur notre posture et son influence potentielle sur la collecte et sur l'analyse des données a été menée tout au long de l'étude. La MTE nous a ainsi permis d'explorer en profondeur la complexité des relations journaliste-source dans les CFSM, tout en demeurant ouverts aux perspectives émergentes susceptibles d'enrichir notre compréhension de ce phénomène.

3.2.3. Analyse

3.2.3.1. Le contexte de socialisation entre journalistes et sources dans les CFSM

Cette section présente les principaux éléments du contexte de socialisation mis en lumière par les journalistes et les sources qui ont participé à nos entretiens ; elles s'attardant à des éléments centraux de la relation telle qu'elle se déploie dans les CFSM, soit la proximité géographique et sociale ainsi que l'appartenance à la communauté.

La proximité géographique et sociale

Il est ressorti de nos entretiens que, dans des contextes où les distances sont réduites, les rencontres informelles (p. ex. dans des commerces ou lors d'événements communautaires) sont fréquentes et que des relations de confiance s'y tissent plus facilement que dans d'autres contextes ; comme l'exprime un journaliste :

> *Quand tu vis dans une plus petite communauté, c'est beaucoup plus facile d'organiser des choses, d'établir des relations, de maintenir un lien de confiance avec tes sources. Tu as peut-être une moins grande diversité de sources, mais tu as une meilleure relation avec tes sources. Tu connais les vingt personnes les plus engagées au niveau de la communauté. Quand je travaillais en ville, je parlais à une nouvelle personne chaque jour, mais quand je vivais à la baie Sainte-Marie, je parlais avec les mêmes personnes, donc évidemment ma relation avec les sources était meilleure parce que souvent c'était des entrevues avec les mêmes personnes.*

Des personnes avec lesquelles nous nous sommes entretenue ont exprimé à quel point la proximité géographique et sociale avait des incidences sur la façon dont se vit la relation aux sources ou aux journalistes, ces propos allant dans le même sens que les conclusions des recherches (p. ex. Splendore et Curini, 2020) qui établissent un lien entre la proximité entre sources et journalistes, d'une part, et de l'autre la confiance que chacune des parties entretient vis-à-vis de l'autre.

Nous avons également appris lors de nos entretiens que certains journaux communautaires étaient auparavant situés dans des centres communautaires, entretenant ainsi une proximité physique avec certains organismes. Des journalistes dont les bureaux sont aujourd'hui, pour diverses raisons, éloignés de ces lieux constatent que la distance géographique a modifié la dynamique de leurs relations professionnelles. Il ne s'agit pas nécessairement d'un changement négatif sur le plan relationnel, mais plutôt d'un

éloignement ayant donné lieu à une diminution de la fréquence et à une formalisation des interactions ; comme le mentionne une journaliste : « *Avant, je pouvais simplement frapper à la porte de l'association à qui je voulais parler… un petit coucou, une entrevue. C'était beaucoup plus facile d'établir ces liens.* Selon Reich (2006) et Howley (2002), ce genre de pratiques participent d'une logique relationnelle typique des milieux démographiquement restreints, où la confiance se construit par une relation continue et la réciprocité.

L'appartenance à la communauté

Certaines personnes ont souligné que le fait d'appartenir ou non à la communauté pouvait influencer la manière dont la relation journaliste-source sera vécue. Selon certaines sources ayant participé à notre étude, l'appartenance signifie être originaire de la communauté. Dans cette perspective, plusieurs ont exprimé ressentir une certaine distance à l'égard des journalistes lorsqu'ils proviennent de l'extérieur de la communauté, qu'ils soient originaires d'une autre localité, d'une autre province ou d'un autre pays : « *Quand ils ne sont pas originaires de la communauté et qu'ils ne partagent pas cette culture-là… ça affecte la relation* », souligne une source. Un journaliste évoque la distance qui tend à se creuser entre lui et sa communauté d'accueil :

> *Certaines personnes sentent qu'il y a un mur entre toi et elles à cause de cette barrière culturelle et linguistique là. D'être un membre de la communauté et faire du journalisme pour sa communauté, ça fait une différence. Je l'ai vécu en Ontario. Ici, en Acadie, je suis un étranger… je suis perçu comme quelqu'un d'ailleurs.*

Selon le directeur d'une association francophone, l'absence de couverture de certains événements s'expliquerait par le fait que les journalistes qui ne viennent pas de la communauté ne connaissent pas leur importance historique. Cette situation a été documentée par Corriveau (2006), qui a observé une méfiance chez des leaders institutionnels de la francophonie minoritaire, « sentiment renforcé par le fait que les journalistes travaillant en milieu minoritaire arrivent surtout du Québec, qu'ils sont jeunes, commencent dans le métier, ne sont là que pour quelques années et ne connaissent pas la réalité du journalisme en milieu minoritaire » (p. 55). Une source observe à ce sujet : « *Il m'est déjà arrivé de regarder un reportage d'une journaliste québécoise de Radio-Canada Acadie et de me dire qu'elle n'a pas compris la dynamique acadienne, elle prononce même*

mal certains toponymes. » Une autre journaliste explique : "*Mon collègue, il a un accent plus international, c'est sûr que les liens qu'il a avec les sources est différents que moi qui est [*sic*] née ici, qui connais tout le monde, que tout le monde connaît."* Une source a d'ailleurs exprimé le regret de ne plus entendre les accents locaux à la radio, évoquant une forme de perte de repère identitaire, propos qu'une journaliste reflète de manière plus directe en soulignant : "*Ici, c'est une question de « c'est qui tes parents ? »".*

L'identité familiale et l'accent constituent donc des marqueurs d'appartenance dans certaines communautés ; ainsi, pour les journalistes, ne pas « être d'ici » complique l'établissement de relations de confiance. Cependant, cette perception d'une distance fondée sur l'origine ou la culture, celles du journaliste et de la source, s'inscrit à la fois dans des dynamiques historiques au sein desquelles l'identité locale opère déjà une distinction entre « nous » et « les autres », tout en illustrant certains phénomènes contemporains relevant du repli identitaire, observés dans les CFSM (Sall *et al.*, 2022 et 2021)[39]. Une tendance similaire dans l'ensemble du pays avait déjà été soulevée par Proulx et Bélanger (2001), qui soulignaient qu'en contexte minoritaire, le milieu culturel francophone adopte parfois une posture de défense, plus fermée à l'égard des communautés ethnoculturelles diverses.

Cela dit, bien que certains journalistes rapportent se heurter à une forme de repli identitaire ou à une distance perçue en raison de leur origine extérieure à la communauté où ils exercent, des gestionnaires de médias y voient plutôt une opportunité. Selon eux, l'embauche de journalistes issus de l'immigration peut contribuer à diversifier les publics, les nouveaux arrivants francophones. Cette ouverture est perçue comme une façon de renouveler les liens avec une population en croissance dans plusieurs CFSM : « *Le fait d'avoir une journaliste immigrante dans notre équipe, ça a vraiment changé la donne avec les nouveaux arrivants, ils se sont mis à nous écouter davantage.* ». Ainsi, alors que

[39] Depuis le début des années 2000, avec l'appui du gouvernement fédéral et de certaines provinces, les CFSM se sont progressivement positionnées comme des communautés d'accueil pour l'immigration francophone. Ce tournant a été porté par le militantisme d'organismes, dont la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada, qui voyaient dans l'immigration une solution aux défis démographiques et à la pérennité du fait français en contexte minoritaire (Farmer, 2008; FCFA, 2019). Toutefois, cette ouverture a aussi soulevé des enjeux de cohésion sociale dans ces communautés longtemps façonnées par une homogénéité culturelle et linguistique. Comme le montrent Sall et ses collègues (2022), l'intégration des nouveaux arrivants soulève des tensions liées aux appartenances, aux marqueurs identitaires et aux représentations de la francophonie.

certains évoquent la rigidité des frontières identitaires exprimée, l'extériorité peut devenir un levier d'inclusion et de développement d'auditoires plus diversifiés.

Selon d'autres personnes ayant pris part à nos entretiens, l'appartenance repose moins sur les origines que sur l'engagement actif dans les activités communautaires. Certaines ont insisté sur l'importance pour les journalistes de prendre part aux événements non seulement en tant qu'observateurs ou professionnels, mais à titre de personnes engagées. Cette présence, soutiennent-elles, contribue à bâtir la confiance avec les journalistes, à les rendre visibles et accessibles, de même qu'à entretenir des relations durables. La prochaine section permettra toutefois de saisir que cette participation n'est pas toujours possible, notamment en raison des principes déontologiques encadrant le travail journalistique.

3.2.3.2. Les types d'acteurs et d'actrices dans la relation

Cette section décrit la diversité des acteurs impliqués dans les relations journaliste-source dans les CFSM. L'analyse a révélé un terrain complexe, où coexistent différents profils de journalistes et de sources, chacun se caractérisant par des rôles, des logiques et des temporalités propres. Cette réalité se distingue de celle dont rendent compte certaines recherches ayant exploré la relation journaliste-source dans d'autres contextes, que l'on évoque par exemple l'Assemblée nationale du Québec, où les mêmes journalistes interagissent quotidiennement avec les mêmes parlementaires (Charron, 1994).

Les journalistes des médias communautaires

À nos questions qui visaient à saisir les particularités des journalistes œuvrant dans les médias communautaires, plusieurs ont soulevé le fait que ces professionnels étaient surtout des artisans de l'information n'ayant pas été formés en journalisme. En particulier, des gestionnaires ont fait part de la difficulté de recruter des journalistes aguerris, l'expertise étant rare dans certains milieux et les salaires, souvent très peu compétitifs : « *Il y a vraiment une limite à ce que tu peux faire dans le recrutement en tant que gestionnaire du communautaire… Quand tu peux juste payer tes journalistes 30 000 $ par année, you get*

what you pay for. » Cette réalité s'accompagne souvent de perceptions dévalorisantes au sujet du journalisme local :

> *La valeur qu'on accorde au journalisme local [*comme quoi il s'agirait de*] petit journalisme… Mais, ce n'est pas vrai. C'est une pratique qui demande beaucoup de rigueur et de discernement. Ce ne sont pas toujours des journalistes de formation, mais des membres de la communauté qui apprennent le journalisme sur le ta*s.

Ces propos rejoignent les observations de Harries et Wahl-Jorgensen (2007) à l'effet que certaines formes du journalisme, comme le journalisme culturel, sont souvent reléguées au bas des hiérarchies traditionnelles de la « newsworthiness », c'est-à-dire de l'intérêt médiatique de certains sujets. Les chercheurs ainsi soulignent que, malgré leur absence de prestige selon les standards des « hard news », soit l'actualité immédiate considérée de première importance, ces contenus peuvent être perçus comme plus pertinents localement que l'agenda médiatique conventionnel.

Il est également ressorti de nos analyses que certains journalistes des médias communautaires exercent une part de subjectivité dans leur travail, ce qu'un journaliste a exprimé ainsi : « *On fait du journalisme, mais pas que* ». En effet, selon lui, la pratique ne se limite pas à la simple transmission d'informations : elle implique également un engagement envers la communauté et la valorisation des initiatives locales. Une autre souligne à cet égard : « *La charte de la presse écrite de Réseau.Presse nous oblige à être indépendants, mais pas nécessairement impartiaux.* »

Par ailleurs, les données recueillies lors des entretiens ont mis en lumière que la fréquence et le type de publication influencent la manière dont les journalistes des médias communautaires travaillent et construisent leurs réseaux de sources. Ainsi, des quotidiens tels que *L'Acadie Nouvelle* ou *Le Droit* disposent d'équipes plus grandes et parfois mieux formées. Un journaliste ayant travaillé dans un quotidien et dans un hebdomadaire à différents moments de sa carrière observe une grande différence entre ces réalités :

> *Pour un quotidien […] le volume de contenu à produire est immense. J'ai l'impression que ton réseau de sources se construit beaucoup plus vite, justement parce que tu as davantage de journalistes et que le rythme de publication est beaucoup plus soutenu. Du coup, ton réseau se développe rapidement, les gens te*

connaissent mieux, et certaines sources peuvent même être sollicitées plusieurs fois par semaine.

Des participants et participantes ont par ailleurs souligné que le travail dans un quotidien, même s'il s'agit d'un média communautaire, s'orientera davantage vers la couverture de l'actualité immédiate : surveillance des institutions, des élus et des organismes. À l'inverse, les hebdomadaires et les mensuels fonctionnent selon une temporalité plus souple, ce qui leur permet de prendre le temps de documenter et de mettre en valeur les initiatives culturelles, éducatives ou associatives ; aussi leur travail s'inscrit-il souvent dans une participation active à la construction de la mémoire collective locale.

Les journalistes des médias publics

Selon certains propos exprimés lors des entretiens, les journalistes de *Radio-Canada* occupent une position à part dans l'écosystème. Les sources des CFSM semblent leur attribuer une grande crédibilité et voient leur passage à la radio ou à la télévision de cette entreprise comme une validation de leur importance, tout en signalant une certaine distance : ces journalistes, qui arrivent « *de l'extérieur* », porteraient parfois un regard jugé plus détaché, plus critique et moins coopératif sur leurs réalités que ne le feraient les professionnels des médias communautaires. Nos données montrent un double rapport, que certaines personnes ont décrit comme une « *relation amour -haine* » : d'un côté, on reconnaît d'emblée l'autorité et la visibilité qu'offre Radio-Canada ; de l'autre, on exprime des appréhensions liées à la crainte de reportages plus incisifs ou moins favorables.

Par ailleurs, il est ressorti des propos auxquels nous avons été exposés que les journalistes de *Radio-Canada* sont tenus par des protocoles institutionnels et des codes déontologiques rigides. Par exemple, des journalistes travaillant pour les médias de cette société rapportent que, s'ils peuvent assister à des événements culturels ou sportifs dans leur communauté, ils n'ont généralement pas le loisir d'y jouer un rôle actif (animer une soirée, faire du bénévolat, etc.), sauf en cas d'entente formelle de partenariat. Selon certains, une implication trop importante dans la vie communautaire rend difficile la critique ou la dénonciation. En revanche, les journalistes des médias communautaires bénéficient d'une plus grande latitude : leur implication citoyenne est non seulement permise, mais elle est valorisée du fait qu'elle incarne l'ancrage du média dans la vie

collective locale. Ces points de vue illustrent les conclusions de Tunstall (1993) et de Wahl-Jorgensen (2007), selon qui la profession de journaliste ne représente pas un ensemble homogène, mais plutôt un champ caractérisé par des différences de genre, de rôle et de ressources qui façonnent les identités professionnelles.

Les sources s'exprimant en leur nom ou au nom de l'organisme qu'elles représentent

Les journalistes œuvrant dans les CFSM décrivent un bassin restreint de sources avec qui ils interagissent de manière récurrente. Une journaliste évoque ainsi l'impression de « *toujours appeler les mêmes 20 personnes* » pour couvrir l'actualité. Nos données ont permis de comprendre que ces sources sont généralement des individus occupant des fonctions de direction générale d'organismes communautaires, de présidence de conseils d'administration, de maires ou de mairesse de petites municipalités. Ce sont ces personnes, souvent des figures militantes investies dans la survie du français et le maintien de la vitalité de leur communauté, que plusieurs ont qualifiées de « *leaders institutionnels* » et ont décrites comme étant « *les voix des communautés* ». Nos données indiquent qu'elles jouent un rôle important dans la médiation de l'information locale, et ce, bien que leur expertise professionnelle en communication se révèle parfois limitée. À la différence des porte-parole formés, ces personnes suivent moins une stratégie institutionnelle qu'elles ne privilégient une approche axée sur la visibilité communautaire et identitaire. À titre d'exemple, dans certaines régions éloignées où les journalistes ne peuvent être présents physiquement, des associations locales prennent l'initiative d'envoyer elles-mêmes aux rédactions du matériel journalistique : photos, descriptifs d'événements, parfois même de courts textes. À première vue, ce geste pourrait être interprété comme une stratégie de relations publiques visant à maximiser la visibilité de l'organisme. Toutefois, nos données tendent plutôt à montrer que leur motivation est tout autre : ce geste exprime moins une logique de promotion institutionnelle qu'un profond souci de voir leur communauté effectivement représentée dans les médias francophones. En transmettant de l'information de manière proactive, ces personnes affirment chercher avant tout à combler le vide laissé par l'absence de journalistes sur le terrain et à s'assurer que la vitalité culturelle et identitaire de leur localité trouve un écho médiatique.

Les professionnels de la communication représentant des sources

Ce profil regroupe les cas où la prise de parole est médiée par des relationnistes, des attachés de presse ou des personnes à la direction des communications, soit des personnes qui possèdent une expertise en communication et qui maîtrisent les codes professionnels du champ journalistique. Nos entretiens ont permis de comprendre qu'elles adoptent une vision plus stratégique de la relation avec les journalistes. Leur rôle consiste à gérer l'image de l'organisation, à contrôler la diffusion de l'information et, parfois, à cadrer les angles de couverture. Leur interaction avec les journalistes est balisée par des routines formelles : communiqués de presse, demandes d'entrevue planifiées, préparation de messages clés. À la différence des leaders communautaires, en général, ces sources comprennent mieux les impératifs liés à l'indépendance journalistique. D'ailleurs, les journalistes décrivent leur relation avec elles comme plus professionnelle et rationnelle.

3.2.3.3.Les attentes différenciées des sources

L'une des premières questions que nous avons posées aux participants dans le cadre de notre étude fut la suivante : « Comment caractérisez-vous votre relation avec les journalistes (ou les sources, le cas échéant) ? » Dans une perspective de découverte et d'émergence propre à la MTE, il s'agissait de leur donner l'occasion d'orienter la conversation vers des thèmes associés à leur propre vécu plutôt que de suivre un guide d'entretien strictement construit selon nos hypothèses ou nos conceptions préétablies de l'objet. Cette ouverture a incité plusieurs sources à centrer leurs propos sur les attentes qu'elles nourrissaient envers les journalistes.

Le besoin de visibilité des organismes des CFSM

Il est ressorti de nos entretiens que les sources communautaires et les professionnels de la communication entretiennent une attente particulière envers les journalistes des CFSM, soit celle de contribuer à la visibilité des organismes qu'elles représentent. Pour des gestionnaires d'organismes communautaires, les médias traditionnels demeurent d'importants outils de reconnaissance et de rayonnement : « *On a tellement besoin d'utiliser toutes les flèches à son arc pour montrer qu'on est là* », résume l'un d'eux. Nos données montrent en effet que la couverture médiatique traditionnelle agit comme un

indicateur concret de succès ; dans un contexte où les CFSM doivent sans cesse affirmer leur présence, leur visibilité et leur vitalité, elle renforce la crédibilité des organismes et confirme leur existence publique. La recherche montre un engouement croissant pour les outils numériques : infolettres, réseaux sociaux et sites web permettent bel et bien aux organismes de reprendre une part de contrôle sur le discours public en contournant les médias traditionnels (Fisher, 2018 ; Macnamara, 2014). Toutefois, pour certaines parmi les sources que nous avons rencontrées, le besoin de représentation médiatique demeure particulièrement marqué, surtout dans les régions rurales et auprès de populations vieillissantes, pour qui la presse écrite et la radio sont toujours les vecteurs d'informations les plus fiables. Même les organismes dotés d'une base financière et/ou structurelle solide considèrent que la visibilité médiatique constitue une ressource de légitimité difficilement substituable par les plateformes numériques.

Bien que ce point de vue ait été peu fréquemment exprimé, des participants et participantes issus du milieu communautaire ont rapporté avoir volontairement rompu leurs liens avec certains médias traditionnels du fait que la couverture proposée ne répondait pas à leurs attentes. L'un d'eux explique que son organisme a cessé toute collaboration avec le journal communautaire de sa province pour lancer, en réaction, un bulletin d'information numérique hebdomadaire. Cette décision a découlé à la fois d'un sentiment d'injustice face à des articles jugés défavorables et d'un manque de visibilité médiatique : « *[I]ls ne couvrent jamais nos événements* », résume-t-il. En ce qui a trait au diffuseur public national, une autre source a affirmé avoir cessé de répondre aux journalistes de *Radio-Canada,* qu'elle juge « *trop nuisibles pour rien* ». Selon nos analyses, les stratégies de contournement déployées par certains organismes des CFSM renforcent ponctuellement leur autonomie communicationnelle, tout en lançant un message aux journalistes au sujet de leurs insatisfactions. Il convient cependant de préciser qu'elles ne compensent pas toujours entièrement la perte de visibilité qui en découle, ce que remarque également Lupien (2020).

Ce que les leaders institutionnels attendent des journalistes

Nos entretiens avec des sources ont révélé des attentes fortes envers des journalistes œuvrant dans les CFSM. Si ces dernières recherchent de la visibilité médiatique, les données montrent qu'elles privilégient un type de visibilité en particulier ; elles s'attendent avant tout à un journalisme promotionnel. Alors que certaines sources rencontrées ont ainsi affirmé souhaiter bénéficier d'une couverture explicitement promotionnelle, d'autres ont plutôt insisté sur l'idée que les journalistes ne doivent pas nuire, notamment en évitant les enquêtes ou les critiques trop frontales. Une participante mentionne à cet égard qu'en Acadie, les journalistes devraient « *faire rayonner sa communauté* » et « *rapporter la nouvelle, mais le faire sans attaquer et dénigrer tout le monde* ». Par ailleurs, des participants ont rapporté qu'il est très mal vu de critiquer les artistes acadiens dans l'espace médiatique, une sensibilité également documentée par Bernier (2011).

Nos analyses des propos recueillis lors de nos entretiens mettent en lumière plusieurs raisons expliquant la formulation d'attentes fortes envers les journalistes des CFSM. D'abord, des sources associent ces attentes à la fragilité linguistique et démographique de leur communauté. Dans un tel contexte, l'éventualité qu'une couverture négative puisse ébranler des institutions déjà précaires amène certains leaders à souhaiter que le journalisme protège, voire qu'il appuie les organismes, initiatives et acteurs locaux : « *[Ç]a prend pas grand-chose pour ébranler une communauté aussi fragile.* » Par ailleurs, certains journalistes ont rapporté que leurs prédécesseurs ont parfois entretenu une forme de complaisance à l'égard des CFSM, par exemple en publiant du contenu promotionnel ou en s'abstenant de critiquer, ce qui a créé un précédent et consolidé les attentes envers une couverture positive[40]. Enfin, certaines personnes interrogées, notamment des journalistes, mais pas uniquement, ont souligné que, dans certaines communautés, une

[40] Certains gestionnaires, journalistes et sources ont souligné que l'histoire des médias communautaires a contribué à nourrir de telles attentes. En effet, dans certaines provinces, les journaux francophones ont d'abord pris la forme de bulletins publiés par des associations locales et destinés à transmettre des informations pratiques. Avec le temps, ces bulletins se sont transformés en publications journalistiques plus élaborées; en s'élargissant, leur mandat a inclus la couverture de l'actualité locale et la mise en valeur de la francophonie. Comme l'a rappelé un participant, cette transition s'est faite sans rupture nette : « *[I]l y a eu une forme de continuité entre le rôle de valorisation identitaire et le travail journalistique.* » L'exemple du *Saint-Jeannois*, lancé en 2002 par l'Association régionale de la communauté francophone de Saint-Jean (Nouveau-Brunswick) pour remplacer le bulletin *Cekis'passe*, illustre bien ce processus. En Alberta, le cas du *Franco*, fondé à l'initiative d'acteurs locaux en collaboration avec l'Association canadienne française de cette province afin de mieux informer et de rassembler la communauté, s'inscrit dans cette même logique. L'origine associative de ces deux médias a contribué à introduire et ancrer l'idée voulant que les médias communautaires soient avant tout des partenaires du développement communautaire.

partie du lectorat présente une faible littératie médiatique, ce qui incite de nombreuses sources à confondre le journalisme avec d'autres formes de communication, comme les relations publiques ou le marketing, phénomène qu'un journaliste explique ainsi : « *On reçoit des courriels de personnes qui écrivent, voici le communiqué de presse, merci de le publier. Des choses qu'on fait pas parce que c'est pas du journalisme ça. Mais beaucoup de gens aimeraient pouvoir nous utiliser de cette façon-là* ». Un autre commentaire abonde dans le même sens : « *Ce serait bien si les sources pouvaient apprendre comment utiliser le terme "off the record", ne pas demander pour les questions avant l'entretien, ne pas ordonner à un journaliste de lire le texte avant publication, en disant "ou, sinon, je me retire du reportage"*. »

Les sources ne s'attendent pas toutes à recevoir un traitement promotionnel

Au cours de nos entretiens, certaines sources ont exprimé des attentes plus nuancées envers les journalistes. Si des leaders institutionnels ont fait part du besoin de bénéficier d'une couverture médiatique positive, d'autres n'espèrent pas forcément un traitement promotionnel, voire complaisant : « *J'aime mieux qu'ils enquêtent sur nous qu'ils nous ignorent* ». Certaines sources ont mentionné ajuster leurs pratiques en fonction des impératifs déontologiques propres au journalisme, notamment en reconnaissant le rôle des journalistes à titre de professionnels chargés de surveiller les institutions, de dénoncer les abus et de garantir la reddition de comptes. Nos analyses indiquent qu'une telle posture est particulièrement partagée par les professionnels de la communication ayant une formation ou une expérience préalable en journalisme; ces personnes connaissent les codes médiatiques et se montrent plus stratégiques dans leurs interactions avec les journalistes, ce qu'illustrent les propos suivants, tenus par deux sources différentes :

> *Les journalistes ont un job à faire. Les personnes de relations publiques ont un job à faire. Il faut se respecter dans les rôles qu'on a chacun. Il faut respecter les limites et respecter l'indépendance journalistique.*
>
> *Les bases, c'est du respect mutuel pour le travail qu'on a à faire, qui n'est pas le même. Les journalistes ont des impératifs qui ne correspondent pas toujours au travail que moi j'ai à faire.*

Ces témoignages nous ont semblé particulièrement marquants, car ils complémentent ceux que consignent jusqu'à maintenant les travaux qui portent sur les

attentes des sources dans les CFSM et qui s'attardent fréquemment aux leaders institutionnels ou au grand public, mais plus rarement aux professionnels des communications. Or, la parole de ces derniers est digne d'intérêt, car ils agissent comme porte-parole ou comme médiateurs entre les organisations et les médias et, de ce fait, ils occupent une place non négligeable dans la relation journaliste-source.

3.2.3.4.L'autonomie des journalistes à géométrie variable

Le silence des journalistes au sujet de leurs attentes envers les sources

Nous avons également observé que seules les sources ont abordé le thème des attentes vis-à-vis de l'autre groupe, en l'occurrence les journalistes. Ce silence nous a poussés à nous interroger et à interroger les journalistes à ce sujet, cette fois par écrit. Nous avons ainsi communiqué à nouveau avec quelques participants et participantes afin de leur demander s'ils entretenaient certaines attentes vis-à-vis des sources et, si oui, pourquoi ne les avaient-ils pas exprimées spontanément lors des entretiens. Trois participants ont répondu :

> *[J]e crois que malheureusement je ne serai pas la meilleure personne pour répondre parce que ne crois pas avoir d'attentes envers mes sources*.
>
> *Je m'attends à ce que mes sources disent la vérité, mais en fait… Mon rôle c'est aussi de ne pas leur faire confiance et toujours vérifier ce qu'ils disent. Alors finalement je n'ai pas d'attente : si la source me déçoit, je vais prendre une autre source, et si y en a pas d'autre, je vais faire un autre sujet. Il y a toujours trop de sujets à couvrir.*
>
> *J'ai l'impression que les journalistes, surtout de nos jours, en tout cas dans mon cas, n'ont pas autant d'attentes que les interviewés. […] Après tout, on est dans une position de pouvoir et de privilège, et je pense que les gens en sont conscients.*

Un autre participant a en outre expliqué que les journalistes se sentent en position suffisamment forte pour ne pas avoir besoin de « *réclamer* » grand-chose.

Cette absence d'attentes nous semble pour le moins révélatrice, car elle consiste en quelque sorte à affirmer son indépendance, à se protéger contre la manipulation et à maintenir une position de pouvoir relatif. On peut donc l'analyser comme une norme implicite voir un idéal du champ journalistique : l'autonomie professionnelle se construit aussi par le refus de dépendre symboliquement des sources. Ce constat surprend néanmoins au regard des écrits scientifiques. En effet, les travaux ayant porté sur la relation journaliste-

source mettent généralement en avant son caractère d'interdépendance, le pouvoir circulant entre les mains des uns et des autres y faisant l'objet d'une négociation (Gans, 1979 ; Ericson *et al.*, 1989 ; Schlesinger, 1990).

L'asymétrie observée chez les journalistes ayant participé à notre étude invite à nuancer cette lecture. Selon nous, ce silence appuyé dans un deuxième temps par des justifications claires se présente comme une forme de désengagement stratégique, c'est-à-dire comme une manière pour les journalistes d'affirmer leur indépendance en se tenant à distance des attentes des sources. Ce retrait, loin de traduire un désintérêt, nous semble représenter une stratégie professionnelle visant à préserver la frontière entre information et communication, particulièrement fragile dans les milieux communautaires étudiés. Cette posture s'éloigne toutefois de la conception de Rieffel (1984), selon laquelle la relation journaliste-source repose sur une asymétrie défavorable au premier groupe, contraint de « quémander des renseignements » (p. 84) et soumis au rythme de délivrance de l'information imposé par leurs sources et les médias pour lesquels ils travaillent[41].

Quand les sources sont nécessaires

Pour approfondir la question, nous avons demandé aux journalistes s'ils considéraient avoir besoin des sources pour accomplir leur travail ; les réponses se sont montrées contrastées. Comme nous l'avons mentionné précédemment, certains estiment pouvoir exercer leur métier sans dépendre de contacts précis. D'autres, au contraire, ont souligné que les sources demeurent indispensables : « *Il y a le principe de base du journalisme que tu veux avoir des points de vue balancés. Tu veux être le plus représentatif possible de la diversité des voix.* » Ce constat repose sur l'idée voulant que les sources contribuent au respect du devoir d'équilibre des journalistes, une obligation déontologique inscrite au cœur de leur identité professionnelle ayant fait l'objet de nombreuses analyses ; par exemple, Francoeur (2017) souligne que « [l]es responsabilités déontologiques et éthiques des journalistes resserrent les liens obligés qu'ils entretiennent avec les relationnistes » (§ 25).

[41] Il importe cependant de nuancer cette mise en perspective, dans la mesure où la présente étude ne porte pas sur les mêmes objets ni sur les mêmes contextes empiriques que ceux analysés par Rieffel (1984). Le point de vue de Rieffel correspond à la situation du journaliste face à des sources puissantes et très bien organisées, voire menaçantes.

D'autres journalistes ont insisté sur l'importance de maintenir des relations avec leurs sources, car interagir avec elles et raconter leurs histoires sont des actions étroitement associées à la mission de leur média. À rebours de la première raison évoquée plus haut, qui concerne le journalisme de manière générale, cette position semble caractériser le journalisme communautaire. L'une d'elles souligne : « *Notre punchline, c'est "pour et avec nos communautés". Je vois le travail journalistique comme une sorte de travail de co-création pour documenter ce qui se passe dans la communauté à travers le regard des gens qui font la communauté.* » Un tel témoignage incarne bien la manière dont certains professionnels envisagent les sources : pour eux, elles sont non seulement des fournisseuses d'information, mais aussi des partenaires essentiels dans la réalisation de leur mission journalistique, centrée sur une documentation fidèle, participative et engagée de la vie communautaire.

Ainsi, nos entretiens ont-ils permis de distinguer deux conceptions contrastées de la relation des journalistes aux sources : alors que certains, estimant qu'il y a toujours d'autres sujets à couvrir et que leur autonomie repose justement sur la possibilité de se passer de certaines voix, affirment ne pas avoir réellement besoin des sources comme les organismes communautaires, d'autres insistent sur leur importance afin d'honorer leur mandat, soit documenter la vie communautaire en reflétant la diversité des perspectives.

Ne pas satisfaire aux attentes des sources : pressions et zones d'influences

Si les journalistes n'ont pas exprimé d'attentes envers les sources, ils ont néanmoins évoqué leurs interactions avec elles, et spécialement avec les leaders institutionnels, décrits quant à eux comme porteurs d'attentes parfois « *très élevées* » : « *Ils s'attendent à ce qu'on mette de l'avant leurs initiatives. Quand on pose trop de questions, c'est mal reçu. Les gens veulent qu'on soit des cheerleaders, qu'on applaudit quand ça va bien et qu'on se ferme la gueule quand ça va moins bien.* » Nos analyses montrent que les journalistes sont très conscients non seulement des attentes des sources, mais aussi des conséquences possibles lorsqu'elles ne sont pas satisfaites. Trois conséquences ont été mises en évidence : la perte potentielle de revenus publicitaires, la création de conflits ou de tensions interpersonnelles et la perte permanente d'une source d'information dans un contexte de rareté.

La peur de perdre des clients publicitaires pousse certains journalistes à ne pas trop critiquer les initiatives de la communauté comme l'explique un journaliste à qui nous avons parlé : « *Quand on sait que le festival de la région vient de dépenser 6000 $ en publicité chez nous, soit la moitié de leur budget de publicité, on va pas les critiquer. C'est notre bread and butter.* ». En le questionnant au sujet de la manière dont il réagirait si une controverse éclatait au sein du festival, le journaliste a répondu qu'il préférait se retirer de la situation et ne pas la couvrir, ce qu'il atteste avoir déjà fait : « *[O]n a tendance à balayer les choses sous le tapis plutôt que de les exposer à la lumière du jour.* » De tels propos suggèrent une forme de prudence rédactionnelle, voire d'autocensure. Dans leur recherche sur l'autonomie journalistique au Canada, Thibault et ses collègues (2020) identifient plusieurs raisons qui conduisent les journalistes à se censurer, dont une motivation économique, particulièrement présente dans les petits marchés, et le désir d'éviter des sujets tabous par peur de « heurter les sensibilités de minorités culturelles » (§ 52), ce qui va dans le sens des propos que nous avons recueillis.

Ces journalistes ont également décrit un contexte de proximité constante avec les sources, en plus d'évoquer l'obligation tacite de préserver de « *bonnes relations* » et la crainte de froisser des sources qu'ils côtoient également dans leur vie quotidienne. Pour plusieurs, déplaire aux sources en ne couvrant pas un événement de la communauté ou en le faisant d'une certaine façon peut devenir ardu, voire inconfortable lorsque les sources sont aussi des amis, des voisins de bureau ou des membres du même réseau communautaire.

Une journaliste mentionne par exemple se considérer chanceuse de n'avoir « qu'un cousin et une cousine », laissant entendre que cette situation réduit les risques de déplaire à son entourage. Une autre rapporte travailler à temps plein dans un journal communautaire tout en occupant un emploi dans un restaurant. Elle explique que « *les gens [la] félicitent pour [son] travail* », mais reconnaît que cette reconnaissance sociale pourrait être affectée si elle adoptait une posture plus critique. Selon elle, le rôle du journaliste « ne consiste pas nécessairement à mettre de l'avant uniquement les aspects positifs », mais le fait de mener des enquêtes ou de couvrir systématiquement des sujets sensibles pourrait rendre ses interactions avec la communauté « *évidemment plus difficiles à gérer* ». Elle admet que

c'est en partie pour préserver cette reconnaissance sociale qu'elle évite certaines pratiques journalistiques plus confrontantes. Un autre journaliste a, pour sa part, confié faire le choix conscient de ne rédiger que des nouvelles positives puisqu'il envisage « *rester dans la région pendant longtemps et que ça ne serait pas viable sur le plan personnel* ».

Dans ces milieux, perdre l'accès à des sources francophones peu nombreuses et souvent incontournables revient parfois à perdre la seule voie institutionnelle disponible sur un sujet : « *On ne peut pas se permettre de les perdre, parce qu'il n'y en a pas d'autres.* »

Des pressions inégalement ressenties

Nos données indiquent que le degré de vulnérabilité des journalistes à ces conséquences varie. Différentes caractéristiques relevant du type de média dans lequel ils pratiquent ou encore de la position de ces personnes dans la communauté influencent en effet leur niveau de perméabilité face à ces pressions. Par exemple, en ce qui a trait à la perte potentielle de clients publicitaires, ce sont surtout les journalistes des médias communautaires qui ont exprimé devoir faire des compromis. En effet, ils sont certainement plus susceptibles que leurs collègues de Radio-Canada de prioriser la survie économique de leur organisation au détriment de leur rôle de surveillance critique. En outre, certains journalistes estiment être moins exposés que d'autres au risque de froisser des membres de la communauté ; c'est notamment le cas de ceux qui sont de passage dans la communauté, l'envisageant comme une manière d'acquérir une expérience professionnelle qui leur servira de tremplin vers des médias situés dans les centres urbains. Enfin, la crainte de perdre des sources d'information est particulièrement marquée chez les journalistes des médias communautaires, qui ont le mandat de documenter les réalités locales. Dans ce contexte, chaque source représente non seulement un accès à l'information, mais aussi un moyen de refléter la diversité et la richesse des expériences de la communauté. La disparition ou l'indisponibilité de certaines sources est donc parfois perçue comme une menace directe à la capacité du journaliste de remplir sa mission.

Satisfaire aux attentes des sources

Certains journalistes ont expliqué que leur posture « *non controversée* » ou complaisante s'est souvent vue récompensée par des relations très positives avec leurs sources, leaders institutionnels ou professionnels de la communication, perçues dans certains cas comme des alliées dans un combat commun. Des journalistes ont affirmé adopter une approche professionnelle non menaçante et reposant sur une couverture positive leur permettant de tisser des liens particulièrement étroits avec leurs sources. Rendre clair le fait qu'ils ne cherchent pas à manipuler l'information à leur avantage contribuerait aussi à renforcer ces relations. Un journaliste employé par une radio communautaire raconte comment cette posture l'avantage à certains moments :

> *Il y a quelques années, un sergent d'état-major est revenu travailler en Acadie. Il ne parlait pas très bien français, alors chaque fois que je l'interviewais, je faisais le montage de l'entrevue avec lui. On recommençait si ça ne lui convenait pas, on enlevait les hésitations dans les extraits. Avec le temps, on a développé une vraie relation de confiance. Quand une importante tuerie a eu lieu dans la région, ce sergent est devenu le porte-parole de la GRC. Tout le monde voulait l'interviewer, mais moi, j'ai eu un accès privilégié, justement parce qu'on avait déjà bâti cette relation de confiance là, il aimait la façon dont je travaillais.*

Nos analyses montrent que, bien que l'autonomie des journalistes existe bel et bien dans les milieux étudiés, son exercice s'accompagne néanmoins de nombreuses épreuves. Dans les CFSM, il est continuellement l'objet de pressions économiques liées à la dépendance publicitaire des médias communautaires et des tensions sociales inhérentes à la proximité avec les sources. L'autorité journalistique se construit ainsi au prix d'une négociation constante avec l'environnement communautaire et les conditions matérielles de la pratique.

3.2.3.5. Les missions journalistiques comme clé d'interprétation

Un journalisme au service de l'intérêt de sa communauté

Lors des entretiens, des journalistes allèguent le devoir de soutenir la cause francophone en raison de leur enracinement dans la communauté : « *Je suis journaliste, oui, mais je suis aussi francophone dans une région où il faut constamment se battre pour exister.* » D'autres ont pour leur part affirmé ne pouvoir rester indifférents face à l'avenir de leur communauté et se sentir la responsabilité de soutenir activement la langue et la culture

francophones. Cette posture engagée semble suggérer que certains médias ne sont pas tenus aux mêmes normes déontologiques que les autres. Il serait de fait illusoire de prétendre à une neutralité complète dans un contexte où l'existence même de la communauté est en jeu : « *Si on ne se sent pas concerné par le sort de notre communauté, pourquoi ferait-on ce métier-là ?* » Ces propos font écho à ceux de Harries et Wahl-Jorgensen (2007) et de Luckerhoff (2012), dont les travaux révèlent que les journalistes culturels, par exemple, développent une identité professionnelle distincte dans le champ journalistique : bien qu'ils s'identifient à la grande famille des journalistes, ils revendiquent une spécificité liée à la nature même de leur travail, qu'ils perçoivent comme qualitativement différent du journalisme d'actualité. Le caractère militant des pratiques journalistiques, notamment en Acadie, a été reconnu tant par plusieurs anciens journalistes acadiens (Bastarache, 1996 ; Cormier, 1996 ; Savoie, 1996 ; Nadeau, 1996) que par des chercheurs universitaires (Rainville, 1996 ; Corriveau, 1998, Watine 1993, Fabris, 2000).

Certains participants à notre étude ont tenu à préciser que leur approche ne consiste pas nécessairement à mettre en avant uniquement les aspects positifs des événements, mais plutôt à éviter d'alimenter des perceptions susceptibles de se révéler défavorables à la communauté. Plusieurs expliquent ainsi que, sans chercher à enjoliver la réalité ou à jouer un rôle de « *promoteur* », ils choisissent d'omettre de couvrir certains événements jugés « *négatifs* » : « *C'est pas qu'on veut absolument donner une image parfaite, mais on ne veut pas non plus mettre de l'huile sur le feu.* » Ces propos rejoignent ceux de Watine (1994), qui constate qu'en Acadie, les journalistes donnent une information factuelle de type reportage, au détriment de l'information analysée (dossiers, analyses) ou commentée (éditoriaux, chroniques, critiques). En 1983, Gérard Étienne, ancien professeur en information-communication à l'Université de Moncton, avait écrit dans *Le Devoir* déplorer l'absence de journalisme d'enquête dans cette région en affirmant que la salle de rédaction de *L'Évangéline* ressemblait davantage à un « dépôt d'agents d'information » qu'à un « lieu de travail de journalistes professionnels » (cité par Watine, 1993, p. 77). Cette posture tranche avec la réputation souvent associée aux journalistes dans l'imaginaire collectif, soit celle de professionnels cherchant à « débusquer les problèmes » ou à tenir des propos sensationnalistes pour attirer l'attention du public.

Certains participants et participantes à notre étude ont également exprimé un engagement qui se manifeste par le biais d'un soutien à leur communauté passant par la valorisation de son expression authentique. Un journaliste d'une radio communautaire souligne ainsi vouloir "*aider [sa] communauté, lui donner confiance en parlant avec un média et [*qu'elle se sente*] confortable*" ; il précise : "*Y'a pas si longtemps, les Acadiens ne voulaient pas parler aux médias… ils disaient qu'ils parlaient mal. Fallait leur donner le droit de parler, de dire « le bateau a flippé », "le monsieur était late".*" Comme l'un d'eux le résume : il s'agit de « *donner le droit de parler* » pour que chacun se sente à l'aise de le faire et reconnu. À titre d'exemple, Boudreau (2021 et 2023) a documenté la longue hésitation des Acadiens à s'exprimer dans les médias, craignant que leur façon de parler le français soit perçue comme inadéquate.

Un journalisme au service de l'intérêt public

À l'inverse, d'autres journalistes ont insisté sur l'importance de maintenir une distance critique avec les acteurs du milieu :

> *Ma job ce n'est pas que de faire des articles bonbons. C'est de remettre en question, c'est d'aller chercher cette redevabilité-là, d'enquêter. Ce n'est pas parce qu'on est en Francophonie, qu'on est tissés plus serré, qu'on est solidaires les uns des autres, que les journalistes doivent être plus gentils ou plus indulgents. Je ne pense pas qu'être amis, être trop indulgents, ça aide à renforcer la confiance du public envers les médias.*

L'autrice de ces propos insiste sur l'importance de maintenir un bon niveau d'impartialité ; selon elle, s'écarter de cet idéal peut représenter « *un terrain dangereux et glissant* » sur le plan de la crédibilité. Un collègue abonde dans le même sens en mettant en garde contre des dérives éthiques si les journalistes versent dans le militantisme ou s'abstiennent de poser un regard critique sur les événements en évitant de prendre un pas de recul face aux propos des représentants des organismes avec lesquels ils interagissent.

Par ailleurs, des journalistes ont rappelé que le fait de travailler en contexte minoritaire implique inévitablement de se heurter à des résistances : « *C'est un métier où, à un moment donné, on finit par se faire des ennemis*. » ; l'un d'eux a précisé : « *On ne fait pas ce métier pour être aimé. En général, les journalistes ont une mauvaise réputation, et*

c'est normal : on n'est pas des animateurs, on fait un travail d'enquête. » Une participante a rejeté l'idée que les journalistes œuvrant au sein des CFSM doivent servir uniquement à promouvoir la communauté. Pour elle, la confrontation d'idées participe au progrès : « *Du choc des idées jaillit la lumière. On ne peut pas avancer collectivement si on n'est pas capables d'avoir des débats sains.* » En ce sens, selon certains, adopter une posture critique ne nuit pas à la communauté ; au contraire, elle lui rend service en stimulant la discussion et en contribuant à la vitalité. Des journalistes ont en outre exprimé ne pas apprécier que des sources les traitent comme des infolettres ou des courroies de transmission, ce qui rejoint les propos de Watine (1993) et Corriveau (1998) à l'effet que l'absence de critique prive les CFSM de certains débats d'idées qui pourraient se montrer bénéfiques à leur développement.

Globalement, l'analyse des propos des participants et participantes nous permet de poser l'existence dans les CFSM d'une conception du journalisme qui correspond en partie à celle que met en avant la théorie de la responsabilité sociale de la presse (Siebert *et al.*, 1956), selon laquelle les médias ont pour fonction de servir l'intérêt public non seulement en informant, mais aussi en favorisant la réflexion critique, la transparence et le débat démocratique.

Un journalisme en zone grise

Certains journalistes se sont dit déchirés entre deux devoirs : informer de façon objective et défendre leur communauté. Si les journalistes adhèrent à une conception traditionnelle de leur profession, qui leur confère le rôle de chien de garde de la démocratie, en réalité, cette conception n'est pas toujours mise en œuvre. Une participante a ainsi rapporté que, malgré ses efforts initiaux pour appliquer les normes journalistiques de manière rigoureuse, le contexte des CFSM transforme inévitablement les pratiques et les rapports avec les sources :

> *La communauté est tellement petite que les gens sont portés à être dans l'informel. Au début j'essayais d'être formelle, de ramener ça au code de déontologie, aux principes journalistiques. Mais il faut que tu acceptes que tu sois dans une petite communauté et que tu vas croiser la personne tout le temps. Tu veux être formelle et professionnelle, mais à un moment donné, les*

gens que tu côtoies deviennent tes amis, des gens proches de toi. Tu dois accepter la réalité que tu ne pourras pas toujours être objectif.

Un autre a relaté qu'en début de carrière, il y a maintenant plus de quinze ans, il cherchait à faire sa place, à emprunter un ton plus critique ou sensationnaliste pour se démarquer professionnellement, mais qu'il s'est vite rendu compte que cette posture ne pourrait pas être adoptée aussi facilement qu'il le croyait en raison de la proximité géographique et sociale avec le milieu où il travaillait.

D'autres, au contraire, ont exprimé le souhait d'adopter une posture plus promotionnelle envers leur communauté, mais ont dit se heurter à de nouvelles exigences professionnelles qui les en empêchent. En effet, il est ressorti de nos entretiens que la mise en place de l'Initiative de journalisme local (IJL) a posé de nouveaux défis aux journalistes de ces médias, car elle exige explicitement la production d'un journalisme civique, axé sur les enjeux d'intérêt public et la couverture de sujets complexes tels que la gouvernance, la politique ou la reddition de comptes. Comme l'explique une gestionnaire responsable de ce programme financé par le gouvernement fédéral et jouant un rôle essentiel dans la survie de nombreux médias communautaires, sans ce financement, plusieurs de ces médias auraient du mal à survivre, voire ne seraient plus considérés comme des médias d'information ; elle souligne : « *Si on ne leur donne pas l'IJL, ils ne sont plus un média au sens journalistique du terme. On leur demande toujours d'être capables de démontrer que sans l'appui d'IJL, ils ne pourraient pas produire de l'information.* » Cette orientation, qui valorise une approche plus neutre et critique, est parfois vécue difficilement par les journalistes communautaires : « *Je ne peux plus faire une couverture passive d'un souper spaghetti, je dois maintenant trouver un angle qui respecte les critères, ce qui rend mon travail plus compliqué.* » Un gestionnaire de média précise : « *Ça déplaît à ceux qui doivent œuvrer à l'intérieur de ce cadre-là, car ils n'ont pas la liberté de couvrir les choses de la manière qu'ils veulent. Ils doivent couvrir ça avec un angle beaucoup plus critique et ça, c'est difficile.* »

D'autres ont insisté sur la nécessité de maintenir une forme d'équilibre entre journalisme d'information et d'engagement :

> *Je suis en train d'essayer de trouver l'équilibre entre […] la réalité [*qui veut qu'on doive*] faire notre job en tant que journaliste, mais aussi qu'on ne veut pas se mettre à dos tout le monde, la communauté, au point où ils ne veulent plus témoigner. Donc c'est toujours d'essayer de trouver l'équilibre entre les deux.*

Certains ont rappelé qu'il existe des limites à ne pas franchir, un point de bascule où la relation avec les sources peut devenir trop complaisante ou trop axée vers la critique. Des participants et participantes ont ainsi constaté bénéficier d'une latitude suffisante pour couvrir l'actualité de façon objective et distante, en précisant toutefois que plus un sujet touche à la survie, à l'identité ou à la culture de la CFSM, plus il devient difficile de garder cette distance critique : « *Je serai capable de couvrir le déficit provincial de façon plus détachée et objectivement que les dossiers sur les droits linguistiques, la Loi sur les langues officielles, la dualité en éducation, le système de santé en français.* »

De manière similaire, certains journalistes reconnaissent qu'ils couvrent parfois des événements perçus comme négatifs pour la communauté lorsqu'ils jugent que cela est nécessaire. Mais, un journaliste précise à ce sujet que son média ne sera jamais le premier à diffuser ce type d'information, préférant attendre qu'un autre média (p. ex. Radio-Canada) s'en charge le premier. Pour ces participants, une telle retenue représente un compromis : elle permet de respecter leur devoir d'informer tout en évitant de heurter de front leur auditoire. Elle constitue aussi une manière de maintenir l'équilibre entre intégrité journalistique et prise en compte des attentes de leur communauté.

Enfin, certains ont expliqué que, s'ils privilégient une couverture généralement positive en accord avec ces attentes, lorsque des fonds publics sont en jeu ou que des dossiers délicats émergent, qu'il s'agisse de cas d'agressions sexuelles ou d'enjeux éthiques sérieux, ils estiment essentiel de respecter les normes journalistiques les plus strictes.

3.2.4. Discussion. Une négociation plus réflexive que relationnelle

De nombreux travaux portant sur les relations journaliste-source notamment dans le domaine du journalisme politique (Tunstall, 1971 ; Graber et Sigal, 1973 ; Charron, 1994) mettent en évidence la négociation qui s'instaure entre des journalistes cherchant à obtenir

de l'information et des sources tentant d'influencer le cadrage des événements, dynamique dont résulte la production de l'actualité telle que nous la consommons dans les médias. Or, nos données suggèrent que cette dynamique occupe une place plus périphérique dans les médias évoluant en contexte minoritaire, où la négociation se joue en quelque sorte dans la conscience des journalistes en prenant la forme d'un dialogue réflexif par le biais duquel ils doivent déterminer l'identité professionnelle qu'ils souhaitent incarner : une figure militante au service de sa communauté, un chien de garde de la démocratie, un peu des deux ?

La modélisation proposée (figure 2) illustre cette négociation interne qui est alimentée par des pressions multiples : loyauté envers une communauté minoritaire à laquelle ils prennent part, attentes d'organismes partenaires essentiels à la vie locale, contraintes économiques pesant sur la survie du média, exigences professionnelles liées aux normes déontologiques du journalisme. Ces pressions, bien qu'elles caractérisent les relations avec divers acteurs (grand public, institutions, bailleurs de fonds, organismes communautaires, relationnistes), ne se traduisent pas seulement par des échanges ponctuels avec une source donnée où chaque interaction devient un tango, une lutte de pouvoir (Gans, 1979). Elles sont plutôt internalisées et engendrent une tension permanente autour de l'identité professionnelle. Les journalistes se trouvent donc en perpétuelle interrogation : quel rôle correspond à leur idéal professionnel, et quel rôle peuvent-ils réellement exercer face à l'ensemble de ces pressions ?

Dans ce contexte, l'accumulation de contraintes sociales, économiques et institutionnelles transforme le journaliste en son propre lieu de négociation. Comment rester fidèle à sa communauté tout en respectant les normes journalistiques ? Comment répondre aux impératifs économiques sans sacrifier sa mission de chien de garde de la démocratie ?

Dans la figure 2 ci-dessous nous avons choisi de placer, aux deux pôles opposés d'un continuum les associant respectivement aux logiques d'*information* et de *promotion* (Bernier, 2021). Contrairement au paradigme du journalisme d'information, centré sur l'objectivité, la vérification, la critique, le journalisme de communication ajuste sa

couverture aux attentes et aux sensibilités de son public (Brin, Charron et de Bonville, 2004). Bien entendu, un journalisme orienté vers l'intérêt de la communauté peut également contribuer à l'intérêt public dans le sens qu'il peut assurer la visibilité, la reconnaissance et la participation de cette communauté minoritaire. Toutefois, dans la manière dont nous avons conçu cette figure, ces deux missions sont présentées comme des pôles que les journalistes perçoivent parfois en tension, voire en opposition. Nous avons voulu en rendre compte.

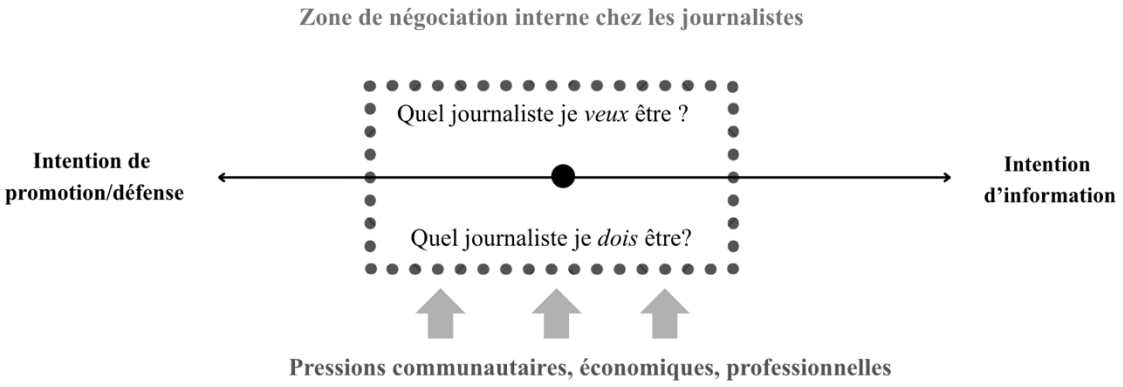


Figure 2. La construction de l'actualité dans les CFSM

Au-delà de la portée théorique, ces constats offrent des perspectives intéressantes pour la recherche comme pour les milieux de pratique. Ils encouragent les chercheurs et chercheuses à explorer plus avant les processus réflexifs qui façonnent le journalisme en contexte minoritaire, et incitent les journalistes et acteurs communautaires à percevoir ces tensions non pas comme des dysfonctionnements, mais comme des éléments constitutifs de la construction de l'actualité à la fois complexes et dynamiques.

3.2.5. Conclusion

Cette recherche a permis de mieux comprendre la relation journaliste-source dans les CFSM ainsi que les principaux éléments qui la façonnent. Nos analyses ont d'abord mis en évidence un contexte de socialisation marqué par la proximité géographique, sociale et communautaire, qui influence la confiance et les interactions professionnelles entre journalistes et sources. Il est également apparu que la diversité des profils, des contextes organisationnels et des logiques d'action rend cette relation plurielle et variable selon les acteurs en présence. Sa compréhension repose ainsi sur l'identification des types de journalistes et des types de sources en cause. Exerce-t-on le métier dans des médias communautaires, où les pratiques sont façonnées par des logiques d'engagement et de survie institutionnelle ? Ou s'agit-il de journalistes des médias publics, contraints par des protocoles organisationnels et des normes déontologiques plus rigides, qui encadrent notamment leur participation à la vie locale ? Quant aux sources, nos analyses distinguent principalement les leaders institutionnels et les professionnels des communications. Quelles que soient leurs positions, les sources rencontrées ont souligné l'importance de la visibilité que les médias traditionnels et leurs journalistes peuvent offrir à leurs organismes ou à ceux qu'ils représentent au sein des CFSM. L'examen des entretiens a également révélé l'absence de propos concernant les attentes des journalistes envers leurs sources. Nous avons interprété ce silence comme une manière de préserver leur autonomie, bien que celle-ci demeure fragile face aux pressions économiques, sociales et professionnelles, entraînant parfois des formes d'autocensure.

L'analyse du discours des journalistes sur leurs missions nous a en outre conduits à envisager les pratiques journalistiques dans les CFSM au prisme d'une tension constante entre l'intérêt de la communauté et l'intérêt public. Pour certains, exercer ce métier en contexte minoritaire suppose une conscience linguistique et identitaire. Leur engagement envers la francophonie, souvent assumé et revendiqué, s'exprime en mettant le journalisme au service de la vitalité communautaire. À l'inverse, d'autres insistent sur la nécessité de préserver la fonction critique du journalisme en se gardant de toute complaisance susceptible de nuire à la crédibilité médiatique et à la confiance du public. Entre ces deux pôles émerge une zone grise, où l'équilibre entre loyauté communautaire et engagement civique devient une quête permanente. Ce jeu d'ajustements révèle un journalisme

conscient des limites de sa neutralité, mais soucieux de conjuguer les impératifs déontologiques avec les réalités communautaires.

Ainsi, notre recherche a montré que la construction de l'actualité dans les CFSM ne repose pas uniquement sur une négociation explicite entre journalistes et sources, comme le postulent les modèles classiques (Gans, 1979 ; Charron, 1993). Elle s'enracine plutôt dans un processus réflexif où les journalistes eux-mêmes intègrent les contraintes sociales, économiques et symboliques de leur environnement ; ces contraintes deviennent des repères contribuant à redéfinir continuellement leur posture professionnelle. Plusieurs avenues mériteraient ainsi d'être approfondies dans le cadre de recherches ultérieures. Comment la relation entre les médias communautaires et les organismes communautaires s'articule-t-elle concrètement, surtout lorsque certaines associations francophones sont elles-mêmes propriétaires ou gestionnaires de médias ? Dans quelle mesure l'appartenance au réseau associatif local, où plusieurs médias francophones relèvent directement ou indirectement du même « parapluie » institutionnel que les autres organismes, influence-t-elle leur autonomie éditoriale ? Une étude consacrée à ces questions spécifiques serait certainement porteuse.

3.3. Troisième article inséré – La construction de l'actualité dans les communautés francophones canadiennes en situation minoritaire : *l'Acadie Nouvelle* entre apports des sources et initiatives journalistiques[42]

3.3.1. Introduction

Les recherches suggèrent que, pour comprendre la construction de l'actualité, il convient d'analyser le jeu de négociation complexe réunissant journalistes et sources (Sigal, 1973 ; Gans, 1979 ; Charron, 1993). Cette relation d'interdépendance se manifeste souvent à travers une lutte de pouvoir se faisant dès les premières étapes du processus de construction de l'information (Legavre, 2015). En effet, en amont de la couverture médiatique, les sources proposent aux journalistes différents intrants (informations, communiqués, événements) et mobilisent diverses stratégies afin de favoriser la reprise la plus complète possible de leur message. Les journalistes, pour leur part, exercent leur pouvoir par des opérations de tri, de sélection et de mise en forme de ces propositions en fonction de critères professionnels, organisationnels et éditoriaux. Dans ce processus, le recours à plusieurs sources constitue un principe central du travail journalistique ; il permet à la fois de valider l'information, de diversifier les angles à partir desquels elle est traitée et de limiter la dépendance à un seul point de vue (Bernier, 2014). Cottle (2003) décrit cette relation de pouvoir comme un rituel au sein duquel chaque partie tente de maîtriser le script de l'actualité. C'est au cœur de ces interactions que se joue une part déterminante de ce qui devient, ou non, de l'actualité. Analyser ce processus implique ainsi de s'intéresser autant aux propositions communiquées aux journalistes qu'à celles qu'ils retiennent ou écartent, de même qu'aux publications relevant de leur propre initiative. L'étude de cette question apparaît d'autant plus pertinente dans le contexte médiatique actuel, reconfiguré par des transformations numériques qui a des incidences sur les canaux, le rythme et les modalités de circulation de l'information. Ces transformations revêtent un caractère particulier dans les communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) du Canada, où la proximité entre journalistes et sources de même que le rôle communautaire des médias instaurent des dynamiques particulières (Desjardins et Johnson, à paraître).

[42] Cet article a été co-écrit avec Jason Luckerhoff et a été accepté pour publication chez Atlantis.

3.3.2. Problématique

Les recherches sur la construction de l'actualité se sont développées selon différents courants qui ont appréhendé à leur façon la relation journaliste-source dans ce processus. Les chercheurs rattachés à un premier courant se sont principalement intéressés aux contenus publiés afin d'évaluer dans quelle mesure les sujets traités résultent d'initiatives provenant des sources. Ces travaux s'inscrivent notamment dans la perspective de l'*agenda-building*, qui examine les processus par lesquels les sources d'information influencent la sélection et la hiérarchisation des enjeux médiatiques (McCombs, 2004). Ces travaux distinguent généralement les sources institutionnelles (*elite*), étroitement liées aux institutions politiques et économiques, et non institutionnelles (*non-elite*), qui disposent de peu de légitimité institutionnelle et regroupent notamment des citoyens et citoyennes, des petites associations et des groupes locaux mobilisés autour d'enjeux spécifiques (Kleemans *et al*., 2017). Ces recherches ont montré que les premières dominent largement l'agenda médiatique (Bennett, 1983 ; Fishman, 1980 ; Gitlin, 1980 ; Hall *et al*., 1978 ; Herman et Chomsky, 1988 ; Albaek, 2011) y compris dans le contexte des médias locaux où cette présence peut parfois se manifester de manière accentuée en raison de la dépendance des journalistes vis-à-vis certaines institutions comme condition d'accès à l'information et aux ressources (Splendore et Curini, 2020).

Dans le prolongement de ces travaux centrés sur le pouvoir et l'influence des sources dans le processus de construction de l'actualité, un autre courant s'est intéressé aux pratiques journalistiques elles-mêmes, en montrant la manière dont les journalistes traitent les propositions émanant des sources. Autrement dit, plutôt que d'inférer l'influence de ces dernières à partir des contenus publiés, on y examine en amont le processus de tri, de sélection et de transformation des intrants informationnels. Appuyés notamment sur le concept d'*information subsidies* (Gandy, 1982) que nous traduisons par *matériaux de relations publiques*, ces travaux mettent en évidence que seule une faible proportion des communiqués de presse transmis aux salles de rédaction est effectivement reprise. Dès les années 1970, Altheide (1976) montre que les journalistes télévisuels locaux privilégient les communiqués provenant de sources gouvernementales. Quelques années plus tard, en se

référant aux quotidiens et aux hebdomadaires locaux ayant publié moins de 10 % des contenus transmis par l'Université de l'Oklahoma, les travaux de Fishman (1980) soulignent une faible intégration des intrants institutionnels, en plus de témoigner de la forte capacité de filtrage des médias locaux, fondée sur des critères professionnels et éditoriaux. Cette tendance est toutefois nuancée par l'étude de Berkowitz et Adams (1990), qui analysent les documents reçus par une station de télévision locale affiliée à un réseau établi dans la ville d'Indianapolis à la fin des années 1980. Ils constatent une utilisation plus soutenue du matériel issu des relations publiques : 22 % des contenus ont été retenus par l'équipe éditoriale. Ces recherches convergent pour identifier plusieurs critères de sélection mobilisés par les journalistes, parmi lesquels l'ancrage local, qui apparaît comme déterminant ; de fait, son absence constitue le principal motif de rejet des communiqués (Morton, 1986 ; Gaziano, 1989 ; Abbott et Brassfield,1989 ; Baxter, 1981 ; Aronoff, 1976). Parmi les autres critères figurent la valeur journalistique du contenu, son caractère non promotionnel et la qualité des textes. Il importe cependant de souligner que ce courant de recherche, plus particulièrement les analyses systématiques de ce qui entre et de ce qui est écarté par les salles de nouvelles, bien que fondateur pour l'analyse de la relation journaliste-source, n'a pas fait l'objet d'un renouvellement empirique soutenu depuis les années 1990. Par conséquent, les études mentionnées ici reflètent des pratiques propres au contexte médiatique dans lequel elles ont été menées, soit celui d'une production de l'information antérieure à l'avènement d'Internet et des réseaux socionumériques. Nous retenons toutefois qu'en sélectionnant et en hiérarchisant, les journalistes participent activement à la construction de l'actualité. Bien que centrée sur un corpus spécifique de lettres de dénonciation adressées au journal *Le Monde*, l'étude de Boltanski et ses collègues (1984) constitue une contribution particulièrement éclairante pour l'analyse des processus de tri journalistique. Elle permet de saisir les critères de sélection mobilisés par la rédaction ainsi que la manière dont certains énoncés parviennent à franchir le seuil de la légitimité éditoriale en s'inscrivant dans des causes collectives.

Le pouvoir des journalistes dans la construction de l'actualité se manifeste également dans leur capacité à initier la couverture de sujets indépendamment des propositions des sources. C'est dans cette perspective qu'a émergé le modèle du

journalisme d'entreprise (Sigal, 1973), selon lequel l'information est produite principalement à l'initiative des journalistes eux-mêmes. Les travaux académiques tendent à ériger cette conception du travail journalistique comme idéal du « bon journalisme » (Reich, 2010, p. 498), notamment en l'associant à une réponse jugée plus adéquate aux exigences de l'intérêt public (Negrine et Papathanassopoulos, 2003 ; Hansen, 1991 ; Kovach et Rosenstiel, 2001 ; Negrine, 1996). En effet, plusieurs chercheurs soulignent que la capacité des journalistes à faire émerger des sujets et à s'affranchir des pressions exercées par les sources est déterminante pour garantir la qualité de l'information et l'indépendance journalistique (Cook, 1998 ; Reese, 1991 ; Schudson, 2003).

Bien que ces travaux permettent de cerner certaines dimensions de la relation journaliste-source, ils se concentrent principalement sur les canaux routiniers, particulièrement les informations transmises par les relationnistes, tout en laissant de côté ce qui n'est pas diffusé par ces sources et ces voies. Or, l'intégration de canaux plus informels semble essentielle pour appréhender concrètement la construction de l'actualité, en particulier dans des contextes médiatiques locaux ; en effet, comme le souligne Franklin (2006), le rôle véritable des médias locaux ne consiste pas à simplement retransmettre des flux institutionnels, mais plutôt à sélectionner, interpréter et mettre en lumière les préoccupations qui émergent directement de la communauté, là où leur fonction critique et sociale prend tout son sens.

Dans les écrits issus de la recherche, ces zones d'ombre apparaissent d'autant plus saillantes que les transformations numériques ont profondément reconfiguré la circulation de l'information entre les journalistes et les sources. L'essor du numérique s'est accompagné d'une accélération des temporalités de production, d'une multiplication des canaux de diffusion et d'une professionnalisation accrue des pratiques de relations publiques, contribuant ainsi à intensifier les flux informationnels à destination des salles de nouvelles (Davies, 2008 ; Jackson et Moloney, 2016). Par ailleurs, la veille médiatique exercée par les journalistes sur les réseaux socionumériques où coexistent acteurs institutionnels et citoyens s'est imposée comme un mécanisme central d'orientation de l'actualité (Johnson *et al*., 2018 ; Granado, 2011 ; Saldaña *et al.,* 2017). La diminution des ressources journalistiques, conjuguée à l'augmentation des exigences de production, a

aussi conduit plusieurs auteurs et autrices à observer un recours accru aux contenus issus des relations publiques, fréquemment proposés sous forme de matériaux clés en main conformes aux formats et aux normes journalistiques (Erjavec, 2005 ; Sissons, 2012). Toutefois, les recherches récentes nuancent cette lecture en montrant que ces transformations ne font pas disparaître le rôle actif des journalistes dans la construction de l'actualité : leur capacité de sélection, de réécriture et de contextualisation demeure étroitement tributaire des ressources disponibles et du positionnement éditorial des médias (Lewis *et al*., 2008 ; Boumans, 2018). Comme l'illustre Davies (2008), plus la salle de nouvelles est de petite taille, plus sa dépendance à l'égard des informations fournies par les relationnistes s'accentue.

Au Canada, les CFSM constituent un terrain d'analyse privilégié pour examiner les dynamiques contemporaines de construction de l'actualité, particulièrement au sein des médias communautaires. Ces médias évoluent dans des contextes caractérisés par une forte proximité entre journalistes et sources de même qu'une mission sociale et identitaire affirmée (Desjardins et Johnson, à paraître). De nombreux travaux montrent d'ailleurs que, dans ces milieux, le rôle des journalistes dépasse la transmission d'informations pour contribuer activement à la vitalité communautaire (Johnson, 1991 ; Fabris et Beauchamp, 2006 ; Robineau, 2006 ; Cardinal *et al*., 2017). Les médias communautaires permettent ainsi aux communautés « de se voir, de se rappeler qu'elles existent, qu'elles vivent en français et que le français est réel » (Paradis, 2018, p. 5), tout en agissant comme des relais essentiels du développement communautaire (Bédard, 2007).

Dans ce contexte marqué à la fois par la proximité relationnelle et par la reconfiguration numérique des pratiques journalistiques, l'étude des mécanismes concrets de construction de l'actualité apparaît particulièrement pertinente. Il importe en effet de mieux déterminer les types de contenus qui sont proposés aux journalistes par les différents acteurs, lesquels sont retenus ou écartés au cours du processus de sélection, sur la base de quels critères et dans quelle mesure les journalistes parviennent à initier eux-mêmes des sujets en dehors de ces propositions, dans un environnement informationnel désormais largement médiatisé par le numérique. Cette interrogation renvoie directement à la question des voix à prioriser dans les médias communautaires des CFSM : faut-il privilégier celles

des acteurs institutionnels, comme l'ont largement montré les écrits scientifiques sur l'*agenda-building*, ou celles des acteurs communautaires, conformément à la mission sociale et identitaire de ces médias ? Par ailleurs, les médias communautaires des CFSM font face à d'importants défis en matière de ressources humaines et financières, défis accentués par les exigences de production propres à l'environnement numérique (Desjardins et Johnson, à paraître). Ces contraintes favorisent-elles une dépendance accrue aux contenus issus des relations publiques et aux matériaux prêts à être publiés ? Si les travaux sur les médias locaux soulignent généralement une faible production originale et un engagement limité, voire inexistant, envers les communautés locales (Smyrnaios et Busquet, 2011), peu d'entre eux se sont intéressés aux processus situés en amont de la production journalistique. Dans un contexte marqué par les transformations numériques, plus particulièrement dans les CFSM, l'étude de ces processus demeure pourtant essentielle pour comprendre ce qui est proposé aux journalistes, ce qu'ils retiennent ou écartent, et ce qui relève d'une initiative journalistique autonome.

3.3.3. Méthodologie

Afin de mieux saisir la complexité du phénomène à l'étude, nous avons adopté une démarche mixte s'appuyant sur les principes généraux de la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE), soit une approche inductive mettant l'accent sur une théorisation émanant des données plutôt que sur la vérification d'hypothèses (Glaser et Strauss, 1967 ; Strauss et Corbin, 1998 ; Guillemette et Luckerhoff, 2009 ; Luckerhoff et Guillemette, 2023). Plus spécifiquement, cette démarche permet de retenir toute donnée susceptible d'éclairer ce phénomène. Comme le soulignent Bryant et Charmaz (2007), le processus de recherche repose avant tout sur la capacité des chercheurs et chercheuses à maintenir, tout au long de l'enquête, un regard théorique ouvert, en laissant les données empiriques, quelles qu'elles soient, orienter progressivement l'émergence des catégories analytiques.

3.3.3.1.Terrain et contexte de la recherche

Fondé en 1984, le journal l'*Acadie Nouvelle* est aujourd'hui le seul quotidien francophone au Nouveau-Brunswick. Sa création fait suite à la fermeture de *L'Évangéline*, quotidien

centenaire qui occupait jusque-là une place centrale dans l'espace médiatique acadien et dont la disparition a suscité surprise et inquiétudes au sein de la communauté acadienne (Johnson, 1991 ; Beaulieu, 1997). D'abord distribuée dans les régions du nord-est du Nouveau-Brunswick (N.-B.), l'*Acadie Nouvelle* devient un quotidien provincial en 1989. S'il est détenu par des actionnaires et fonctionne comme une entreprise privée, ce journal est néanmoins reconnu comme média communautaire par plusieurs organismes subventionnaires, ce qui lui permet d'accéder à des fonds publics. La politique d'information de ce média énonce comme suit sa mission communautaire :

> Le journal se veut un outil rassembleur des communautés acadiennes de la province. En tant que telles, les communautés acadiennes du N.-B. comptent sur la présence du journal aux événements qu'elles organisent ; elles comptent aussi sur le journal pour être un témoin direct et fiable des événements et des débats qui les animent (*Acadie Nouvelle*, s. d., p. 1).

Nous avons effectué une immersion de deux semaines dans les bureaux de ce quotidien, situés à Caraquet, où travaille une équipe d'une vingtaine de journalistes. Certes, les médias des CFSM présentent une grande hétérogénéité selon les provinces, leurs ressources, leurs structures organisationnelles et leurs missions sociales, comme le montre le livre blanc du Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire (2025) ainsi qu'une recherche de Desjardins et Johnson (à paraître). Cependant, *l'Acadie Nouvelle* offre une position intermédiaire particulièrement éclairante. À la fois bien établi, doté d'une capacité de production soutenue, ancré localement et confronté à des défis semblables à ceux des autres médias communautaires (ressources limitées, proximité, gouvernance), ce quotidien permet d'observer des dynamiques représentatives de différents modèles médiatiques des CFSM. En outre, sa situation au Nouveau-Brunswick renforce son intérêt : seule province officiellement bilingue au Canada, le Nouveau-Brunswick compte 31,8 % de francophones (Statistique Canada, 2021), ce qui en fait un contexte minoritaire unique, marqué par des rapports linguistiques parfois tendus (Landry, Legault-Leclair et McLaughlin, 2024), qui influencent la production et la sélection de l'information. Si le choix d'un seul média s'explique aussi par des contraintes de temps et de ressources, cette approche permet une analyse approfondie, tout en ouvrant la voie à de futures recherches comparatives dans d'autres médias des CFSM.

3.3.3.2.Collecte de données et analyse

La collecte de données a permis de constituer un corpus exhaustif couvrant une période de 14 jours s'étalant du lundi 3 novembre au dimanche 16 novembre 2025 inclusivement, au cours de laquelle le journal a publié neuf éditions papier et deux éditions numériques consistant en une version PDF des éditions papier. Trois journées ont donné lieu exclusivement à des publications Web, notamment en raison du jour férié du 11 novembre, au cours duquel aucune édition papier n'a été préparée. Notre présence quotidienne dans la salle de rédaction ainsi que la collaboration de tous les journalistes du journal, des responsables de contenu, du rédacteur en chef et du directeur général, nous ont permis de recueillir l'ensemble des 445 intrants reçus durant la période d'étude : courriels, communiqués, avis aux médias, message sur Messenger, appels téléphoniques et interactions en personne, ainsi que les 149 extrants publiés, soit les articles.

La grille d'analyse présentée dans cette étude n'a pas été définie *a priori*, mais élaborée après les premiers allers-retours analytiques, conformément à la posture inductive propre à la MTE. Elle découle d'un processus hélicoïdal par lequel les catégories se sont raffinées au fil de la confrontation entre les données, les premières pistes théoriques et les retours au terrain. Par cette trajectoire, nous avons mobilisé ce que les chercheurs et chercheuses en MTE désignent comme la comparaison constante (Corbin et Strauss, 2008 ; Glaser, 2001 ; Laperrière, 1997). Les données recueillies ont ainsi été systématiquement mises en relation avec les précédentes afin d'en dégager les similitudes et les différences dans l'objectif de favoriser l'émergence progressive de catégories conceptuelles. Toutefois, la comparaison constante ne se limite pas à la mise en parallèle des matériaux empiriques ; elle implique aussi des allers-retours entre la collecte et l'interprétation. À chaque cycle analytique, nous avons ajusté nos questions, reformulé nos observations dans une série de mémos et affiné nos propositions interprétatives à la lumière des nouvelles données. Ce processus itératif a soutenu l'avancement progressif de l'analyse tout en maintenant un ancrage rigoureux dans l'expérience vécue des participantes et participants.

Au cours de la période de collecte de données, chaque journaliste nous a systématiquement transféré les courriels reçus dans la journée. L'*Acadie Nouvelle* nous a

en outre donné accès à la boîte de réception générale du journal, qui reçoit de nombreuses communications. Nous avons effectué des suivis quotidiens en présentiel ou par visioconférence avec les journalistes afin de répertorier les intrants moins facilement transférables : appels, conversations spontanées, messages reçus dans Messenger, textos, etc. En plus d'avoir interagi quotidiennement avec les responsables de contenu afin de confirmer les origines de chaque article publié, nous avons élaboré une base de données à partir de laquelle nous avons effectué des analyses statistiques descriptives visant à mieux comprendre les liens entre différentes données, notamment les types de sources les plus actives, les modes de communication privilégiés, les taux de conversion intrants-extrants et les motifs de sélection et de non-sélection mentionnés par les journalistes.

À la fin de la période de collecte, nous avons demandé aux journalistes si les intrants reçus, la quantité associée ainsi que le travail réalisé durant ces deux semaines étaient représentatifs de la réalité de leur quotidien. Tous[43] ont répondu par l'affirmative, en plus de préciser qu'ils se reconnaissaient dans nos analyses. Par ailleurs, les nouvelles données recueillies n'apportaient plus d'éléments nouveaux, suggérant ainsi que la collecte des données avait atteint un seuil de saturation.

Nous avons parallèlement animé des entretiens auprès des membres de l'équipe éditoriale (rédacteur en chef, responsable de contenu) ainsi que des journalistes afin de mieux comprendre les modalités de sélection, les valeurs professionnelles mobilisées et les choix réalisés quotidiennement. Nous avons analysé ces entretiens à l'aide du logiciel *NVivo*, dans lequel nous avons identifié et regroupé les thèmes qui sont ressortis. Nous avons également mené une observation non participante, au cours de laquelle nous avons été témoins des pratiques quotidiennes de la rédaction : réunions d'affectation au cours desquelles nous fermions notre micro et notre caméra, discussions informelles sur la pertinence des sujets et ajustements en temps réel dictés par l'actualité. Cette phase de la recherche s'est accompagnée d'une prise de notes constante, dont les contenus ont été intégrés à l'analyse. Bien que cette démarche présente certaines caractéristiques de l'ethnographie, il ne s'agit toutefois pas d'une démarche ethnographique au sens strict. En effet, l'ethnographie implique généralement une immersion prolongée sur le terrain, une

[43] Dans ce texte, le masculin est utilisé pour désigner le personnel rédactionnel de l'*Acadie Nouvelle*, en cohérence avec la composition de l'équipe au moment où nous avons mené l'étude.

participation active aux activités du milieu, ainsi qu'une production de données centrée sur l'expérience incarnée de la personne chercheuse (Cléret, 2013). Dans notre cas, l'observation demeurait ponctuelle, non participante et principalement mobilisée afin d'enrichir les données d'entretiens, plutôt que pour constituer un matériau ethnographique à proprement parler.

3.3.4. Résultats et analyses

Si l'objectif initial de la recherche consistait à analyser les propositions formulées par les sources à destination de l'*Acadie Nouvelle* et leur devenir éditorial, l'analyse a toutefois mis au jour un résultat central qui a conduit à une redéfinition partielle de l'angle d'approche, rendue possible par la flexibilité méthodologique de la MTE. Nous observons ainsi que, malgré un volume important d'intrants, seule une fraction des propositions se traduit en contenus publiés, tandis qu'une part substantielle de l'actualité repose sur l'initiative des journalistes : entre le 3 et le 16 novembre 2025, 43 % des articles publiés s'appuient sur une proposition émanant d'une source (dont 30 % d'envois directs et 13 % d'informations publiques repérées par le biais de la veille numérique), comparativement à 45 % relevant de l'initiative de l'équipe journalistique[44]. La présentation de nos analyses est donc organisée autour de la construction de l'actualité, envisagée conjointement à partir du rôle des sources et de celui, déterminant, des journalistes. Nous présentons d'abord les intrants reçus, ceux qui sont retenus ou écartés, ainsi que les modalités de sélection à l'œuvre. Nous abordons ensuite les propositions de sources repérées de manière autonome par les journalistes. Enfin, nous présentons nos analyses relatives à l'initiative journalistique.

3.3.4.1.Un afflux massif de propositions des sources

La présente section, consacrée à la présentation des données relatives aux propositions de sources, découle d'une démarche de recensement quantitatif au cours de laquelle nous

[44] Les 12 % restants correspondent à des articles journalistiques produits par des agences de presse. Nous ne les avons pas retenus pour l'analyse de la relation journaliste-source, dans la mesure où nous n'avions pas accès aux logiques de production propres à ces agences, ni aux interactions ayant présidé à la sélection et au traitement des informations.

avons identifié, comptabilisé et classé les différentes unités constituant les intrants reçus par les journalistes. La collecte des données visait l'exhaustivité, en ce sens que l'ensemble des intrants reçus durant la période étudiée a été recensé. Cette exhaustivité concerne toutefois le corpus et non l'ensemble des dimensions analytiques possibles de ces intrants. En effet, le codage n'a pas été exhaustif : toutes les caractéristiques potentielles des intrants n'ont pas été prises en compte. Nous avons plutôt retenu un nombre limité de variables, sélectionnées en fonction de nos objectifs de recherche et des questions que nous nous sommes posées à la lumière des données collectées. Concrètement, une lecture flottante initiale du corpus a permis une familiarisation avec le contenu et la diversité des intrants, puis l'élaboration de catégories d'analyse à partir des données observées. L'analyse repose sur quatre variables principales.

Nous examinons d'abord la nature des canaux de transmission des intrants en distinguant les canaux routiniers des canaux informels, conformément à la typologie proposée par Sigal (1973). En deuxième lieu, nous analysons la répartition des formes d'intrants issus des canaux routiniers (communiqués de presse, avis aux médias, signalements informels, déclarations officielles, plaidoyers, etc.) et informels. Troisièmement, nous nous penchons sur le type de source à laquelle appartient chacun des intrants (institutionnelle, gouvernementale, municipale, communautaire, citoyenne ou privée). Enfin, nous tenons compte du mode de réception des intrants par la salle de rédaction (courriel, appel téléphonique, contact direct, réseaux socionumériques, etc.). Ces catégories, non définies *a priori*, ont été construites de manière inductive à partir du corpus et des hypothèses formulées *a posteriori*[45]. Au total, 445 intrants ont été colligés ; ce nombre correspond à l'ensemble des propositions de sources reçues par les journalistes sous forme de documents, d'appels, de courriels ou de commentaires diffusés sur les réseaux socionumériques.

Notre analyse s'appuie également, de manière complémentaire, sur les entretiens animés auprès de l'équipe journalistique et éditoriale. Ces données qualitatives ont été

[45]En MTE, les hypothèses ne précèdent pas la collecte des données. Elles sont élaborées à partir de l'analyse du matériau empirique lui-même. Autrement dit, ce sont les données qui ont conduit à la formulation d'hypothèses interprétatives, et non l'inverse.

mobilisées afin d'éclairer l'interprétation des résultats quantitatifs, de contextualiser certaines tendances observées et de donner sens au phénomène tel que vécu par les acteurs. Comme l'expliquent Glaser et Strauss (2010),

> [d]ans de nombreuses situations, les deux formes de données sont nécessaires, non pas pour tester des données qualitatives à partir de données quantitatives, mais de façon complémentaire, comme vérification réciproque et, le plus important pour nous, comme formes différentes de données portant sur le même sujet. Lorsqu'on les compare, chacune contribue à produire de la théorie (p. 126).

3.3.4.2. Une offre d'information fortement institutionnelle et routinière

Les écrits portant sur les médias dans les CFSM mettent en évidence un environnement médiatique caractérisé par une forte proximité entre les acteurs et actrices et par des processus de construction de l'actualité qui se déploient parfois dans des cadres très informels (Watine, 1993 ; Desjardins et Johnson, à paraître). Nous avons souhaité vérifier si ce constat se reflétait dans la nature des propositions adressées aux journalistes ainsi que dans les modalités par lesquelles ces propositions étaient formulées.

Sigal (1973) propose une typologie classique des canaux de production de l'actualité visant à analyser l'origine des contenus journalistiques et le degré d'initiative des journalistes dans leur élaboration. Cette typologie distingue trois canaux principaux : les canaux routiniers, qui correspondent à des flux d'information institutionnalisés et prévisibles intégrés aux routines professionnelles ; les canaux informels, fondés sur des échanges interpersonnels moins formalisés entre journalistes et sources ; enfin, les canaux d'initiative journalistique où l'information émerge principalement du travail actif des journalistes. Nous avons catégorisé les canaux par lesquels l'information était transmise en nous appuyant sur cette conceptualisation. Cette section aborde les canaux routiniers et informels. Une section ultérieure sera consacrée aux canaux d'initiative journalistique.

L'analyse du corpus met en évidence une forte prépondérance des canaux routiniers dans la circulation des intrants à la salle de rédaction. Ceux-ci représentent 93 % de l'ensemble des intrants analysés (n = 415), contre seulement 7 % pour les canaux informels (n = 30). Cette répartition confirme la place centrale occupée par le flux d'information

institutionnalisée et prévisible dans les routines de production de l'actualité. Si presque tous les intrants transitent par des canaux routiniers, leur proportion prend un sens particulier lorsque mise en relation avec les propos des journalistes, qui décrivent ces flux comme « *massifs* », mais « *souvent peu exploitables* ». Nous reviendrons plus loin sur les critères plus spécifiques qui guident la sélection ou le rejet de ces propositions.

Le tableau 6 détaille les différentes formes que prennent les intrants issus des canaux routiniers. Ceux-ci se présentent majoritairement sous la forme de communiqués de presse, qui représentent 78 % des intrants routiniers (n = 322), suivis des avis aux médias (18 %, n = 74). Les déclarations officielles (3 %, n = 14) et les plaidoyers [46](1 %, n = 3) demeurent quant à eux marginaux dans l'ensemble du corpus. Ces données font écho à certains propos de journalistes à qui nous avons parlé dans le cadre d'entretiens. L'un d'eux évoque une « *boîte courriel saturée de communiqués* ».

Tableau 6. Répartition des types d'intrants reçus par l'Acadie Nouvelle issus des canaux routiniers

Types d'intrants	**Nombres**	**Proportions (%)**
Communiqués de presse	322	78
Avis aux médias	74	18
Déclarations officielles	14	3
Plaidoyers	3	1
Totaux	**415**	**100**

Nous avons mis en lumière les données concernant les canaux routiniers. Les intrants provenant des canaux informels, qui totalisent 30 cas, correspondent principalement à des propositions recueillies lors d'événements publics ou transmises directement par courriel aux journalistes. Ces échanges occupent néanmoins une place secondaire dans l'ensemble des intrants analysés. Certes, les participants confirment

[46] Nous avons utilisé le terme « plaidoyers » pour décrire ces documents par lesquels une organisation ou un individu défend activement une cause, une position ou une revendication.

toujours entretenir des interactions directes avec des citoyens et citoyennes, notamment lors d'événements publics ou de rencontres communautaires, mais ils constatent qu'elles ne constituent qu'une faible part des propositions effectivement adressées à la salle de nouvelles. L'analyse du corpus d'intrants révèle en effet que, parmi les types de sources, très peu de citoyens et citoyennes ont spontanément proposé des idées de sujets ; comme le montre le tableau 7, seulement 3 % des propositions émanent de sources citoyennes (n = 15). Cette participation contraste avec la place occupée par d'autres types de sources, dont les sources institutionnelles, qui mobilisent la majorité du flux d'information, soit 47 % des intrants (n = 207). Les journalistes les décrivent d'ailleurs comme des « *fournisseurs réguliers* » d'information dont les messages sont attendus et intégrés aux routines de veille quotidienne. Les entreprises privées suivent avec 19 % des intrants (n = 86), les organismes communautaires représentent 11 % (n = 47) et les sources gouvernementales 10 % (n = 44). Les données présentées au tableau 7 suggèrent ainsi que les propositions émises à l'*Acadie Nouvelle* proviennent principalement de sources institutionnelles, reconnues pour maîtriser les codes professionnels de la communication et témoignant d'un degré de professionnalisation élevé. Cette tendance est documentée par plusieurs chercheurs et chercheuses, dont Iturregui-Mardaras et ses collègues (2020), qui soulignent l'effervescence, voire l'essor, des pratiques communicationnelles au sein des organisations.

Tableau 7. Type de sources des intrants reçus par l'Acadie Nouvelle

Types de sources	**Nombres**	**Proportions (%)**
Institutionnelles	207	47
Entreprises privées	86	19
Organismes communautaires	47	11
Gouvernementales	44	10
Municipales	32	7
Citoyennes	15	3
Politiques[47]	14	3

[47] Les sources politiques sont celles qui expriment une position, une opinion, une stratégie ou une intervention d'un acteur politique, lié à un parti ou à un mandat partisan. Les communiqués envoyés par des ministres peuvent être considérés comme des intrants politiques ou gouvernementaux. Une même personne peut changer de catégorie selon la posture depuis laquelle elle s'exprime : une ministre qui annonce une réforme ou un député qui relaie des données ministérielles

Totaux	**445**	**100**

Tableau 8. Modes de réception des intrants reçus par l'Acadie Nouvelle

Modes de réception	**Nombres**	**Proportions (%)**
Courriels	435	97,75
Contacts directs	6	1,00
Facebook Messenger	2	0,45
Textos	1	0,22
Appels téléphoniques	1	0,22
Totaux	**445**	**100**

On aurait pourtant pu s'attendre à une présence marquée des propositions citoyennes et des interactions informelles, compte tenu de la proximité historiquement documentée entre médias et publics dans les CFSM. Or, l'analyse du discours des membres de l'équipe journalistique et éditoriale de l'*Acadie Nouvelle* suggère plutôt un déplacement des lieux de prise de parole. Selon eux, une part importante des informations et des prises de position qui transitaient auparavant par la salle de rédaction circulent désormais directement sur les réseaux socionumériques. Cette désintermédiation qui est observée dans plusieurs milieux (Steiner, 2009 ; Francoeur, 2017) transforme également la dynamique de la relation journaliste-source dans les CFSM : le média n'est plus nécessairement le point d'entrée privilégié de l'expression publique ; il devient plutôt un acteur parmi d'autres dans un espace communicationnel élargi et fragmenté.

Le faible nombre d'interactions informelles et de propositions spontanées se reflète également dans les modes de réception privilégiés par la salle de rédaction. Nos données quantitatives révèlent que la presque totalité des intrants reçus par la salle de rédaction parvient par courriel, ce qui représente 98 % de l'ensemble du corpus. Comme l'indique le Tableau 8, les autres modes de réception demeurent marginaux. En effet, pendant la période de collecte, six propositions ont été émises en personne aux journalistes. Ces interactions se sont généralement déroulées dans le cadre d'événements publics comme des conseils municipaux ou des points de presse gouvernementaux, alors qu'un journaliste

agit comme source gouvernementale, tandis qu'un ministre qui critique l'opposition ou un député qui formule une déclaration partisane relève d'une source politique.

était sur place pour couvrir l'événement. Dans ces contextes, certaines personnes profitaient de la présence du journaliste pour attirer son attention sur un enjeu local : un maire d'une autre municipalité sur le point de démissionner ou encore l'absence d'abrasif sur une route, à l'origine de nombreux accidents. Pendant la collecte, seule une personne s'est présentée dans les bureaux de l'*Acadie Nouvelle* pour y déposer une lettre dans laquelle se trouvait une idée de sujet.

Dans leur ensemble, ces résultats nuancent les constats existants sur les médias des CFSM, qui soulignent en majorité un haut niveau de proximité entre les acteurs et actrices et la prévalence de pratiques informelles. Ils montrent néanmoins que l'offre informationnelle adressée à la salle de nouvelles demeure largement structurée par des sources institutionnelles et des canaux routiniers. Ce flux s'inscrit dans une tendance bien documentée, selon laquelle les acteurs institutionnels, gouvernementaux et commerciaux tentent d'exercer une influence via les matériaux de relations publiques (Gandy, 1982 ; Davis, 2000 ; Reich, 2010). Par ailleurs, la faible proportion de propositions citoyennes, tend à suggérer que la proximité géographique, sociale ou symbolique des CFSM ne suffit pas à générer un engagement soutenu des citoyens dans l'initiative de sujets. Enfin, en ce qui concerne les modes de réception des intrants privilégiés par les sources, le courriel s'impose très nettement. En effet, 97,75 % des intrants recensés par la salle de rédaction ont transité par la boîte de réception des journalistes ou du média.

3.3.4.5. Intrants privilégiés et marges de manœuvre journalistique : les voix de la communauté en première ligne

Cette section attire l'attention sur les intrants ayant franchi l'étape de publication. Pour chaque type de sources, nous avons calculé un taux de sélection correspondant au rapport entre le nombre d'intrants ayant donné lieu à au moins un article et le nombre total d'intrants appartenant à la catégorie visée.

Globalement, seulement 10 % (n = 45) des propositions ont mené à une publication. Nous n'avons pas identifié de données comparables et récentes, mais Aronoff (1976) suggérait déjà une faible conversion des propositions en contenus publiés, ce qui signale

que la sélection serrée que nous avons observée ne constitue pas un phénomène entièrement nouveau ou unique.

Nous avons également examiné les caractéristiques des propositions présentant les plus fortes probabilités d'être retenues par la salle de nouvelles, de même que celles dont les chances de sélection apparaissent plus faibles. Bien que marginaux en volume (7 % des intrants), les canaux informels présentent un taux de transformation trois fois supérieur aux canaux routiniers (30 % contre 9 %). Cela semble suggérer que la valeur éditoriale d'un intrant ne tient pas à son degré d'institutionnalisation, mais à sa capacité à s'inscrire dans des dynamiques relationnelles plus personnalisées. Les entretiens confirment cette idée : des journalistes y ont affirmé être plus intéressés par les propositions issues d'échanges directs ou de contacts établis de longue date.

Bien que les communiqués de presse constituent une part importante du flux entrant, comme nous l'avons montré précédemment, ils sont en réalité peu mobilisés : le tableau 9 indique que seulement 7 % d'entre eux sont retenus, soit environ un sur quinze. Ce constat nuance les inquiétudes relatives au *churnalism*, soit une pratique journalistique souvent critiquée consistant à reproduire le contenu des relations publiques parfois mots pour mots (Davies, 2008). Les journalistes rencontrés dans le cadre d'entretiens ont d'ailleurs évoqué une méfiance à l'égard des contenus « *prémâchés »,* perçus comme trop promotionnels. Une recension réalisée par Macnamara (2016) établit de fait que 40 à 75 % du contenu des médias s'appuie sur du contenu fourni par les relations publiques. Des chercheurs et chercheuses ont par ailleurs constaté que les communiqués de presse sont de plus en plus publiés dans leur intégralité, surtout dans les petits médias, et ce, en raison de contraintes temporelles affectant la construction de l'actualité (Leask *et al*., 2010; Francoeur ; 2018 ; Ahlmén-Laiho *et al*., 2014 ; Gesualdo *et al*., 2020). Mais, contrairement à ce que suggèrent ces études, dans le cas de l'*Acadie Nouvelle*, les contraintes de temps et de ressources ne semblent pas se traduire par une reproduction des matériaux institutionnels.

En ce qui a trait aux avis aux médias, ils affichent un taux de transformation supérieur aux communiqués de presse (16 %). Les journalistes soulignent qu'ils sont

généralement liés à des événements concrets se déroulant dans la région, ce qui les rend plus exploitables pour la salle de rédaction que les communiqués de presse, qui s'inscrivent dans un registre plus général.

Tableau 9. Taux de transformation des intrants reçus par l'Acadie Nouvelle issus des canaux routiniers

Catégories	**Nombres**		**Taux de Transformation (%)**
	Reçus	**Retenus**	
Avis aux médias	74	12	16
Déclarations officielles	14	2	14
Communiqués de presse	322	22	7
Plaidoyers	5	0	0
Totaux	**415**	**36**	**10**

L'analyse des intrants selon le type de source à laquelle ils sont rattachés montre que les propositions provenant de citoyens et citoyennes affichent le taux de conversion le plus élevé (40 %). Certes, ces propositions demeurent peu nombreuses (n = 15), mais leur fort taux de sélection indique qu'elles sont particulièrement valorisées par l'équipe éditoriale. Parmi les autres types de sources présentant des taux de sélection élevés figurent les sources municipales (31 %) et les organismes communautaires (21 %).

La performance des intrants provenant des organismes communautaires semble traduire le lien étroit, parfois organique, qui unit ces acteurs aux médias communautaires des CFSM. Dans plusieurs contextes, ces médias sont historiquement issus du milieu communautaire, portés par des organismes, de même que des associations ou des leaders engagés dans la défense de la langue et de la culture francophones (Corriveau, 2006). Cette proximité ne relève pas uniquement d'une relation fonctionnelle entre journalistes et sources, mais s'inscrit dans une communauté de mission : assurer la visibilité, la vitalité et la continuité de la vie collective francophone en situation minoritaire (Watine, 1993). Ces résultats laissent croire que les organismes communautaires deviennent ainsi des pourvoyeurs importants d'intrants informationnels, non seulement parce qu'ils disposent d'une certaine capacité organisationnelle à produire et transmettre de l'information, mais

aussi parce qu'ils semblent incarner, aux yeux des journalistes, des voix légitimes de la communauté (Bédard, 2007).

Ces résultats mettent en évidence la forte résonance au sein de la production journalistique des voix issues de la communauté, qu'il s'agisse de citoyens ou citoyennes, d'acteurs municipaux ou d'organismes communautaires capables d'initier des histoires locales concrètes et de renforcer l'ancrage territorial, comme l'avaient déjà souligné Raeymaeckers et ses collègues (2015). Ils marquent toutefois une distinction importante par rapport à une partie des études antérieures, qui insiste sur la place centrale des acteurs institutionnels ou privés dans la construction de l'actualité. Dans notre cas, ces intrants apparaissent au contraire largement marginalisés : les entreprises privées présentent le taux de sélection le plus faible (1,3 %) tandis que les sources institutionnelles, politiques et gouvernementales affichent également des niveaux de transformation modestes (respectivement 5,7 %, 7,7 % et 10,3 %). Cette faible capacité des entreprises privées et des acteurs institutionnels à franchir le filtre journalistique peut s'expliquer par un décalage entre la nature de leurs propositions et les critères de pertinence mobilisés par la salle de nouvelles.

3.4.Les motifs de non-sélection des intrants

L'un des objectifs de cette recherche consistait à mieux comprendre les logiques de non-sélection des intrants ; en d'autres termes, à expliquer pourquoi 90 % des propositions reçues ne sont pas retenues au cours de la période étudiée. Nous avons passé en revue chacun des 400 intrants non retenus avec un responsable du contenu de l'*Acadie Nouvelle.* À chaque entrée, nous lui avons posé systématiquement la question suivante : « Pourquoi ceci n'a-t-il pas été retenu ? ». Comme le montre le tableau 10, les motifs de non-sélection les plus fréquents ont été le faible intérêt pour le public et la non-pertinence pour le lectorat (108 cas, 27 %), suivis de près par leur faible ancrage territorial (107 cas, 26,8 %). Vient ensuite le motif du non-respect du mandat éditorial, principalement associé à des nouvelles nationales dépourvues d'un angle propre au N.-B. (72 cas, 18 %). Les intrants jugés trop promotionnels, partisans ou commerciaux comptent 58 cas (14,5 %) ; leur non-sélection illustre la vigilance face aux tentatives de visibilisation institutionnelle ou corporative. Le

manque de temps[48] constitue également un obstacle non négligeable (41 cas, 10,3 %), témoignant des contraintes organisationnelles. Enfin, un angle journalistique peu clair explique 14 refus (3,5 %).

Tableau 10. Les motifs de non-sélection des intrants reçus par l'Acadie Nouvelle

Motifs	**Nombres**	**Proportions (%)**
Faible intérêt pour le public/non-pertinence pour le lectorat	108	28
Intrants ne concernant pas les régions desservies par le journal	107	27
Non-respect du mandat éditorial	72	18
Contenu trop promotionnel, partisan ou commercial	58	15
Manque de temps	41	10
Angle journalistique peu clair	14	4
Total	**400**	**100**

Ces résultats mettent en lumière un décalage significatif avec l'offre d'information destinée au lectorat de l'*Acadie Nouvelle*, qui a par ailleurs été exprimé par des membres de l'équipe éditoriale : une part importante des propositions reçues ne répondent pas aux intérêts ni aux besoins du lectorat. Ils montrent que, malgré l'abondance d'informations disponibles, l'équipe journalistique doit composer avec une inadéquation des intrants, souvent peu pertinents ou insuffisamment ancrés localement. Cette situation nous amène à nous interroger au sujet des stratégies déployées par les journalistes pour pallier ce décalage.

3.3.4.6.Repérage par les journalistes des informations de relations publiques sur le Web

La section précédente a permis de saisir en partie la manière dont l'actualité se construit à travers les propositions reçues par les journalistes. Ces intrants provenant de sources diverses constituent un flux identifiable et relativement structuré d'informations (Waters, Tindall et Mortan, 2010). À la lumière des résultats montrant que seulement 10 % des intrants ont été sélectionnés, nous avons voulu mieux comprendre les intrants non retenus

[48] Selon nos interlocuteurs, ce manque de temps s'expliquerait essentiellement par les contraintes de couverture journalistique. Dans ce contexte, un avis ou un communiqué de presse transmis au média peut ne pas être retenu lorsque les ressources disponibles ne permettent pas de lui accorder l'attention requise au cours de la semaine. Autrement dit, la pertinence de la proposition n'était pas en cause ; c'est plutôt le manque de temps qui a empêché sa prise en charge.

dans le processus de construction de l'actualité. Grâce à la collaboration étroite de l'équipe journalistique et éditoriale, nous avons pu identifier pour chaque article publié la source principale à l'origine de son contenu, c'est-à-dire celle qui a permis à la nouvelle de voir le jour. Cette démarche a consisté à recouper les informations transmises par les sources avec le contenu publié, à examiner les liens entre les intrants et les extrants, ainsi qu'à repérer les cas où aucun intrant direct n'était associé au contenu publié.

Le terrain à l'étude a mis en lumière un espace informationnel particulier constitué autour des plateformes numériques, notamment les réseaux socionumériques où circulent des contenus produits par des relationnistes (p. ex. des communiqués de presse) qui ne sont pas forcément envoyés directement aux journalistes[49]. Dans le cadre de notre recherche, ces contenus n'ont été traités ni comme des intrants à proprement parler, puisqu'ils ne sont pas envoyés à la salle de nouvelles, ni comme une initiative des journalistes, dans la mesure où leur production relève des sources. Schudson (2003) nomme « parajournalistes » les sources à l'origine de ces contenus ; par ce terme, l'auteur désigne soit des relationnistes, des *spin doctors* ou, plus largement, les acteurs de la communication institutionnelle qui, au sein d'organisations diverses, utilisent les réseaux socionumériques comme levier pour intensifier et autonomiser leurs activités informationnelles. Nos données font écho aux écrits sur l'intégration croissante du numérique dans la veille quotidienne des journalistes et s'inscrivent, comme le relève Hertzum (2022), dans une logique selon laquelle les journalistes doivent consommer de l'information afin d'en produire.

Parmi les articles composant notre corpus, 20 relèvent de ce type d'informations. Parmi ceux-ci, 14 proviennent de publications Facebook et 6 de contenus diffusés sur des sites Web. Ainsi, parmi les propositions des sources — qui constituent 43 % des sources des reportages diffusés —, 13 % ne découlent pas de l'effort direct des sources, mais bien de celui des journalistes. Nous avons retracé ces publications afin d'en préciser la nature. Les 14 publications Facebook retenues par les journalistes proviennent de deux sources et consistent principalement en des liens vers des communiqués de presse. Les six contenus repérés sur des sites Web émanent quant à eux d'une même source institutionnelle et

[49] L'information brute produite par des citoyens est volontairement exclue de cette analyse. Elle sera examinée dans la section suivante.

prennent la forme de communiqués. Bien que certains journalistes recourent à des réseaux socionumériques tels que X, Bluesky ou LinkedIn pour leur veille, Facebook demeure de loin la plateforme la plus utilisée. Cette prépondérance suggère que l'information recueillie reflète surtout les contenus partagés par une population spécifique, au risque de marginaliser, du moins en partie, les jeunes et d'autres groupes moins présents sur cette plateforme (Newman *et al.*, 2025).

Selon l'équipe éditoriale et journalistique, au-delà des citoyens et citoyennes auxquels nous avons fait référence dans la section sur les intrants, un nombre croissant d'organismes et d'acteurs publics choisissent de diffuser leurs informations directement via les réseaux socionumériques, plutôt que d'envoyer des communiqués de presse aux journalistes. Au fil des années, l'équipe s'est familiarisée avec les sources ayant délaissé ce mode de communication ; elle connaît désormais les acteurs, les actrices et les organisations susceptibles de publier des contenus répondant à leurs critères de sélection. Elle effectue ainsi une veille ciblée sur des pages Facebook et des sites Web connus pour publier des contenus pertinents, favorisant ainsi l'adéquation de ces informations avec les critères éditoriaux de la salle de nouvelles, et ce, dans un contexte où les intrants traditionnels ne suffisent plus à répondre aux besoins.

3.3.4.7.La construction de l'actualité fortement initiée par les journalistes

En cours d'analyse des extrants, il est rapidement apparu que la majorité des articles publiés par l'*Acadie Nouvelle* ne résultait pas directement des propositions de sources, qu'elles aient été aux journalistes ou repérées par eux, mais bien de l'initiative de ces derniers. En collaboration avec l'équipe éditoriale et les journalistes, nous avons procédé à un codage systématique de chaque article publié durant la période étudiée, en distinguant les contenus proposés et ceux découlant d'une initiative journalistique. Cette opération a révélé que 45 % des contenus d'information diffusés pendant cette période sont issus de l'initiative de l'équipe journalistique et éditoriale. Par « initiatives des journalistes », nous désignons, à la suite de Sigal (1973), des productions (enquêtes, analyses originales, articles maison) ne provenant pas directement des propositions des sources, mais de démarches proactives des journalistes. Les recherches confirment que les salles de rédaction disposant de capacités

plus importantes profitent d'un nombre accru d'opportunités de créer du contenu original et se montrent moins réceptives aux contenus offerts par les services de relations publiques (Lewis, Williams et Franklin, 2008 ; Jerónimo, 2015). Le cas de l'*Acadie Nouvelle* montre cependant que, même dans un petit média communautaire en situation minoritaire, les journalistes conservent une capacité importante d'initiative et participent activement à la construction de l'actualité.

Les modalités concrètes de l'initiative journalistique en contexte minoritaire

La présence sur le terrain et ses limites

Les résultats issus de nos entretiens avec l'équipe journalistique et éditoriale montrent que l'initiative journalistique s'appuie sur une diversité de situations repérées par les journalistes dans leur environnement professionnel. Parmi ces pratiques, la participation aux événements de la communauté joue un rôle central en ce qui a trait à la génération d'idées originales. L*'Acadie Nouvelle* se définit comme un média à vocation communautaire, cette identité nourrissant une valorisation du terrain, des interactions directes et de la connaissance fine des milieux couverts. Des auteurs et autrices s'intéressant aux médias locaux formulent des constats similaires (Hertzum, 2022). De plus, des travaux soulignent que la recherche d'information des journalistes fonctionne souvent comme un processus imbriqué et multidimensionnel. En outre, les propos des participants vont dans le même sens que ceux rapportés par Bird-Meyer et ses collègues (2019) à l'effet que les journalistes composent parallèlement avec plusieurs besoins d'information ; ils obtiennent ainsi des idées d'articles en interrogeant des sources sur des sujets existants et recueillent des informations de fond pour plusieurs articles au cours d'une même interaction avec une source.

Cette dynamique prend place dans un contexte où les sorties sur le terrain tendent à se raréfier. Bien qu'elles demeurent des moments propices à la découverte de sujets, les journalistes disent s'y engager moins souvent. Le travail à distance, davantage présent depuis la pandémie de COVID-19, a notamment transformé les façons d'entrer en contact avec les sources : celles-ci passent moins spontanément dans les bureaux des médias et plusieurs d'entre eux ont fermé leur porte. Un journaliste en télétravail, seul à couvrir une

région spécifique de la province, résume ainsi la situation : « *Je n'ai pas d'interaction en personne comme j'en avais avant* ». À cela s'ajoutent des contraintes très concrètes, comme les distances à parcourir et le manque de temps, qui incitent à limiter les déplacements. Si elles ne sont pas nouvelles, ces contraintes semblent aller en s'accentuant. Toutefois, les données d'entretiens révèlent que cette réalité varie selon les supports, la presse écrite apparaissant particulièrement concernée. Un journaliste explique à cet égard que ses collègues de la télévision « *doivent plus fréquemment se déplacer en raison de leurs besoins en images, alors que ceux de la radio, et plus encore de la presse écrite, peuvent plus aisément travailler à distance […]. [T]ant que tu as quelqu'un au bout du fil, tu n'as pas besoin de sortir.* » Les journalistes expliquent mobiliser d'autres ressources pour assurer la prise de photos associées à leurs reportages : captures d'écran, photos d'archives ou images fournies par les sources. Cependant, selon plusieurs chercheurs et chercheuses, les médias des CFSM gagneraient à maintenir une présence soutenue sur le terrain, celle-ci constituant un levier central pour incarner pleinement leur mission de proximité et maintenir une confiance avec leurs sources (Belair-Gagnon, Nelson et Lewis, 2019 ; Wahl Jorgensen et Quandt, 2022 ; Pignard-Cheynel et Amigo, 2023).

Le déplacement des lieux d'émergence de l'actualité vers les espaces socionumériques

Nos données mettent en évidence un déplacement progressif des lieux d'émergence des idées journalistiques vers les espaces numériques. Leur analyse a fait ressortir deux pistes d'explication des transformations des pratiques éditoriales.

L'équipe journalistique et éditoriale a évoqué le fait que les citoyens et citoyennes ont désormais tendance à s'adresser en premier lieu à leurs propres cercles numériques : pages personnelles, de groupes communautaires, pages d'intérêt local. Les journalistes de l'*Acadie Nouvelle* à qui nous avons parlé disent devoir s'adapter ; ils passent davantage de temps à surveiller ces espaces numériques pour comprendre ce qui se passe dans la communauté et identifier des pistes de reportage. Il s'agit de tendances également documentées par d'autres chercheurs et chercheuses, notamment au Québec (Dubois, 2021). S'il demeure vrai que certains événements (p. ex. les conseils municipaux) représentent encore des espaces privilégiés pour repérer des enjeux locaux, des journalistes notent que les « *lieux informels* » se sont déplacés vers le numérique. Comme l'explique

un journaliste d'expérience : *« Les cafés maintenant [ce sont les réseaux socionumériques]. Avant, je disais aux jeunes journalistes d'aller au Tim Horton's, d'aller voir le monde. Aujourd'hui, beaucoup de sujets sont trouvés sur Facebook »*. Un autre illustre le même glissement :

> *La première chose que j'ai vue hier matin sur les réseaux, c'était des citoyens frustrés que leurs routes n'aient pas été traitées, des camionneurs pris au bas d'une côte et un accident de camion lourd. Comme je savais qu'un programme de surveillance routière était en place, j'ai contacté une source institutionnelle à ce sujet. Les publications Facebook ont poussé une réflexion qui a mené à un texte plus complet.*

Ces deux tendances relatives aux modalités d'initiative journalistique rejoignent les travaux de Belair-Gagnon, Nelson et Lewis (2019), qui montrent que les journalistes de petites salles de rédaction sont de moins en moins présents sur le terrain et que le recours aux outils en ligne et aux réseaux socionumériques constitue un moyen d'atténuer les effets de la distance physique.

Mais au-delà de leur fonction compensatoire face à la diminution de la présence journalistique sur le terrain, les réseaux socionumériques jouent un rôle central dans le repérage de sujets susceptibles d'intéresser et d'interpeller le public, comme le met en évidence l'analyse de notre corpus qualitatif. Cette dynamique s'est observée de manière particulièrement nette lors des réunions d'affectation auxquelles nous avons pris part. Au cours de ces rencontres, il est arrivé à plusieurs reprises que des journalistes ou des membres de l'équipe éditoriale mentionnent avoir trouvé des idées de sujets sur les réseaux socionumériques, en s'appuyant notamment sur l'engouement manifesté par les citoyens et citoyennes. Des formulations telles que « *ce texte va pogner* » ou « *ça va être lu, c'est clair* » témoignent de l'importance accordée aux signes d'intérêt du public dans l'évaluation du potentiel journalistique d'un sujet. En entretiens, des gestionnaires de l'*Acadie Nouvelle* ont également souligné la difficulté de capter l'attention d'un public dispersé à l'échelle de la province, dont les intérêts et les préoccupations varient. Comme l'exprime l'un d'eux : « *Quand nos sujets ont trop un angle local, ça ne va pas générer de clics* ».

Nos analyses montrent que ces propos et pratiques s'inscrivent dans une transformation plus large des relations entre médias et publics, que certains chercheurs appréhendent à travers le passage d'un paradigme du journalisme d'information, consolidé à la fin du XIX^{e} siècle et centré sur la production ainsi que la diffusion de nouvelles, à un paradigme de journalisme de communication. Ce dernier se caractérise notamment par une plus grande valorisation de l'engagement avec les publics (Charron et De Bonville, 1996). Ayant émergé dans les années 1990 et 2000 dans un contexte de crise des médias marqué par la baisse des tirages, l'intensification de la concurrence numérique et la nécessité de fidéliser des audiences devenues plus volatiles, ce paradigme s'appuie sur diverses stratégies visant à capter et à maintenir l'attention des publics. Mais, comme le souligne Dubois (2021), « l'information d'intérêt public, qui vise à répondre aux besoins d'un public-citoyen, aurait perdu du terrain au profit d'une approche informationnelle davantage arrimée à l'intérêt du public, cherchant surtout à répondre aux attentes d'un public-consommateur » (p. 60).

Les recherches sur l'implication du public dans la construction de l'actualité mettent en évidence ses effets sur le renforcement du sentiment d'appartenance communautaire. Des approches telles que le journalisme public et le journalisme engagé visent à instaurer des relations de confiance et de collaboration en associant les citoyens et les citoyennes à l'élaboration des nouvelles, une démarche susceptible de renforcer la vie civique (Min, 2020). Lewis, Holton et Coddington (2014) soutiennent que l'échange mutuel entre les journalistes et le public au cours du processus de construction de l'actualité est essentiel afin de tisser des liens plus étroits et de favoriser un sentiment de communauté. Les nouvelles technologies jouent donc un rôle de premier plan dans le renforcement des interactions entre médias et publics (Heiselberg et Hopmann, 2024). L'*Acadie Nouvelle* s'inscrit dans cette dynamique, notamment en recourant aux données d'audience pour orienter, du moins en partie, ses choix éditoriaux. Ainsi, dans la perspective du journalisme de communication, les réseaux socionumériques apparaissent non seulement comme des espaces de repérage de l'information, mais aussi comme des dispositifs d'écoute et d'anticipation des préoccupations citoyennes.

Les rationalités de l'initiative journalistique

Une stratégie de différenciation dans un marché concurrentiel

Les entretiens ont aussi révélé que l'initiative journalistique s'inscrit dans une orientation éditoriale assumée visant à produire des contenus distinctifs. Le statut hybride de l'*Acadie Nouvelle*, à la fois média privé et acteur à vocation communautaire, lui confère une position singulière dans l'environnement médiatique francophone du Nouveau-Brunswick et du Canada. Cette double appartenance crée une tension singulière dans la construction de l'actualité. Un élément explicatif de cette tension tient au fait que le journal soit payant : son modèle d'affaires repose notamment sur la vente des éditions et les abonnements. Cet aspect est souvent souligné par l'équipe éditoriale, qui rappelle qu'un lecteur ou une lectrice qui paie pour son journal doit obtenir un contenu qu'il ne pourra pas retrouver gratuitement ailleurs, notamment sur les plateformes de Radio-Canada Acadie, ou dans des médias numériques accessibles sans frais (y compris les réseaux socionumériques).

Ce facteur économique influence profondément les choix éditoriaux. Il contribue à valoriser de manière significative dans certains textes les angles inédits, les approches de proximité ou les informations exclusives. Ces publications sont perçues comme la véritable valeur ajoutée du journal, car elles le distinguent dans un marché saturé tout en justifiant l'abonnement. Cela semble expliquer, du moins en partie, le fait que 45 % des publications du journal relèvent de l'initiative journalistique. Toutefois, les reportages originaux demandent davantage de temps, d'énergie et de ressources, ce qui pose un défi pour une petite salle de rédaction.

L'initiative comme réponse à l'inadéquation des propositions de sources

Les journalistes interrogés ont exprimé un décalage entre l'offre informationnelle des sources et les besoins éditoriaux du journal. Les propositions reçues sont souvent décrites comme trop promotionnelles, trop institutionnelles ou insuffisamment ancrées dans les préoccupations vécues par la communauté. Le journal se définit comme un média au service des communautés acadiennes et francophones du N.-B., cette mission se traduisant par une valorisation explicite de contenus de proximité, ancrés dans la vie quotidienne. Nos analyses ont montré que l'initiative journalistique permet ainsi de produire une information

située, attentive aux enjeux locaux qui échappent souvent aux logiques institutionnelles dominantes. Dans ce contexte, l'initiative journalistique apparaît comme un mécanisme de réajustement éditorial permettant de combler l'écart entre ce que proposent les sources et ce que les journalistes jugent pertinent de couvrir. Ce recours accru à l'initiative journalistique s'inscrit dans un contexte où le travail journalistique est de plus en plus orienté par la connaissance des publics et par la nécessité de répondre à leurs intérêts, attentes et préférences. Il fait ainsi écho au passage du journalisme d'information au journalisme de communication, marqué par une attention accrue à la relation avec le public (Brin, Charron et De Bonville, 2004). Dans ce cadre, l'initiative des journalistes apparaît à la fois comme une manière de tenir compte de ces attentes et comme un moyen de préserver une information ancrée dans les enjeux collectifs de la communauté, plutôt que de se limiter aux contenus promotionnels proposés par les sources.

3.3.4. Discussion et conclusion

Cette recherche avait pour objectif de mieux comprendre la construction de l'actualité au sein de l'*Acadie Nouvelle,* un quotidien francophone communautaire en situation minoritaire, en examinant conjointement les propositions faites par les sources et l'initiative propre des journalistes. Elle montre qu'au-delà de l'abondance d'intrants institutionnels et routiniers, la production de l'actualité au sein d'un tel média repose sur un filtrage serré de ces propositions et sur un investissement soutenu des journalistes dans l'initiative éditoriale, et ce, dans un environnement informationnel largement reconfiguré par le numérique.

Les analyses quantitatives ont d'abord mis en évidence une offre d'information fortement alimentée par les acteurs institutionnels, gouvernementaux et privés, qui alimentent la salle de rédaction par des canaux routiniers, principalement les communiqués de presse transmis par courriel. Pourtant, seule une proportion de ces propositions franchit le filtre éditorial : environ un intrant sur dix donne lieu à au moins un article publié. Ce taux de conversion traduit la capacité de la rédaction à résister à la simple reprise des matériaux de relations publiques et à maintenir un contrôle journalistique sur la définition des contenus qui accèdent au statut d'actualité.

Les résultats montrent que les voix les plus fréquemment retenues au cours de ce processus de sélection serrée ne sont pas celles des entreprises privées ni des grandes institutions, mais celles qui incarnent plus directement la communauté : citoyennes et citoyens, acteurs municipaux et organismes communautaires. Même si les propositions citoyennes demeurent numériquement marginales, leur taux de sélection élevé suggère qu'elles sont jugées particulièrement pertinentes ou significatives pour le lectorat. De même, les organismes communautaires apparaissent comme des pourvoyeurs d'information privilégiés, à la fois en raison de leur capacité à produire des contenus et de leur inscription dans une mission de mise en visibilité de la vie francophone en situation minoritaire. Ces constats nuancent en partie les travaux qui insistent sur la domination quasi exclusive des sources institutionnelles dans la construction de l'actualité, tout en soulignant le rôle spécifique que peut jouer un média communautaire dans la mise en avant des voix locales.

L'analyse des motifs de non-sélection a par ailleurs permis d'éclairer le décalage entre l'offre d'information reçue et les besoins perçus du public. La majorité des intrants écartés le sont parce qu'ils sont jugés peu pertinents pour le lectorat, trop éloignés des régions desservies ou qu'ils ne respectent pas le mandat éditorial. S'ajoutent des contenus considérés trop promotionnels ou partisans, ainsi que des contraintes temporelles qui limitent la capacité de traitement de certaines propositions. Ces éléments montrent que le travail de construction de l'actualité ne se limite pas à la réception de l'information, mais qu'il consiste aussi en une opération constante de tri, d'ajustement aux ancrages communautaires et de protection de l'identité éditoriale du journal.

L'émergence d'un espace numérique de veille constitue une autre dimension essentielle révélée par notre terrain. Près de 13 % des articles publiés sont issus de propositions des relationnistes provenant de contenus repérés, plutôt qu'envoyés, par les journalistes sur le Web. Cet espace liminal, qui se déploie entre initiative journalistique et communication des sources, illustre que le travail journalistique intègre désormais, et de façon assez importante, des tâches de veille et de repérage dans l'espace numérique.

La recherche met également en lumière l'importance de l'initiative journalistique et du rôle du numérique dans ce processus. Une part substantielle des articles publiés découle d'une démarche proactive des journalistes, qu'il s'agisse d'enquêter à partir

d'enjeux repérés sur le terrain, de suivre des débats locaux ou de repérer en ligne des informations produites par des acteurs institutionnels et communautaires, sans pour autant avoir été explicitement adressées aux médias. Nos données ont fait ressortir une volonté de différenciation éditoriale dans un marché médiatique minoritaire et concurrentiel.

En somme, nos analyses révèlent que, même dans un contexte marqué par la rareté des ressources et une grande fragilité, les journalistes demeurent des acteurs somme toute très autonomes et centraux de la construction de l'actualité. Ils ne se contentent pas de relayer les contenus proposés par les sources : ils peuvent s'en affranchir et produire du contenu original. Cette capacité d'initiative constitue un levier essentiel de survie pour un média tel L'*Acadie Nouvelle*, appelé et, dans une certaine mesure, contraint à se distinguer dans un environnement concurrentiel, et ce, tout en demeurant fidèle à sa mission communautaire.

Avec ses 18 employés, ce journal fait preuve de capacités organisationnelles supérieures à la moyenne des médias communautaires appartenant à une CFSM, dont la plupart ne comptent qu'un ou deux journalistes (Desjardins et Johnson, à paraître). Une piste de recherche future consisterait à mener des études comparatives dans d'autres médias de ce type afin d'évaluer s'ils jouissent de cette autonomie même lorsque les contraintes sont encore plus aiguës.

Des travaux ultérieurs pourraient également porter plus directement sur les pratiques des sources. En examinant les stratégies de communication d'acteurs tels les organismes communautaires, les municipalités, les institutions publiques ou les entreprises privées, il serait possible de comprendre la manière dont ils conçoivent leur relation aux médias communautaires et ajustent leurs intrants à leur perception des critères de sélection journalistiques.

Dans le cadre de cette recherche, nous nous sommes interrogée au sujet des raisons pour lesquelles certains relationnistes publient leurs communiqués de presse sur les réseaux socionumériques sans les envoyer directement aux journalistes. Les écrits scientifiques sur cette question présentent encore certaines zones d'ombre. Une telle perspective contribuerait à documenter l'autre versant de la relation journaliste-source.

Enfin, d'autres études pourront s'intéresser aux effets des dynamiques de sélection et d'initiative sur la manière dont les membres des communautés francophones perçoivent

leur présence médiatique. En croisant les perspectives des publics, des journalistes et des sources, il serait possible d'explorer la façon dont se construit, se renforce ou se fragilise la confiance envers les médias communautaires, en plus d'essayer de déterminer dans quelle mesure ces médias sont perçus comme des acteurs centraux de la vitalité linguistique, culturelle et politique en situation minoritaire.

Chapitre IV — Discussion

4.1. Quatrième article inséré : La fragilisation des conditions de production et la construction de l'actualité en contexte minoritaire francophone[50]

4.1.1. Problématique

Depuis plusieurs années, le monde des médias traverse d'importantes transformations économiques, technologiques et organisationnelles. La baisse des revenus publicitaires, la concurrence des plateformes numériques et la reconfiguration des modèles d'affaires fragilisent de nombreuses entreprises de presse (Lusiana et Parastry, 2025). Ces mutations ont notamment contribué à réduire les ressources disponibles dans plusieurs salles de nouvelles ce qui a entrainé une intensification du travail journalistique et une reconfiguration des pratiques professionnelles (Hess et Waller, 2017). Cette précarité est devenue un élément systémique du journalisme ce qui entraînerait une détérioration de la qualité de l'information que les médias fournissent à la société (Hubé, 2010). Si ces transformations touchent l'ensemble du secteur médiatique, leurs effets se font souvent sentir avec une intensité particulière dans les organisations de plus petite taille, notamment les médias de proximité comme les médias locaux et régionaux au Québec ou les médias autochtones (Martel, 2018; Giroux, 2022). Ces tendances soulèvent une question plus large sur la construction de l'actualité : lorsque les ressources rédactionnelles se raréfient et que l'emploi se précarise, comment se transforment la relation journaliste-source et la façon dont l'actualité est construite ?

Guidée par ce questionnement, nous nous intéressons plus spécifiquement aux contextes des médias qui desservent les communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) au Canada, c'est-à-dire les communautés francophones vivant à l'extérieur du Québec et évoluant dans un environnement où le français se trouve en position minoritaire sur les plans démographique, institutionnel et médiatique.

[50]Cet article a été accepté pour publication dans un numéro des *Cahiers du journalisme.*

Dans de tels contextes, marqués par une fragilité linguistique et culturelle, les médias sont perçus comme des institutions centrales à la vitalité des communautés (Thériault, 2014). Dans celles-ci, les médias occupent en effet un rôle qui dépasse largement la simple diffusion de l'information : ils contribuent à la visibilité du français dans l'espace public, participent à la circulation des enjeux communautaires et constituent souvent des lieux de reconnaissance collective pour des populations dispersées sur de vastes territoires (Bernier, Laflamme et Lafrenière, 2014 ; Fabris et Beauchamp, 2002). Toutefois, des travaux récents soulignent la situation de précarité à laquelle font face plusieurs de ces organisations médiatiques (Desjardins et Johnson, à paraître). Entre contraintes financières, ressources humaines limitées, équipes de journalistes restreintes et nécessité de s'adapter aux transformations numériques, ces médias doivent composer avec un environnement de production particulièrement exigeant et précaire. Il apparaît pertinent de s'intéresser aux effets de la fragilisation des conditions dans lesquelles l'information est produite, puisque ces dynamiques peuvent influencer directement la vitalité et la cohésion des communautés qu'ils desservent.

Bien que ces médias ne soient pas tous strictement locaux, certains ayant une portée régionale ou provinciale, ils partagent plusieurs caractéristiques avec ce type de médias (Desjardins et Johnson, à paraître). Cela invite à s'interroger sur les formes particulières que peut prendre cette fragilisation dans des contextes minoritaires, où les enjeux linguistiques, identitaires et communautaires peuvent reconfigurer les dynamiques journalistiques. Autrement dit, observe-t-on des particularités dans la manière dont la précarité organisationnelle se manifeste et influence la construction de l'actualité au sein des CFSM ?

Par ailleurs, ces médias évoluent dans des contextes sociaux marqués par une forte proximité entre les acteurs et actrices des communautés qu'ils desservent (Desjardins et Luckerhoff, à paraître a). Dans quelle mesure le contexte de production actuel affecte-t-il la relation journaliste–source ? Les médias, qui doivent aujourd'hui accomplir davantage de travail avec des ressources limitées, parviennent-ils encore à maintenir une présence régulière lors des événements communautaires ? Comment ces contraintes influencent-elles la qualité des interactions avec les sources (professionnelles et citoyennes) ?

Nous nous interrogeons également à savoir ce que cette fragilisation nous apprend sur l'autonomie dont disposent les journalistes dans ces contextes. Selon des chercheurs et chercheuses, les journalistes développent une rhétorique à propos de l'autonomie, qui les aide à résister aux contraintes, à négocier avec leurs sources et à combattre la censure (Charron, 1995; Revers, 2014, cités dans Francoeur, 2017). Cela dépend bien sûr de la situation des médias. Des chercheurs et chercheuses ont montré en quoi il était difficile pour certains d'entre eux (souvent les moins nantis) de s'affranchir de la pression des sources et de garder une indépendance à la fois économique et professionnelle (Thibault *et al.,* 2020). Certains en ont d'ailleurs fait la démonstration en analysant le contenu des relations publiques présent dans les reportages des journalistes. Au Québec, au cours des trente dernières années, la présence de contenu issu des relations publiques dans les articles de presse québécoise a fortement augmenté selon une étude de Francoeur (2018). Son analyse quantitative de six quotidiens du Québec, réalisée en 2016, montre que selon les journaux, entre 66 et 76 % des articles contiennent désormais des informations fournies par des professionnels des relations publiques, contre près de 50 % en 1988, selon l'étude de Tremblay, Saint-Laurent, Saint-Jean et Carontini. Nous souhaitons examiner ce qu'il en est dans les CFSM.

Enfin, malgré les contraintes organisationnelles auxquelles ils sont confrontés, les médias des CFSM continuent d'exister. Cette capacité à se maintenir invite à réfléchir aux mécanismes, organisationnels, professionnels ou communautaires, qui contribuent au maintien de ces organisations médiatiques, même dans des contextes où les conditions de production apparaissent fragilisées. Desjardins et Johnson (à paraître) ont d'ailleurs fait ressortir certaines stratégies d'adaptation déployées par les médias communautaires pour composer avec ces contraintes : mutualisation des ressources, collaboration avec médias anglophones, partenariats interprovinciaux. Nous nous pencherons sur des forces en jeu moins visibles, qui participent également au maintien et au fonctionnement de ces médias.

4.1.2. Méthodologie

Pour répondre à ces questionnements, nous avons mobilisé la méthodologie de la théorisation enracinée (Glaser et Strauss, 1967 ; Luckerhoff et Guillemette, 2023), une

démarche inductive qui nous a permis de faire émerger les analyses à partir du terrain plutôt que d'imposer un cadre théorique au préalable. Dans cette recherche, le « terrain » correspond aux données collectées dans le cadre de trois démarches distinctes effectuées en 2024, 2025 et 2026, lesquelles ont été analysées à nouveau à titre de données secondaires. Selon Lapointe, Pelbois et Daignault (2023), « les données secondaires consistent en des données existantes pouvant être utilisées à d'autres fins que celles pour lesquelles elles ont été initialement collectées » (p. 345). Ces chercheuses soulignent que ces données permettent non seulement de répondre à de nouvelles questions de recherche, mais aussi de faire émerger de nouvelles perspectives et questions.

La première démarche (Desjardins et Johnson, à paraître) nous a amenée à animer 40 entretiens avec des gestionnaires de médias, des journalistes et des sources, en plus de nous appuyer sur des données d'entretien et de sondage recueillies par la firme PGF Consultants dans le cadre de l'élaboration d'un livre blanc sur les médias communautaires des CFSM (Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire, 2025). L'objectif était de créer un répertoire des médias communautaires des CFSM et de mieux comprendre les défis et les stratégies d'adaptations de ces médias.

Dans le cadre d'une deuxième démarche (Desjardins et Luckerhoff, à paraître a), nous avions comme objectif de mieux comprendre la relation journaliste–source dans les médias des CFSM au Canada dans un contexte caractérisé par des transformations numériques, organisationnelles et démographiques. Nous avons animé 40 entretiens auprès de journalistes, de sources et de gestionnaires de médias et analysé des données issues d'événements scientifiques et professionnels, notamment des cercles de discussion tenus lors d'un colloque à l'Université de Moncton (2024) et du forum *Local Voices/Voix locales* organisé à Ottawa (2025).

La troisième démarche (Desjardins et Luckerhoff, à paraître b) visait à mieux comprendre ce qui est proposé aux journalistes par les sources, quels contenus sont retenus ou écartés dans le processus de sélection, sur la base de quels critères et dans quelle mesure les journalistes parviennent à initier eux-mêmes des sujets en dehors de ces propositions, dans un environnement informationnel désormais en partie médiatisé par le numérique.

L'analyse a été menée à partir d'une étude de cas menée au sein de *L'Acadie Nouvelle*, média provincial francophone du Nouveau-Brunswick. L'étude s'inscrit dans une démarche inductive mixte combinant observation en salle de nouvelles, collecte exhaustive des propositions de contenus reçues et de l'actualité publiée sur une période de deux semaines, ainsi que des entretiens auprès de journalistes et de gestionnaires du média.

Ce n'est que lorsque les données des trois démarches ont été mises en relations qu'un fil conducteur commun a émergé, celui des effets de la fragilisation des conditions de production de l'information sur la relation journaliste-source et sur la construction de l'actualité. Nos analyses se sont déployées autour de ce fil conducteur.

4.1.3. Analyse

À partir de nos questionnements généraux et de l'ensemble de notre corpus de données, nous avons dégagé six thèmes qui sont autant de clés pour mieux comprendre le lien entre la fragilisation des conditions de production des médias des CFSM et la construction de l'actualité. Le premier souligne la pluralité des configurations médiatiques et relationnelles dans les CFSM, invitant à renoncer à toute vision homogène du rapport journaliste–source et de la construction de l'actualité. Le second compare la situation des médias des CFSM avec celles des autres médias locaux et médias des minorités au Canada, afin de mieux saisir les contraintes, les enjeux et les dynamiques spécifiques aux environnements minoritaires francophones. Le troisième met en évidence la fragilisation des conditions de production de l'information et ses effets sur la proximité et la confiance entre journalistes et sources. Le quatrième porte sur les usages et les limites des outils numériques pour atténuer les défis que vivent les médias pour pleinement respecter leur mission de proximité. Le cinquième traite de la question du pouvoir dans la construction de l'actualité, montrant que, malgré les pressions externes, les journalistes conservent une marge d'autonomie notable. Enfin, le sixième thème souligne que la vocation communautaire des médias francophones minoritaires reste le moteur central de leurs pratiques éditoriales, de leur résilience et de leur légitimité au sein de leurs communautés, et, en définitive, de la construction de l'actualité.

4.1.3.1. La diversité des contextes de production : un défi pour une lecture unidimensionnelle de la construction de l'actualité dans les CFSM

Un premier thème transversal a émergé de l'analyse de notre corpus de données : la forte variabilité des conditions de production de l'information dans les CFSM. Les milieux étudiés ne forment en rien un ensemble homogène. On y retrouve des médias fortement institutionnalisés, comme Radio-Canada, dotés de ressources financières et techniques et de grandes équipes, mais aussi de petits médias communautaires dont la pérennité demeure fragile et dont les opérations reposent sur des ressources humaines et financières très limitées.

La territorialité accentue également ces écarts. Certains médias des CFSM évoluent dans des milieux urbains où les institutions, les sources et les publics sont relativement concentrés, tandis que d'autres œuvrent dans des régions très rurales, marquées par une forte dispersion géographique et, parfois, un éloignement physique important entre les acteurs et actrices. Ces configurations territoriales influencent directement les conditions dans lesquelles l'information est produite. Desjardins et Johnson (à paraître) notaient d'ailleurs, à l'instar de Fortin-Lefebvre et Baba (2020), que les médias proches des centres urbains bénéficient d'un environnement où il est plus facile d'établir des partenariats institutionnels et de bénéficier de revenus publicitaires variés.

À cette diversité des organisations et des territoires desservis s'ajoute une hétérogénéité des trajectoires et des compétences des acteurs et actrices impliqués dans la production de l'information. Dans certains milieux, des journalistes formés dans des programmes collégiaux ou universitaires et adhérant à des normes déontologiques établies côtoient des personnes ayant appris le métier dans l'action. Certains sont issus de la communauté dans laquelle elles travaillent, alors que d'autres y sont arrivées plus récemment (Desjardins et Luckerhoff, à paraître a). Du côté des sources, certaines maîtrisent les codes médiatiques et déploient des stratégies de communication élaborées, tandis que d'autres découvrent progressivement les règles du jeu journalistique. Dans ce contexte, les relations interpersonnelles, la proximité sociale, la pression communautaire et les attentes envers les journalistes prennent des formes distinctes selon les milieux.

Ces éléments témoignent du fait que les contextes et conditions de production de l'information dans les CFSM sont loin d'être uniformes. Si l'on compare nos résultats sur les CFSM à ceux de chercheurs et chercheuses ayant étudié d'autres domaines du journalisme — par exemple le *beat* politique —, les différences apparaissent déjà importantes. Dans sa recherche, Charron (1994) analyse la relation entre journalistes et sources à partir d'un terrain bien circonscrit : celui du journalisme parlementaire. Son étude porte sur un univers fortement institutionnalisé, encadré par des règles formelles, des routines et une division claire des rôles entre journalistes accrédités et acteurs politiques. Les sources parlementaires, élus, attachés de presse, porte-parole, évoluent dans un espace où la communication est stratégique, professionnalisée et organisée. Les journalistes parlementaires, quant à eux, travaillent au sein d'une tribune de presse dotée de normes professionnelles précises, dans un contexte où l'accès à l'information, la gestion des *scrums* et la période de questions constituent des rituels bien établis. Dans ce cadre, la construction de l'actualité apparaît comme le résultat d'un système où journalistes et sources négocient continuellement l'accès, la visibilité et l'interprétation des enjeux politiques. D'autres études phares réalisées dans le champ politique ont également montré la dépendance des journalistes vis-à-vis des sources, notamment celles de Sigal (1973) dans le contexte de Washington et de Gans (1979) dans celui, plus large, des États-Unis.

Notre terrain montre plutôt que, dans les CFSM, ces relations ne prennent pas une forme unique ni constante. Elles varient fortement selon la taille des médias, leur degré d'institutionnalisation, la configuration territoriale, les ressources disponibles et la position sociale des acteurs et actrices en présence. La relation journaliste–source peut ainsi osciller entre des logiques proches de celles observées dans des contextes institutionnels, notamment lorsque des organisations très institutionnalisées font face à des salles de rédaction établies et des dynamiques beaucoup plus informelles, marquées par la proximité sociale et la fragilité organisationnelle.

Ce contraste souligne précisément notre propos : il n'existe pas, au sein des CFSM, un modèle homogène de relation journaliste–source, mais plutôt une pluralité de configurations situées, façonnées par des conditions de production très variables. Cette diversité des contextes contribue ainsi à produire des modes différenciés de construction

de l'actualité dans les CFSM. En ce sens, les travaux portant sur les CFSM gagnent à éviter toute généralisation hâtive.

4.1.3.2. Médias des CFSM et autres médias locaux ou des minorités : convergences et divergences

Nous avons établi dans la section précédente qu'il est difficile de généraliser la situation des médias au sein des CFSM, étant donné la grande diversité de leurs réalités d'un bout à l'autre du Canada. Bien que chaque média dispose de conditions de production qui lui sont propres, nous avons néanmoins cherché à déterminer dans quelle mesure les médias des CFSM connaissent des défis spécifiques ou comparables à ceux des médias locaux ailleurs au Canada ou des médias d'autres groupes minoritaires. Autrement dit, la situation de précarité dans laquelle se trouvent plusieurs de ces médias découle-t-elle de caractéristiques propres au fait qu'ils soient minoritaires sur le plan linguistique ou s'inscrit-elle plutôt dans la crise plus générale que traversent les médias ? Les médias locaux, les médias des groupes minoritaires et les médias des CFSM font-ils face au même combat ?

Les données empiriques issues de notre analyse d'entretiens auprès de 20 journalistes et de gestionnaires ainsi que l'analyse d'une trentaine d'articles de presse, révèlent des réalités largement partagées avec l'ensemble du secteur journalistique canadien, mais exacerbé par des contraintes propres aux contextes minoritaires francophones. La crise des médias locaux est bien documentée et touche l'ensemble du secteur depuis les années 2010. Elle se caractérise par une érosion importante des revenus publicitaires, une forte concurrence des plateformes numériques et une réduction des effectifs journalistiques estimée à 40 % au Canada entre 2008 et 2023. Un rapport du *Local News Research Project* (Lindgren et Corbett, 2025) indique qu'entre 2008 et le 1er avril 2025, plus de 550 médias locaux et régionaux ont fermé leurs portes au Canada. Les analyses de Desjardins et Johnson (à paraître) montrent que la survie financière des médias communautaires des CFSM ne tient parfois qu'à un fil, qu'ils peinent à s'adapter aux transformations numériques et qu'ils fonctionnent souvent avec des équipes journalistiques très réduites. Toutefois, si les médias des CFSM subissent ces dynamiques générales, nos

données mettent en lumière certaines contraintes propres aux contextes minoritaires qui amplifient leur fragilité. Et ces défis ne se limitent pas toujours aux CFSM : ils résonnent avec ceux des autres médias des groupes minoritaires au Canada, comme les médias autochtones ou ethniques, confrontés à une précarité financière, une dépendance aux subventions fédérales et une lutte constante de préservation de l'identité culturelle (Bérubé *et al.*, 2024 ; Tsai, 2022 ; Bukhari, 2019 ; Ferrer et Retis, 2019 ; Ahmed et Veronis, 2017).

Premièrement, les marchés dans lesquels évoluent ces médias francophones sont caractérisés par une forte diversité démographique, culturelle et générationnelle. Les francophones en situation minoritaire forment des populations hétérogènes, composées à la fois d'immigrants, de familles établies dans la région depuis plusieurs générations (Cardinal, Gilbert et Thériault, 2008 ; Fourot, 2016) et de jeunes générations bilingues souvent plus connectées aux médias anglophones, selon nos données d'entretiens avec des gestionnaires. Cette diversité oblige les médias des CFSM à produire des contenus capables de rejoindre des publics aux attentes et habitudes de consommation très variées, une pression similaire à celle observée chez les médias autochtones multilingues, où la revitalisation linguistique ajoute une couche de complexité (Budd, 2024).

Deuxièmement, plusieurs médias doivent composer avec une dispersion géographique importante des communautés francophones qu'ils desservent. Dans certains territoires, cette dispersion crée des déserts informationnels en français, particulièrement dans les régions rurales ou éloignées. Si de tels phénomènes existent également dans d'autres régions du Canada, par exemple au Québec (Martel, 2018), ils prennent ici une dimension linguistique particulière, puisque l'accès à une information locale en français peut y être extrêmement limité. Les conséquences sont particulièrement accrues dans les CFSM, tout comme chez les médias autochtones nordiques, où la précarité des infrastructures numériques aggrave l'isolement. Laflamme et Bernier (1998) avancent en ce sens qu'une « culture qui ne dispose pas de messages médiatiques, qui n'en produit pas ou ne s'y donne pas accès, est une culture fortement menacée » (p. 54).

Troisièmement, les médias des CFSM affrontent une concurrence particulièrement forte des médias anglophones majoritaires, qui captent une grande part des revenus

publicitaires régionaux, ne laissant que des parts très limitées aux médias francophones, selon nos données d'entretiens avec des gestionnaires de médias communautaires. Cette réalité s'explique notamment par la taille des marchés, les habitudes de consommation médiatique et la capacité des grands groupes anglophones à offrir une portée publicitaire beaucoup plus large (Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire, 2025). À cette concurrence s'ajoute celle des grandes plateformes numériques mondiales. Les géants du Web — notamment les entreprises regroupées sous l'acronyme GAFAM ainsi que des plateformes de diffusion comme Netflix — captent une part croissante de l'attention et des revenus publicitaires. Dans les CFSM, cette dynamique est amplifiée par le bilinguisme fréquent des publics, qui ont facilement accès à une offre d'information anglophone beaucoup plus abondante, un enjeu partagé avec d'autres minorités ou communautés migrantes qui vivent une forte concurrence de contenus transnationaux aujourd'hui accessibles en ligne (Millette et Proulx, 2013 ; Bérubé *et al.,* 2024).

Quatrièmement, les médias des CFSM font face à des difficultés importantes de recrutement et de rétention de personnel qualifié. Dans plusieurs régions, le bassin de professionnels capables de travailler en français dans le domaine des médias demeure limité, ce qui complique la constitution d'équipes journalistiques stables et peut entraîner une surcharge de travail pour les personnes en poste, une rareté des talents que l'on retrouve aussi chez les médias autochtones, malgré des programmes de formation dédiés (Radio-Canada, 2025).

Enfin, les médias des CFSM ont la particularité d'être perçus comme des institutions contribuant à la vitalité linguistique et culturelle de leur communauté. Au Québec, où le français constitue la langue majoritaire et où l'offre médiatique francophone demeure relativement diversifiée, la fermeture d'un média local représente certes une perte importante. Des auteurs s'intéressant à la crise des médias locaux un peu partout dans le monde notent des conséquences notables : un déclin du dynamisme et de l'engagement au sein des communautés locales concernées (Ferrier, 2014) ; une diminution de l'efficacité et de la reddition de comptes des administrations locales (Napoli et Dwyer, 2018) ; un affaiblissement de l'engagement civique des citoyens et de la démocratie locale (Shaker,

2014 ; Nielsen, 2015 ; Rubado et Jennings, 2020). Dans les CFSM, en revanche, elle peut avoir des conséquences encore plus néfastes : elle peut signifier la disparition de l'un des rares, voire du seul, espace public francophone permettant la circulation de l'information, la mise en visibilité des enjeux locaux. Comme l'explique Raiche (1992), une population francophone risque d'être sous-informée sur des enjeux qui la concernent « jusqu'à en venir à penser que ces questions n'existent pas » (p. 62). Ainsi, contrairement au groupe majoritaire linguistique qui réussit à s'épanouir et à évoluer par lui-même, le groupe minoritaire doit, pour sa part (du moins traditionnellement), avoir recours aux médias pour confirmer son existence (Laflamme, 1992).

Cette fonction de reconnaissance et de représentation rapproche les médias des CFSM des médias ethniques, par exemple, qui jouent un rôle déterminant dans la visibilité de groupes souvent marginalisés et dans la lutte contre la xénophobie et l'invisibilisation médiatique (Ojo, 2006 ; Rigoni et Saitta, 2012 ; Zhang, 2019). Toutefois, les médias des CFSM s'en distinguent également par leur inscription dans un cadre institutionnel spécifique, lié à la reconnaissance des langues officielles au Canada. Ce contexte leur confère à la fois une légitimité et un accès, certes relatif, à des mécanismes de financement public, qui viennent solidifier leurs conditions d'existence.

Les médias des CFSM ne constituent pas une exception radicale à la crise journalistique contemporaine. Ils partagent plusieurs défis avec les médias locaux ailleurs au Canada. Toutefois, nos données suggèrent que ces défis prennent une intensité particulière dans les contextes minoritaires francophones, où ils se combinent et se renforcent mutuellement : marchés plus restreints, concurrence linguistique, dispersion territoriale des publics et ressources humaines limitées. Un journaliste résume cette situation en ces termes : « *les défis sont les mêmes [que les médias locaux], mais on les vit au cube : moins de lecteurs, moins d'argent, plus de territoire, plus d'attentes* ». Cette dynamique rapproche les médias des CFSM d'autres médias de minorités qui évoluent eux aussi dans des environnements marqués par des contraintes.

Plutôt que d'opposer de manière binaire médias des majorités et médias des minorités, nos analyses invitent ainsi à penser ces réalités sur un continuum de

vulnérabilité. À une extrémité, les médias locaux en contexte majoritaire, bien qu'affectés par la crise, bénéficient généralement de marchés plus larges et d'écosystèmes médiatiques plus denses. À l'autre, les médias des CFSM, tout comme certains médias ethniques ou issus de groupes marginalisés, cumulent plusieurs défis qui intensifient les effets de cette même crise. Dans cette perspective, ce ne sont pas tant la nature des défis qui distinguent ces médias, mais leur degré d'exposition et la manière dont ces contraintes s'imbriquent et se renforcent.

Cette lecture en continuum permet également de mieux saisir le rôle que jouent les médias des minorités. Les médias des CFSM ne se limitent pas à informer : ils contribuent à la représentation, à la cohésion et à la reconnaissance des groupes qu'ils desservent. Ce positionnement intermédiaire, entre vulnérabilité et reconnaissance institutionnelle, illustre bien la complexité de leur situation au sein de ce continuum.

4.1.3.3. La fragilisation des conditions de production de l'information et ses effets sur la proximité et la confiance entre journalistes et sources

Nos données d'entretiens ont fait ressortir que la fragilisation des conditions de production de l'information avait des incidences sur la relation journaliste-source dans les CFSM. Les médias de ces communautés déplorent des revenus publicitaires limités et des ressources humaines restreintes (Desjardins et Johnson, à paraître). Nous avons constaté que cette réalité, qui contraint les médias à fonctionner avec peu de personnel, oblige les journalistes à cumuler plusieurs fonctions (rédaction, photographie, gestion des réseaux sociaux, comptabilité, etc.). Cette réalité, également observée dans l'ensemble du secteur médiatique (Giroux, 2022 ; Charron, 2022 ; Lindgren et Corbett, 2025), affecte la relation journaliste–source de deux façons principales dans les CFSM.

Le premier effet concerne la capacité des journalistes des médias communautaires à être sur le terrain et à couvrir les événements de la communauté. Selon des journalistes à qui nous avons parlé, le cumul des tâches, souvent indispensable au fonctionnement du média, réduit leur disponibilité pour entretenir des relations avec les sources et être présents à leurs événements. Il s'agit d'une réalité qu'expriment surtout des journalistes de médias communautaires et que déplorent des leaders institutionnels. En effet, des sources avec qui

nous nous sommes entretenus expriment une déception à l'égard des journalistes qui se font de moins en moins présents aux événements communautaires qu'ils sont invités à couvrir.

Nos données d'entretiens avec des gestionnaires, des sources et des journalistes font aussi ressortir que ce sont surtout les médias communautaires à portée provinciale qui vivent ces défis. L'exemple du journal provincial de l'Alberta, *Le Franco,* illustre la difficulté de couvrir un vaste territoire où les francophones sont dispersés principalement dans trois régions de la province (c'est sans compter les défis de la vente de publicité : les annonceurs locaux semblent être moins intéressés à acheter de la publicité qui ne touche qu'une petite fraction de sa clientèle potentielle). Notons toutefois qu'il s'agit d'une réalité qui n'est pas partagée par le journal provincial du Yukon, *L'Aurore Boréal,* qui dessert un lectorat majoritairement concentré à Whitehorse, ou *La Liberté* du Manitoba dont le bassin de clientèle se situe surtout dans la région de Winnipeg.

Une journaliste de l'Alberta rencontrée l'explique ainsi :

> *Les relations sont difficiles à maintenir, on est dans une grande province. On ne peut pas être dans toutes les communautés en même temps. Moi je suis dans la capitale. C'est dur de maintenir des relations avec des gens qui vivent à six heures d'ici, dans les villages. On n'établit pas vraiment de liens solides. C'est difficile de garder cette proximité-là.*

Des journalistes disent ne pas avoir les moyens de voyager pour couvrir tous les événements de leur province. Une participante de St. John's raconte qu'il est plus dispendieux de se rendre à Labrador City qu'à Paris. Des propos similaires ont été évoqués par des participants et participantes vivant dans les territoires nordiques du pays.

Ces réalités mettent en lumière une tension : bien qu'ils se considèrent comme des médias de *proximité*, plusieurs médias communautaires à portée provinciale peinent à assurer une présence et une couverture dans l'ensemble des territoires qu'ils desservent ; ils disent incarner la voix de l'ensemble des communautés francophones, mais ils restent enserrés dans une logique de centralisation. Ils n'ont parfois pas le choix : les ressources humaines et financières limitées ne leur permettent pas d'assurer une présence. Des participants et participantes à notre étude constatent que cela crée une forme de

déconnexion avec certaines localités, en particulier les plus éloignées des centres urbains où sont souvent basées les rédactions. Ainsi, selon les territoires, les ressources et les structures organisationnelles, ce qui est perçu comme *proche* pour certains médias communautaires peut apparaître comme distant pour leur clientèle.

Dans un autre ordre d'idée, les données recueillies lors de notre immersion dans la salle de rédaction du quotidien néo-brunswickois l'*Acadie Nouvelle* (Desjardins et Luckerhoff, à paraître b) mettent en lumière certaines transformations des pratiques journalistiques. Plus précisément, au cours de ce travail de terrain, nous avons passé deux semaines au cœur de la rédaction et recensé l'ensemble des suggestions d'articles reçues (appels téléphoniques, courriels, messages Facebook, communiqués de presse, etc.). Les données ont révélé la faible proportion de propositions émanant directement des citoyens et citoyennes : celles-ci ne représentent qu'environ 3 % des suggestions. Ce constat suggère que de nombreux individus privilégient désormais des plateformes numériques, telles que Facebook, pour diffuser de l'information, plutôt que de recourir aux médias locaux. En conséquence, les journalistes consacrent une part importante de leur temps à la vigie de ces espaces en ligne, au détriment d'une présence physique au sein de la communauté. C'est en ce sens que Guylas et Hess (2024) notaient dans le contexte des médias locaux que le monde numérique a indéniablement remis en question et bouleversé la relation entre l'actualité, le journalisme et le territoire.

Selon notre analyse des entretiens menés auprès de gestionnaires, le fait que les journalistes soient moins présents sur le terrain, que ce soit en raison des ressources limitées ou des nouvelles pratiques de veille, n'est pas sans conséquences. Cela soulève des questions quant à la pertinence même de ces médias, dont la raison d'être repose précisément sur leur capacité à entretenir une relation de proximité avec leur communauté. À cet égard, les travaux d'Amigo (2026) sont éclairants. L'autrice montre qu'un quotidien local italien, établi depuis plus de 140 ans, parvient à maintenir sa pertinence en dépassant la seule production d'information. Le média mise notamment sur l'organisation de rencontres et d'événements, qui contribuent à nourrir les liens sociaux et à renforcer le sentiment d'appartenance collective entre le journal et son public.

Un deuxième effet de la fragilisation des conditions de production concerne le roulement du personnel. Des journalistes et des sources rencontrés dans le cadre de notre recherche s'accordent à reconnaître que la qualité de la relation qui les unit dépend largement des caractéristiques individuelles des personnes impliquées. Ils soulignent que la confiance, élément central de cette relation, se construit graduellement, au fil des interactions et du temps. Or, dans les CFSM, cette construction est souvent fragilisée par un fort roulement de personnel, surtout du côté des journalistes. Nous avons cerné deux pistes d'explications dans nos données concernant ce fort roulement. D'abord, les conditions de travail que les médias communautaires peuvent offrir sont parfois peu attrayantes et la rétention du personnel est, pour ce faire, parfois très faible. De plus, en raison notamment du bassin d'expertise francophone limité, plusieurs journalistes en poste dans ces communautés sont souvent des francophones qui y sont nouvellement arrivés ou de passage pour quelque temps seulement dans la région. Cette instabilité s'observe également au sein des médias publics comme Radio-Canada, dont les stations régionales en milieu minoritaire sont fréquemment perçues comme des « *écoles* », des tremplins professionnels pour les jeunes journalistes souhaitant gravir les échelons vers les centres urbains. Selon nos données d'entretien avec journalistes et sources, ce caractère transitoire de l'emploi semble contribuer à affaiblir les liens interpersonnels et freiner l'établissement d'une relation de confiance durable.

4.1.3.4. Les outils numériques : des opportunités encore peu exploitées pour compenser la fragilisation des conditions de production

Dans la section précédente, nous avons mis en évidence le fait que la fragilisation des conditions de production des médias avait un effet sur la relation journaliste-source. Certains chercheurs et chercheuses sont d'avis que, devant cette fragilisation, l'intelligence artificielle et différents outils technologiques pourraient permettre aux journalistes d'atténuer la pression temporelle et organisationnelle qui agit sur eux, en particulier dans un contexte de rareté des ressources et de s'attarder plus rigoureusement à la qualité et la profondeur de l'information offerte (Verma, 2024). Parallèlement, les écrits scientifiques mettent en évidence un recours croissant aux données d'audience pour mieux comprendre

les attentes du public et y répondre (Heiselberg et Hopmann, 2024 ; Uth *et al.,* 2023 ; Tenor, 2023 ; Vulpius, 2022 ; Ferrer-Conill et Tandoc, 2018).

Pour les médias des CFSM, notamment ceux ayant une portée provinciale et qui semblent avoir de la difficulté à conserver des liens avec leurs sources et la communauté qu'ils desservent, les outils numériques peuvent-ils contribuer à surmonter ces obstacles ? Ces médias tirent-ils parti de ces outils pour se rapprocher de leur communauté et se tenir au courant de leurs préoccupations ? Les données secondaires que nous avons analysées offrent des pistes de réponses nuancées à ces questions.

Nos données ont montré que les outils numériques, plus particulièrement les réseaux socionumériques, facilitent la détection de sujets issus des voix communautaires. Notre collecte de données au sein de *L'Acadie Nouvelle* a révélé à quel point ces plateformes étaient privilégiées par plusieurs membres de la communauté pour s'exprimer sur certains enjeux et par les journalistes en quête de nouvelles et de tendances émergentes. Cela rejoint les travaux sur le *social journalism,* qui décrivent comment les réseaux socionumériques deviennent des espaces de participation où les publics orientent les flux d'information et contribuent à la définition de l'agenda journalistique (Hermida, 2013). Les recherches sur l'usage professionnel de Twitter/X et Facebook indiquent que les journalistes y testent ce qui intéresse le public et y trouvent des idées de reportages en observant les conversations dans leurs communautés. Des journalistes et des gestionnaires ont exprimé que les enjeux de la communauté sont moins communiqués directement aux médias qu'auparavant. Cette observation rejoint les travaux sur le journalisme participatif et les médias numériques, qui soulignent comment les plateformes en ligne permettent aux citoyens de devenir à la fois producteurs et diffuseurs d'informations (Hermida, 2010 ; Bruns, 2008). Dans le contexte minoritaire, ces plateformes amplifient particulièrement les voix communautaires historiquement sous-représentées dans les médias traditionnels. Or, dans le cas des médias des CFSM, ces outils ne semblent pas être mobilisés comme leviers pour compenser une perte de proximité avec leur public. Autrement dit, contrairement à une tendance plus large à la *datafication* de la relation aux audiences (Coddington 2015), le maintien du lien communautaire dans les CFSM ne semble pas passer prioritairement par l'exploitation des données d'audience. Des journalistes rencontrés dans le cadre

d'entretiens soulignent en effet ne pas disposer des ressources ni de l'expertise nécessaires pour exploiter pleinement ces outils, et indiquent que la pression quotidienne liée à la production de contenus, qu'il s'agisse d'éditions quotidiennes, hebdomadaires, voire bimensuelles, les amène à reléguer ces pratiques au second plan.

Dans un autre ordre d'idée, notre analyse des données d'entretiens avec des journalistes et des sources montre que, si les outils numériques permettent aux journalistes d'identifier et de suivre les sujets d'intérêt de la communauté, ils ne remplacent pas la proximité physique et relationnelle, essentielle à l'établissement de liens de confiance durables (Belair-Gagnon, Nelson, and Lewis 2019; Wahl Jorgensen, 2022; Pignard-Cheynel and Amigo 2023). Les interactions en ligne peuvent compenser partiellement un manque de présence sur le terrain ou aider à surveiller les tendances émergentes, mais elles ne recréent ni la richesse des échanges informels ni la profondeur des relations construites par la proximité interpersonnelle. Ainsi, les réseaux socionumériques fonctionnent surtout comme un baromètre communautaire ; ils fournissent des informations utiles, mais la confiance continue de se nouer lors de rencontres en personne, dans les associations ou à l'occasion d'événements culturels.

4.1.3.5. Dans les CFSM, malgré la précarité des médias, les journalistes semblent avoir un degré considérable d'autonomie

Les chercheurs qui se sont intéressés à la construction de l'actualité ont souvent tourné leur regard vers la relation journaliste-source (Sigal, 1973 ; Gans, 1979 ; Charron, 1993 ; Francoeur 2017a). Ils ont mis de l'avant la négociation qui est au cœur du processus. Les sources ont besoin des journalistes pour transmettre leurs informations à un large public et utilisent des tactiques pour que celles-ci soient reprises ; les journalistes eux, ont besoin des sources pour être au diapason de ce qui se passe autour d'eux. Chaque interaction, chaque objet de reportage est une opportunité de négociation où les deux groupes d'acteurs et d'actrices utilisent leurs ressources pour agrandir leur marge de manœuvre afin de déterminer le script de l'actualité et ultimement en venir à un compromis à la lumière des intérêts et des missions divergents (Legavre, 2014). Certains chercheurs et chercheuses ont noté à quel point l'émergence du numérique a fait basculer le rapport de force en faveur des sources (Francoeur, 2018). Dans ce jeu de négociation, le temps et les ressources

manquantes des journalistes créent une opportunité pour les sources de faire passer leurs messages qu'ils les formatent prêts à publier. Cela renverrait à une forme de redistribution du pouvoir dans la construction de l'actualité, où les sources, souvent mieux préparées et outillées, peuvent influencer davantage le contenu diffusé, au détriment parfois de l'autonomie éditoriale des journalistes et de la diversité des perspectives offertes au public. Comme le souligne Reich (2010) : « À mesure que le paysage médiatique se fragmente, que les relations publiques gagnent en sophistication et que les systèmes éditoriaux s'affaiblissent, l'influence des relations publiques sur l'information s'accroît et se diversifie[51] » (p. 799)

Cette réalité est particulièrement notable dans les petites salles de nouvelles qui ont peu de ressources humaines et financières (Davies, 2008 ; Francoeur, 2017). Des analyses de l'économie du journalisme soulignent que les suppressions de postes, la précarité et la dépendance accrue à la publicité affaiblissent la capacité des journalistes à résister aux pressions éditoriales et politiques (Čehovin Zajc et Lukan, 2023). D'autres argumentent que le journalisme perd sa légitimité et son monopole d'intermédiation, sous l'effet de la révolution numérique et des GAFAM (Le Ray, 2022).

Or, nos données ont montré à quel point les journalistes des CFSM, bien qu'à différents degrés, conservent une marge de manœuvre significative dans la construction de l'actualité. Les observations réalisées au sein de *l'Acadie Nouvelle* ont montré que la reprise de communiqués de presse est relativement rare et l'autonomie journalistique y apparaît substantielle. Des journalistes d'autres médias des CFSM avec lesquels nous nous sommes entretenus soulignent leur aspiration ou carrément leur capacité de s'affranchir de la pression des sources. Ces résultats peuvent sembler étonnants quand on les met en relation avec les écrits qui évoquent une perte de pouvoir et d'autonomie des médias et des journalistes. Nous ne suggérons pas ici que les journalistes des CFSM sont exempts de pressions, ils peuvent en effet ressentir des contraintes dans leur pratique. L'autocensure constitue une contrainte souvent invisible, mais bien présente. Les journalistes s'imposent parfois des limites, par souci de ne pas froisser la communauté, les partenaires ou les annonceurs, tempérant ainsi leur liberté de ton et de sujet. Par ailleurs, nos résultats ont

[51] Trad. libre de : « *As news environments become more fragmented, public relations grows more sophisticated and editorial systems weaken, the impact of PR on news becomes greater and more divers* ».

montré que 43 % de la couverture médiatique à l'*Acadie Nouvelle* est issue d'une proposition de source ce qui est considérable et permet de constater que le travail des journalistes repose encore largement sur les sources. Nous notons cependant à quel point, malgré leur grande fragilité et les pressions subies, ils parviennent à exercer une certaine autonomie et à déterminer activement la construction de l'actualité. Leur priorité demeure de mettre en valeur la communauté plutôt que de se contenter de relayer des messages institutionnels préformatés. Il s'agit d'un constat émis par des chercheurs et chercheuses qui soulignent que les médias locaux tendent à moins prioriser la voix des élites comparativement à de plus grandes salles de nouvelles notamment au niveau national, ce qui permet une plus grande diversité de perspectives dans l'espace médiatique (Morlandstø et Mathisen, 2023 ; Sjøvaag et Pedersen, 2018).

En clair, malgré les pressions économiques, sociales et professionnelles, leur capacité à agir de manière autonome reste relativement stable et leur responsabilité envers la communauté qu'ils desservent est centrale (il en sera question dans la prochaine section). Cela invite donc à nuancer l'idée d'un affaiblissement généralisé du pouvoir journalistique et à rappeler que ces rapports restent fortement dépendants du contexte.

4.1.3.6. Ce qui anime ces médias de l'intérieur : leur mission communautaire

En nous penchant sur les CFSM, nos analyses qualitatives montrent que, pour comprendre la construction de l'actualité dans ces milieux à l'ère numérique, il est insuffisant de se concentrer uniquement sur la fragilisation des conditions de production ou sur la seule relation entre journalistes et sources. Cela ne signifie pas pour autant que ces dimensions n'influencent pas le travail journalistique ni que la relation journaliste–source ait disparu : les sources demeurent au cœur du processus de production de l'information. En effet, comme le soulignent Örnebring et Karlsson (2022), l'autonomie journalistique n'est jamais absolue. Cette ouverture du cadre d'analyse invite à considérer d'autres dimensions, notamment la vocation communautaire des médias, qui agit elle-même comme une force centrale de la construction de l'actualité dans les CFSM.

La vocation communautaire des médias apparaît ici comme un élément déterminant qui nourrit la résilience des médias, la réflexivité constante des journalistes quant au rôle qu'ils doivent jouer et l'orientation de leurs choix éditoriaux. Cette vocation

communautaire n'est pas juste un élément de contexte : elle structure la manière dont l'actualité est produite, donc comment les sujets, leur traitement et leur diffusion sont choisis, tout en renforçant la capacité des médias à survivre et à rester pertinents pour leur communauté. Abordons ces trois aspects : la résilience des médias, la réflexivité des journalistes et les choix éditoriaux.

La mission communautaire des médias des CFSM apparaît comme un facteur clé de leur résilience. Elle leur confère une raison d'être claire et partagée, les positionnant non seulement comme des entreprises de presse dans un marché économique, mais aussi comme des institutions contribuant à la vitalité sociale et culturelle de leur communauté. La fermeture du journal *Perspective Vanier* en 2026 reste une exception. Les gestionnaires de médias que nous avons interrogés soulignent que cette résilience repose sur deux piliers : d'une part, le leadership et la créativité exceptionnels des responsables de ces médias, et d'autre part, la mobilisation active des membres de la communauté lorsqu'un média est menacé de fermer ses portes. Cette dynamique crée un cercle vertueux : la communauté soutient le média, et le média renforce le sentiment d'appartenance et la cohésion communautaire et défend les intérêts de la communauté.

La réflexivité des journalistes est également un élément central qui se doit d'être analysé pour comprendre la construction de l'actualité dans les CFSM. Nos données ont montré en quoi des journalistes se sentent déchirés entre deux rôles : le rôle normatif d'informer de façon impartiale, de poser aux sources des questions difficiles, d'enquêter, et le rôle plus communautaire de promotion et de défense de la langue et de la culture francophone minoritaire. La manière dont les journalistes répondent à cette tension influence directement le type de couverture produite, qui se situe fréquemment à la frontière entre information et promotion. Ce questionnement constant n'est pas un simple dilemme éthique : il influence le choix des sujets, le cadrage et le ton des articles, il détermine la relation avec les sources et reflète l'équilibre que les journalistes cherchent toujours à maintenir entre mission professionnelle et engagement communautaire. Cette même tension peut aussi se traduire par des effets démocratiquement problématiques. Dans des communautés où ces médias sont souvent les seuls à pouvoir exercer une fonction critique, l'autocensure n'affaiblit pas seulement la qualité journalistique, elle fragilise la démocratie de proximité elle-même.

Finalement, l'orientation des choix éditoriaux est directement liée à la mission communautaire des médias. Nos analyses (Desjardins et Luckerhoff, à paraître b) ont montré que cette mission fait en sorte que les voix priorisées ne soient pas nécessairement celles des institutions, mais bien celles incarnées par la communauté : les citoyens et citoyennes, les organismes communautaires, par exemple. Bien qu'il soit nécessaire d'étudier cette question dans d'autres médias pour mieux saisir la prévalence de ces observations, il est néanmoins intéressant de constater à quel point cette mission se reflète de manière tangible dans les pages du journal. Au-delà de la relation directe avec les sources, d'un jeu de négociation avec elles, la mission des médias communautaires, représenter et soutenir la communauté francophone minoritaire, agit comme un cadre qui n'est pas négligeable pour comprendre les logiques de construction de l'actualité.

4.1.4. Conclusion

Cette recherche avait pour objectif de mieux comprendre comment la fragilisation des conditions de production de l'information influence la relation entre journalistes et sources ainsi que la construction de l'actualité dans les médias des communautés francophones en situation minoritaire au Canada. À partir d'une démarche inductive inspirée de la MTE et d'un corpus de données secondaires, notre analyse a mis en évidence plusieurs dynamiques.

D'abord, nos analyses ont montré que les conditions de production de l'information dans les CFSM sont loin d'être homogènes. Les réalités observées varient considérablement selon la taille des organisations médiatiques, les ressources disponibles, la configuration territoriale des communautés desservies et les trajectoires professionnelles des acteurs impliqués. Cette diversité invite à éviter toute lecture unidimensionnelle de la relation journaliste–source ou de la construction de l'actualité dans ces contextes. Nous soulignons plutôt l'existence d'une pluralité de configurations médiatiques et relationnelles façonnées par des contextes sociaux et institutionnels distincts.

Ensuite, nous avons illustré que les médias des CFSM partagent plusieurs des défis organisationnels qui affectent l'ensemble du secteur journalistique, notamment la

diminution des revenus publicitaires, la concurrence des plateformes numériques et la réduction des ressources rédactionnelles. Toutefois, ces défis prennent une intensité particulière dans les contextes minoritaires francophones, où ils se combinent à d'autres contraintes telles que la dispersion géographique des publics, la concurrence des médias anglophones et les difficultés de recrutement de personnel francophone qualifié. Dans ce contexte, la fragilisation des conditions de production a des effets tangibles sur les pratiques journalistiques, notamment sur la capacité des journalistes à maintenir une présence sur le terrain et à entretenir des relations durables avec leurs sources.

Malgré ces contraintes, notre analyse a mis en lumière que les journalistes des CFSM conservent une marge d'autonomie notable dans la construction de l'actualité. Contrairement à certaines analyses qui mettent l'accent sur une perte généralisée de pouvoir des journalistes au profit des relations publiques, nos données suggèrent que les journalistes continuent de jouer un rôle actif d'initiative et qu'ils détiennent le dernier mot dans la construction de l'actualité. Cette autonomie semble notamment soutenue par la vocation communautaire des médias, qui agit comme un cadre qui oriente différents aspects du processus de construction de l'actualité.

En effet, l'un des apports principaux de cette recherche a été de montrer que la mission communautaire des médias des CFSM constitue une force motrice de la construction de l'actualité. Elle contribue à nourrir la résilience organisationnelle des médias, à alimenter la réflexivité des journalistes quant à leur rôle au sein de la communauté et à orienter les priorités éditoriales vers des enjeux jugés significatifs pour la vitalité des CFSM. Ainsi, au-delà de la relation journalistique classique entre sources et journalistes, la construction de l'actualité dans les CFSM apparaît également façonnée par un ensemble de logiques communautaires qui influencent les pratiques professionnelles.

Enfin, cette recherche nous invite à ouvrir une piste pour de futures recherches. Il serait notamment intéressant d'examiner plus en détail les stratégies éditoriales que les médias des CFSM déploient pour attirer et retenir l'attention de leurs publics dans un environnement médiatique hautement concurrentiel. Dans une perspective d'économie politique des médias, des recherches pourraient par exemple analyser dans quelle mesure

ces organisations adoptent — ou résistent à — certaines logiques de mise en marché de l'information, telles que le recours à des formats plus sensationnalistes ou à des stratégies de visibilité numérique visant à maximiser l'audience. Une telle réflexion permettrait de mieux comprendre comment les impératifs économiques, les transformations technologiques et les missions communautaires se rencontrent et se négocient dans la construction de l'actualité en contexte minoritaire francophone.

Chapitre V — Synthèse et conclusion

5.1. Introduction

Dans ce chapitre, nous rendons compte de l'ensemble des analyses réalisées dans le cadre de notre recherche doctorale portant sur la construction de l'actualité dans les CFSM à l'ère numérique. Nous présentons également les apports théoriques principaux et des recommandations pour les acteurs et actrices des médias étudiés. Dans la continuité du mouvement hélicoïdal propre à la MTE, les quatre articles scientifiques qui composent cette thèse forment un ensemble cohérent visant à mieux comprendre le phénomène étudié. Chacun des articles s'inscrit dans une logique cumulative où les constats issus d'une étape ont orienté les questionnements et les angles d'analyse, comme l'illustre la figure 3 ci-dessous. Le premier article présente le contexte organisationnel du champ médiatique communautaire des CFSM. Le second article examine les dynamiques relationnelles entre les journalistes et les sources dans ce contexte particulier. Le troisième article analyse le processus de construction de l'actualité dans un quotidien néo-brunswickois, l*'Acadie Nouvelle.* Nous avons mené une analyse mixte visant à documenter et mieux comprendre quelles propositions issues des sources sont prises en compte par ce journal. Ensemble, ces trois articles contribuent à affiner la compréhension de la construction de l'actualité dans les CFSM. Enfin, le quatrième présente les liens entre la fragilisation des conditions production de l'information et la construction de l'actualité. Dans les prochaines pages, nous présentons les principales constatations empiriques et théoriques issues de nos analyses.

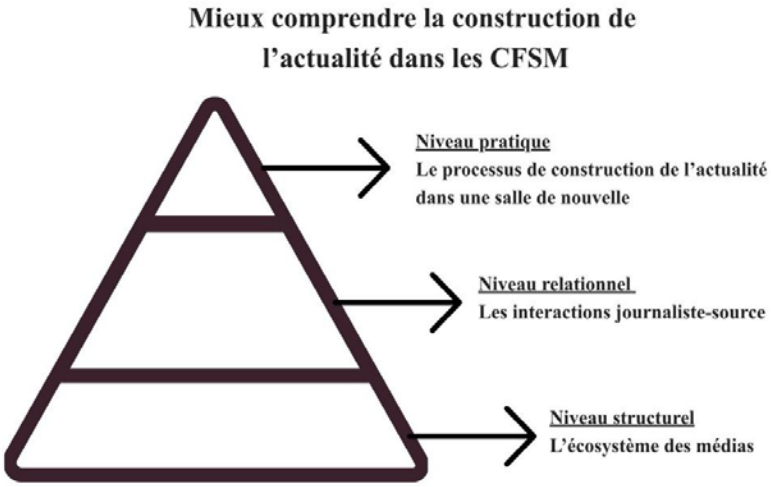


Figure 3. L'étude de la construction de l'actualité dans les CFSM

5.2. Synthèse et apports théoriques

5.2.1. Le portrait des médias communautaires dans les CFSM

En entamant ce projet de thèse doctorale, nous avions un intérêt général pour la question de la construction de l'actualité et nous souhaitions mieux la comprendre dans le contexte des CFSM et des transformations du numérique qui opèrent. L'approche inductive adoptée nous a conduite à nous laisser guider par les données empiriques, de sorte que nos objectifs spécifiques, propres à chaque chapitre, se sont précisés progressivement au fil des analyses. Assez tôt dans la démarche, il nous est apparu évident qu'un portrait des médias communautaires des CFSM s'imposait en raison du peu d'écrits scientifiques récents sur cet objet. Pour saisir la construction de l'actualité et la nature de la relation journaliste-source, il importait de comprendre d'abord le contexte dans lequel ces professionnels évoluent.

L'objectif de notre premier chapitre a été de brosser un portrait des médias communautaires des CFSM et de mieux comprendre leurs défis ainsi que leurs stratégies d'adaptation. Nous avons répertorié 58 médias communautaires, dont 29 journaux et 29 radios qui, pour la plupart, sont en activité depuis plusieurs décennies. Notre analyse a fait ressortir une situation de grande fragilité qui caractérise l'ensemble de ces médias.

Nous avons distingué trois grandes catégories de défis : les défis financiers, les défis liés aux ressources humaines et ceux associés aux transformations numériques.

En ce qui concerne les défis financiers, nos entretiens avec des gestionnaires de médias communautaires ont montré à quel point la publicité et les subventions gouvernementales constituent les principales sources de revenus. Ces formes de financement, toutefois, s'accompagnent de leur lot de contraintes, de dépendances et d'incertitudes. Par exemple, le déplacement des investissements publicitaires vers les plateformes numériques, combiné au faible bassin d'annonceurs dans plusieurs communautés, rend difficile la génération de revenus suffisants pour soutenir les activités des médias.

En ce qui a trait à la deuxième catégorie de défis, ceux liés aux ressources humaines, nous avons noté une importante pénurie de main-d'œuvre qualifiée. Cette réalité se caractérise par des difficultés à attirer et à retenir du personnel compétent en français, par une surcharge de travail pour les gestionnaires et les équipes journalistiques, ainsi qu'une dépendance envers quelques individus possédant l'expertise nécessaire au fonctionnement du média. Ces conditions fragilisent la continuité des activités et soulèvent des inquiétudes quant à la relève dans plusieurs médias communautaires.

Nous avons dégagé une troisième catégorie de défis liés aux transformations numériques. Celles-ci représentent un tournant majeur, mais également un vecteur de fragilité pour les médias communautaires des CFSM. Ces défis sont de différents ordres. Premièrement, la faible maîtrise des outils numériques constitue un frein important à l'innovation. La majorité des médias rencontrés soulignent un besoin urgent de formation pour leurs équipes, notamment en matière d'analyse des données d'audience ou de gestion de contenu en ligne. Le manque de compétences spécialisées, combiné à la sophistication croissante des technologies, limite leur capacité à tirer profit du numérique comme levier stratégique. Deuxièmement, les contraintes matérielles freinent la modernisation des pratiques. Près de 60 % des médias consultés par la firme PGF Consultants mentionnent un manque d'équipement ou de personnel qualifié pour assurer la gestion et la mise à jour de leurs plateformes numériques. Cette situation réduit leur réactivité face à l'actualité et

accentue leur retard technologique par rapport aux plus grands médias. Troisièmement, la monétisation des contenus numériques demeure un défi important. Les modèles économiques fondés sur la publicité en ligne ou les abonnements ne compensent pas les revenus issus du papier. Le virage numérique, bien que nécessaire à la survie de ces médias, s'avère coûteux et peu rentable, une tendance observée ailleurs au Canada (Giroux, 2022). Enfin, à ces difficultés s'ajoutent des enjeux de visibilité et de concurrence propres aux milieux minoritaires en contexte numérique. Dans un environnement médiatique dominé par l'anglais, les médias francophones doivent rivaliser avec une offre abondante de contenus. Le blocage de Meta depuis 2023 a amplifié cette fragilisation, en limitant leur portée auprès d'un public plus jeune et en réduisant leur capacité à interagir avec leurs communautés. De plus, la découvrabilité des contenus francophones est entravée par des algorithmes qui privilégient les contenus en anglais. Le manque de ressources internes empêche souvent la mise en place de stratégies numériques pour renforcer leur présence en ligne.

Malgré ce tableau sombre, notre analyse a fait ressortir la grande résilience et la créativité des médias communautaires. D'abord, les partenariats éditoriaux apparaissent comme une stratégie clé pour élargir la portée de l'information et optimiser les ressources disponibles. Par exemple, l'*Acadie Nouvelle* collabore régulièrement avec d'autres journaux des provinces atlantiques pour la couverture des assemblées législatives et d'enjeux régionaux communs. De même, dans le Nord canadien, les journaux des Territoires du Nord-Ouest et du Yukon partagent des dossiers thématiques portant sur l'Arctique, l'environnement ou les questions autochtones. Certains médias francophones vont même jusqu'à établir des collaborations interlinguistiques avec des médias anglophones afin de renforcer la visibilité du français et d'accroître la diffusion des contenus francophones dans des contextes majoritairement anglophones. Une autre tendance notable concerne la mutualisation des ressources, une approche qui témoigne de la créativité et de la capacité d'adaptation des médias communautaires. Plusieurs exemples illustrent cette dynamique. En Ontario, CINN FM (Hearst) a racheté le journal *Le Nord* en 2016 afin de préserver sa propriété locale et de le transformer en média communautaire, évitant ainsi sa vente à des intérêts extérieurs. Dans les Territoires du Nord-Ouest, Radio Taïga et le journal *L'Aquilon* ont fusionné leurs activités au sein de la structure Médias

ténois, officialisée en 2021, combinant ainsi direction, ressources et plateforme Web. Au Nouveau-Brunswick, Radio Beauséjour a fait l'acquisition en 2023 du *Moniteur acadien*, l'un des plus anciens hebdomadaires francophones du pays, intégrant ainsi ses activités de presse écrite à celles de la radio communautaire. Cette fusion a permis de préserver un média historique tout en enrichissant la présence médiatique locale sur plusieurs plateformes. Enfin, au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse, C Médias illustre une autre forme d'innovation organisationnelle fondée sur le regroupement et la coopération entre stations. Créé en 2022, ce réseau réunit les radios communautaires de Saint-Jean, Fredericton, Miramichi et Halifax (C90, C93, C98 et C105), qui partagent désormais certaines fonctions administratives, techniques et journalistiques. Cette structure de mutualisation permet de diversifier la programmation, de réduire les coûts et de renforcer le sentiment d'appartenance à une francophonie atlantique partagée. Ces exemples montrent que, face aux enjeux propres à leur contexte minoritaire, les médias communautaires francophones développent des stratégies innovantes et collaboratives pour assurer leur pérennité. En réalité, ils n'ont pas le choix.

Apport théorique principal : la résilience comme mode de fonctionnement ordinaire

L'une des contributions de cette thèse est d'avoir montré que les médias des CFSM ne constituent pas simplement une version réduite ou plus vulnérable des médias majoritaires. Ils relèvent d'une réalité qualitativement distincte, façonnée par des conditions d'existence qui leur sont propres. En contexte minoritaire francophone, la pérennité des institutions ne peut être tenue pour acquise. Les médias, comme les autres institutions communautaires, ne se développent pas à partir d'une base stable qu'ils cherchent à consolider ou à faire croître; ils évoluent plutôt dans un état de fragilité qu'ils doivent continuellement gérer et contenir. Landry (2015) a écrit qu'une réalité minoritaire, c'est d'abord et avant tout une condition d'existence sous contrainte permanente. Ce n'est pas seulement avoir moins de ressources que la majorité, c'est devoir constamment justifier son existence, négocier sa visibilité, défendre sa légitimité dans un espace public dominé par une autre langue et une autre culture. Thériault (2014) l'a bien formulé : les communautés francophones en situation minoritaire ne se définissent pas seulement par ce qu'elles sont, mais par ce contre quoi elles résistent.

Les théories classiques de l'économie politique des médias (Mosco,1996; Picard, 2011) conceptualisent la survie des organisations médiatiques comme le produit de ressources économiques suffisantes. Bien que cette logique puisse s'appliquer dans certains contextes, elle l'est difficilement dans les contextes francophones minoritaires, parce qu'elle ne prévoit pas la possibilité qu'une organisation survive, non pas grâce à ses ressources économiques, mais grâce à sa nécessité sociale et identitaire. Quand le seul journal francophone d'une région ferme ses portes, ce n'est pas seulement un canal d'information qui disparaît, c'est la complétude institutionnelle de la communauté, au sens de Breton (1964), qui s'effrite. Cette dimension existentielle mobilise des ressources symboliques, relationnelles et communautaires que les logiques marchandes ne peuvent pas générer. Ces médias ne fonctionnent pas malgré la fragilité, ils fonctionnent avec elle, ce qui pourrait expliquer, du moins en partie, pourquoi ils sont encore debout.

5.2.2. La nature de la relation journaliste-source en milieu francophone minoritaire

Dans une deuxième recherche, nous nous sommes intéressés à la relation journaliste-source dans les CFSM d'un point de vue qualitatif. Nous avons animé 40 entretiens avec des journalistes, des sources et des gestionnaires de médias. Nous avons analysé les données d'entretien au fur et à mesure que nous les avons recueillis de sorte à faire ressortir le plus large éventail de réalités vécues par les participants et participantes, de préciser certaines idées, de les confronter aux écrits scientifiques et ultimement d'en arriver à une théorisation.

En premier lieu, notre analyse a fait émerger l'idée que différents profils de journalistes interagissent avec différents types de sources. Ce résultat d'analyse nous paraît significatif, puisqu'ils mettent en évidence la coexistence, d'une part, de journalistes de médias communautaires, souvent perçus comme des artisans, artisanes de l'information et, d'autre part, de journalistes de médias publics, formés selon les standards professionnels et soucieux du respect des normes déontologiques. Ces derniers interagissent avec des sources tout aussi diverses : certaines peu formées, privilégiant dans leur communication aux journalistes la vitalité de leur communauté, à tout prix, et d'autres qui sont plutôt soumises aux logiques communicationnelles et stratégiques propres aux milieux professionnels.

Nous avons, en deuxième lieu, mis en lumière la question des attentes dans la relation. Les sources, plus particulièrement des leaders institutionnels, ont exprimé des attentes très fortes d'engagement de la part des journalistes. Les journalistes n'ont toutefois pas mentionné d'attentes envers les sources, ce qui a attiré notre attention et nous a poussé à contacter une deuxième fois certains et certaines d'entre eux afin d'en comprendre les raisons. Ces discussions ont révélé que, pour des journalistes, ne pas avoir d'attente à l'endroit des sources traduit une forme d'autonomie revendiquée. Soulignons cependant que cette autonomie ne s'exerce pas sans la présence de zones d'influence exercées par les sources, qu'elles soient économiques, sociales ou professionnelles, lesquelles tendent à limiter le pouvoir d'action des journalistes.

En troisième lieu, il a été question des missions des journalistes qui varient et qui, selon nos analyses, ont un effet considérable sur la façon dont l'actualité est construite. Certains journalistes conçoivent leur mission comme étant de servir l'intérêt des communautés, d'offrir une couverture positive de la vie communautaire. D'autres expriment qu'ils ont le devoir de servir l'intérêt public de façon impartiale. Il y a aussi les journalistes qui tentent de trouver l'équilibre entre ces deux pôles. Nos analyses mettent en évidence que la construction de l'actualité s'inscrit avant tout dans un espace de négociation interne, au sein duquel les journalistes s'interrogent de manière récurrente sur le rôle qu'ils souhaitent incarner dans leur pratique professionnelle. Cette dynamique est également façonnée par diverses zones d'influence que nous avons identifiées, lesquelles amènent les journalistes à redéfinir leur positionnement en fonction des contraintes et des possibilités propres à chaque situation, se demandant aussi quel rôle il leur est possible d'assumer dans ces contextes.

Apport théorique principal : la cohabitation paradigmatique comme tension constitutive

Charron et de Bonville (1996) ont théorisé le passage du journalisme d'information au journalisme de communication comme une transformation paradigmatique historique progressive. Dans les CFSM, ce passage ne se produit pas de la même façon et c'est ici que réside notre deuxième apport théorique. Selon les chercheurs, le journalisme d'information, dont la norme d'objectivité constituait la clé de voûte, aurait graduellement cédé la place au journalisme de communication à partir des années 1970. Ce basculement ne serait pas

le fruit d'une décision collective ni d'une rupture nette : il traduirait une réponse progressive à une crise de légitimité. Le modèle de l'objectivité journalistique : rapporter les faits, s'effacer derrière eux, laisser le public se faire une opinion, serait devenu de moins en moins tenable dans un environnement médiatique où la concurrence s'intensifie, les publics se fragmentent et l'information circule en temps réel. Le journalisme de communication impliquerait donc un rapport différent au public : plus de proximité, plus de mise en récit, plus de souci de capter l'attention. Ce changement s'opèrerait à travers six dimensions interdépendantes : économique, technique, les sources, le public, le psycho-cognitif et le contenu. Ce ne serait donc pas simplement une évolution de style, plutôt une transformation de ce que le journalisme croit être et de ce qu'il cherche à accomplir. Ce que le modèle postule, en somme, c'est une logique de *succession* : un paradigme entre en crise, un autre émerge pour le résoudre, et la profession se réorganise autour de nouvelles normes.

Il appert toutefois que dans les médias des CFSM, le passage du journalisme d'information au journalisme de communication ne s'est pas produit de la même façon, parce qu'il n'avait pas à se produire : plusieurs de ces médias ont toujours pratiqué une forme de journalisme de communication, bien avant que ce paradigme soit théorisé. Leur mission communautaire – valorisation du fait français, soutien à la vitalité minoritaire, service à une population linguistique fragile – les a historiquement orientés vers un journalisme de proximité dont la visée n'était pas seulement informative, mais en partie performative : contribuer à l'existence même de la communauté qu'ils servent. L'origine de plusieurs d'entre eux, nés comme bulletins d'organismes communautaires avant de devenir des médias d'information, a inscrit cette logique dans leur fonctionnement institutionnel, dans leur ADN. Ces médias n'ont donc pas eu à *transitionner* d'un paradigme à un autre. Ce qu'ils vivent, c'est une cohabitation permanente entre les exigences du journalisme d'information (distance et impartialité) et les impératifs d'un journalisme engagé (appartenance, mission identitaire et responsabilité envers la communauté). Nous proposons d'appeler cela une *cohabitation paradigmatique constitutive* : une tension permanente entre deux logiques, qui ne se résout jamais complètement, et qui génère chez les journalistes une réflexivité continue sur leur rôle et leur identité professionnelle.

Mais cette cohabitation n'est pas neutre sur le plan démocratique. Elle génère simultanément une réflexivité identitaire fertile, qui pousse les journalistes à s'interroger constamment sur leur positionnement, et un risque de dérive, une forme de complaisance moralement légitimée par l'idéologie de survie collective. Nos données documentent des formes d'autocensure réelles : des journalistes qui évitent systématiquement de couvrir certains sujets sensibles, qui choisissent de ne relayer que des nouvelles positives pour préserver leur place dans la communauté. Dans des milieux où ces médias sont souvent les seuls à exercer une fonction critique, l'autocensure n'affaiblit pas seulement la qualité journalistique, elle fragilise la démocratie de proximité elle-même. C'est la tension entre ces deux effets, la réflexivité comme ressource et l'autocensure comme risque, qui constitue la dimension la plus complexe à théoriser dans le journalisme en contexte minoritaire, à notre avis.

5.2.3. La construction de l'actualité dans un média en particulier : *l'Acadie Nouvelle*

Dans une troisième recherche, nous avons voulu comprendre comment se construit l'actualité au sein d'un média communautaire francophone en situation minoritaire, en analysant simultanément les propositions des sources et l'initiative propre des journalistes, dans un contexte de transformations numériques. À partir d'une étude de cas menée au quotidien l'*Acadie Nouvelle*, nous avons cherché à documenter ce qui est proposé aux journalistes, ce qui est retenu ou écarté, selon quels critères, et dans quelle mesure les journalistes parviennent à initier eux-mêmes des sujets. Sur le plan théorique, l'article s'inscrit dans les travaux classiques sur la relation journaliste-source (*agenda-building*, *information subsidies*), tout en mettant en lumière leurs angles morts, notamment le manque de recherches empiriques récentes sur les intrants reçus par les salles de rédaction et sur les processus en amont de la publication, particulièrement dans des contextes locaux et transformés par le numérique. L'article contribue ainsi à actualiser ces perspectives en les appliquant au cas spécifique des CFSM, où la proximité relationnelle et la mission communautaire des médias peuvent infléchir les dynamiques observées ailleurs. Méthodologiquement, la recherche repose sur une démarche mixte inductive. Une immersion de deux semaines dans la salle de rédaction a permis de constituer un corpus exhaustif de 445 intrants (courriels, communiqués, appels, messages sur les réseaux

sociaux, contacts directs) et de 149 articles publiés. À cette collecte quantitative se sont ajoutés des entretiens et de l'observation non participante. Les résultats ont montré d'abord que l'offre informationnelle adressée au journal est massivement institutionnelle et routinière : 93 % des intrants transitent par des canaux routiniers, principalement sous forme de communiqués de presse transmis par courriel et près de la moitié proviennent de sources institutionnelles. Toutefois, seule une faible proportion des propositions (10 %) donne lieu à une publication. Ce filtrage serré nuance les craintes liées au *churnalism* (Davies, 2008) ou à la *PR-isation* (Jackson et Moloney, 2016) et met en évidence la capacité de résistance éditoriale de l'*Acadie Nouvelle.*

L'analyse fait également émerger un constat central de notre étude : les propositions issues des canaux informels présentent un taux de transformation nettement plus élevé (30 %) que celles issues des canaux routiniers (9 %). De plus, bien que peu nombreuses, les propositions citoyennes présentent le taux de sélection le plus élevé (40 %), suivi par les sources municipales et les organismes communautaires. À l'inverse, les entreprises privées et les grandes institutions présentent des taux de transformation faibles. Ces constats nuancent les travaux soulignant la domination quasi exclusive des élites institutionnelles dans l'agenda médiatique (Bennett, 1983 ; Fishman, 1980 ; Gitlin, 1980 ; Hall *et al*., 1978 ; Herman et Chomsky, 1988 ; Albaek, 2011 ; Manning, 2012), et mettent en évidence le rôle spécifique d'un média communautaire dans la valorisation des voix locales.

L'article apporte aussi une contribution originale en documentant un espace intermédiaire propre au numérique : une part des contenus publiés (13 % des articles issus de propositions de sources) provient d'informations repérées par les journalistes sur les réseaux socionumériques ou les sites Web. Cette veille numérique constitue un espace liminal entre communication institutionnelle et initiative journalistique.

Enfin, l'une des contributions principales de l'article réside dans la mise en évidence du poids de l'initiative journalistique : 45 % des articles publiés relèvent d'une démarche proactive des journalistes. Cette initiative apparaît à la fois comme une stratégie de différenciation dans un marché minoritaire concurrentiel (notamment face à la gratuité

de l'information) et comme une réponse à l'inadéquation des intrants reçus, souvent jugés trop promotionnels, peu pertinents ou insuffisamment ancrés localement. L'étude montre ainsi que, même dans un contexte de ressources limitées, les journalistes demeurent des acteurs centraux de la construction de l'actualité.

Apport théorique principal : la reconfiguration de la hiérarchie des sources

Les théories classiques de l'*agenda-building* ont établi que les sources institutionnelles dominent la construction de l'agenda médiatique.

Cette domination s'expliquerait par leurs ressources communicationnelles supérieures, leur légitimité institutionnelle reconnue et leurs relations routinisées avec les salles de nouvelles (McCombs, 2004). L'*indexing hypothesis,* concept développé par Bennett (1990), prédit que les médias calquent leur couverture sur les positions des élites institutionnelles : ce sont les porte-parole officiels, les élus, les représentants d'organisations bien établies qui structurent l'agenda médiatique, pendant que les voix citoyennes restent en marge. Gans (1979) et Sigal (1973) ont documenté cette domination dans les grandes salles de nouvelles. Cette thèse a exercé une influence considérable, mais elle n'est pas sans limites. Plusieurs chercheurs ont rappelé que la théorie de l'*indexing* s'applique avant tout aux grandes organisations de presse dotées de prestige. En d'autres termes, elle décrit une tendance, mais n'est pas une loi universelle, et c'est ce que nous proposons en la déplaçant vers un terrain qu'elle n'avait peut-être pas envisagé. À l'*Acadie Nouvelle*, les sources citoyennes affichent un taux de conversion de 40 %, contre 5 % pour les sources institutionnelles, 8 % pour les sources politiques et 10 % pour les sources gouvernementales. La hiérarchie que ces théories décrivent est, dans ce cas, pratiquement inversée. Ce renversement semble être le produit d'une mission communautaire qui substitue des critères de pertinence communautaire aux critères habituels de légitimité institutionnelle : ce n'est pas le statut de la source qui détermine sa valeur, c'est sa capacité à parler d'une réalité vécue par la communauté. C'est précisément ce mécanisme, la redéfinition des critères de sélection des sources, qui reconfigure la hiérarchie dans le processus d'*agenda-building*.

Nos données révèlent cependant une nuance importante à ce renversement. Un journaliste de passage, n'ayant pas encore eu le temps de tisser un réseau de sources citoyennes, sera naturellement plus enclin à se tourner vers les sources institutionnelles : leurs communiqués arrivent sans effort, leurs représentants sont joignables, leurs positions sont déjà formatées pour la couverture médiatique. La mission communautaire ne suffit donc pas, à elle seule, à garantir la diversité des voix. Elle doit être ancrée dans une continuité relationnelle, dans ce capital de confiance que l'ancienneté dans le milieu permet de constituer. Ce que nos données suggèrent, en d'autres termes, c'est que la reconfiguration de la hiérarchie des sources est moins une propriété de l'organisation qu'une condition rendue possible par la composition du corps journalistique et la maturité de ses membres dans le milieu. En somme, les médias qui servent les CFSM au Canada ne ressemblent pas tout à fait aux autres qui évoluent en contextes linguistiques majoritaires. Ils évoluent dans des conditions qui leur sont propres, portent des missions que les logiques marchandes ne savent pas mesurer, et résistent à des pressions que les théories classiques des médias n'avaient pas anticipées. Comprendre comment l'actualité se construit dans ces organisations, qui produit l'information, à partir de quelles sources, selon quelles normes et au service de quels impératifs, exigent donc une démarche capable de prendre au sérieux cette spécificité, plutôt que de s’appuyer sur des cadres conceptuels taillés pour d'autres réalités.

5.2.4. La fragilisation des conditions de production de l’information

Dans une dernière recherche, nous avons souhaité mieux comprendre comment la fragilisation des conditions de production de l'information pouvait avoir une influence sur la relation journaliste-source et la construction de l'actualité dans les médias des CFSM. Plusieurs constats se dégagent de cette analyse.

Les conditions de production dans les CFSM sont d'abord marquées par une grande hétérogénéité, ce qui rend toute généralisation difficile. Si ces médias partagent les défis de l'ensemble du secteur journalistique, ces défis s'y cumulent et s'y intensifient en raison de contraintes propres aux contextes minoritaires francophones. Cette fragilisation a des effets tangibles sur les pratiques : moindre présence sur le terrain, roulement de personnel

élevé et relations de confiance plus difficiles à construire dans la durée. Les outils numériques offrent des pistes de compensation, mais restent largement sous-exploités.

Malgré ces pressions, les journalistes de *l'Acadie Nouvelle* conservent une autonomie considérable. Plus encore, c'est la mission communautaire de ce média qui apparaît comme un élément clé pour comprendre la construction de l'actualité : elle soutient leur résilience organisationnelle, nourrit la réflexivité professionnelle des journalistes et oriente les choix éditoriaux vers les enjeux et les voix de la communauté.

5.3.Recommandations aux acteurs et actrices des médias étudiés

Notre recherche doctorale a mis en lumière plusieurs réalités empiriques méconnues et proposé des interprétations théoriques taillées à la mesure de ces réalités. Quelques enseignements peuvent être tirés de notre travail pour éclairer les réflexions et pratiques des acteurs et actrices des médias des CFSM.

Les journalistes ont intérêt à continuer d'aller sur le terrain. Dans un contexte marqué par la pression des flux numériques, la tentation est grande de produire depuis le bureau, en puisant dans les communiqués et les fils de presse. Mais être physiquement présent dans la communauté, assister aux rencontres, fréquenter les espaces informels, entretenir des relations de confiance avec des citoyens et citoyennes ordinaires, permettent de construire le réseau de sources que la mission d'un média communautaire exige. Nos données le montrent clairement : c'est notamment l'ancienneté relationnelle, forgée par une présence durable dans le milieu, qui rend possible le renversement de la hiérarchie des sources documenté à l'*Acadie Nouvelle*. La proximité avec la communauté n'est pas un biais à corriger, c'est une ressource journalistique à cultiver, à condition qu'elle s'accompagne de la réflexivité critique nécessaire pour ne pas glisser vers la complaisance.

Les gestionnaires et directions de médias ont intérêt à faire de la collaboration et de la mutualisation des ressources une stratégie délibérée. L'union fait la force : dans un environnement où les médias des CFSM évoluent tous dans la même condition de fragilité, la concurrence entre eux n'a guère de sens. Le partage de contenus, la mise en commun d'infrastructures techniques ou de compétences spécialisées, en données, en numérique, en

référencement, sont autant de leviers qui permettent d'élargir les capacités sans alourdir les budgets. La mutualisation des ressources, loin de diluer les identités éditoriales, peut au contraire libérer des ressources pour miser sur une couverture locale qui fait la valeur distinctive de chaque média.

Les bailleurs de fonds doivent réaliser que le financement des médias communautaires francophones en situation minoritaire ne peut pas uniquement reposer sur des critères de performance économique ou de métriques numériques. La résilience de ces médias est le produit d'une nécessité sociale et identitaire que les logiques marchandes ne captent pas. Des modèles de financement public stables et pluriannuels, moins dépendants de la logique du projet ponctuel, sont plus adaptés à la condition minoritaire dans laquelle ces organisations évoluent.

Bibliographie

Ahadi, D., Yu, S., et Al Rawi, A. (dir.), (2023). *The handbook of ethnic media in Canada*. McGill-Queen's University Press.

Abbott, E. A. et Brassfield, L. T. (1989). Comparing decisions on releases by news and newspaper gatekeepers. *Journalism Quarterly, 66*(4), 853-856. https://doi.org/10.1177/107769908906600411

Ahmed, R. et Veronis, L. (2017). Multicultural media use and immigrant settlement: A comparative study of four communities in Ottawa, Canada. *Journal of International Migration and Integration,* (18), 587-612. https://doi.org/10.1007/s12134-016-0488-7

Aichner, T., Grunfelder, M., Maurer, O. et Jegeni, D. (2021). Twenty-five years of social media: A review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 24*(3), 215-222. https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134

Aguiar, L. L. M., Bérubé, F., Teixeira, C., & Aguiar, N. (2024). A Funny Thing Happened on the Way to Studying Portuguese Ethnic Media in Montreal: 'Autosiociobiographie,' Sibling Relations, Brotherly Love and 'Emotional Episodes' in Research. *International Journal of Qualitative Methods*, *23*. https://doi.org/10.1177/16094069241287049

Ahlmén-Laiho, U., Suominen, S., Järvi, U., et Tuominen, R. (2014). Finnish health journalists' perceptions of collaborating with medical professionals. Dans *Safe and Secure Cities : 5th International Conference on Well-Being in the Information Society, WIS 2014, Turku, Finland, August 18-20, 2014. Proceedings 5* (pp. 1-15). Springer International Publishing.

Albæk, E. (2011). The interaction between experts and journalists in news journalism. *Journalism*, *12* (3), 335-348. https://doi.org/10.1177/1464884910392851

Allan, G. (2003). A critique of using grounded theory as a research method. *Electronic Journal of Business Research Methods, 2*(1), 1-10. https://academic-publishing.org/index.php/ejbrm/article/view/1168

Allard-Poesi, F. et Perret, V. (2014). Fondements épistémologiques de la recherche. Dans R. Thiétart (dir.), *Méthodes de recherche en management* (p. 14-46). Dunod. https://doi.org/10.3917/dunod.thiet.2014.01.0014

Altheide, D. L. (1976). *Creating reality: How TV news distorts events*. Beverly Hills, CA : Sage.

Amigo, L. (2026). Tracing Connections: Understanding Proximity in a Local Newspaper Over Time. *Journalism Studies*, 1–18. https://doi.org/10.1080/1461670X.2026.2638502

Anderson, C. W., Bell, E. et Shirky, C. (2015). Post-industrial journalism: Adapting to the present. *Geopolitics, History, and International Relations, 7*(2), 32-123. https://www.jstor.org/stable/26805941

Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism.* Verso.

Arceneaux, P., Borden, J. et Golan, G. (2020). The news management function of political public relations. Dans J. Strömbäck et S. Kiousis (dir.), *Political public relations. Concepts, principles, and applications* (p. 126-145). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781351053143-6

Aronoff, C. E. (1976). Predictors of success in placing releases in newspapers. *Public Relations Review, 2*(4), 43–57. https://doi.org/10.1016/S0363-8111 (76) 80023-9

Arrighi, L. (2023). Astheure, on parle-expérience d'un dispositif participatif en ligne au sein d'une communauté linguistique minoritaire. Le cas d'un webzine acadien. *Multilinguales,* (20), n. p. https://journals.openedition.org/multilinguales/11339

Arrighi, L. et Berger, T. (2022). *Le podcast par et pour la communauté, un nouveau marché franc pour une variété de langue stigmatisée ? Le cas d'un podcast « tout en chiac »* [communication orale]. Colloque « Le numérique et les communautés linguistiques en milieu minoritaire : rôles, impacts et enjeux », 89e Congrès de l'Acfas, Université Laval, 11-12 mai.

Bailey, O. G. et Harindranath, R. (2007). Ethnic minorities, cultural difference and the cultural politics of communication. *International Journal of Media and Cultural Politics, 2*(3), 299-316. https://doi.org/10.1386/macp.2.3.299_1

Barnett, S. et Gaber, I. (2001). *Westminster Tales. The Twenty-First Century Crisis in Political Journalism*. Bloomsbury.

Bastarache, M. (1996). Liminaire. *Égalité. Revue acadienne d'analyse politique*, 39-40, 7-10.

Baxter, B. L. (1981). The News Release : An Idea Whose Time Has Gone? *Public Relations Review*, *7*(1), 27. https://doi.org/10.1016/S0363-8111 (81) 80095-1

Beaudry, F. (2021). Les communautés francophones demandent plus de représentativité à Radio-Canada. Radio-Canada, *Info*, 15 janvier. https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1763282/crtc-diffusion-francophonie-contenu-presence

Beauchamp, M. et Demers, F. (1996). Les médias communautaires au Québec : la troisième voie. *Les Cahiers du journalisme*, n° 2, p. 136-152. https://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/02/15_BEAUCHAMP_DEMERS.PDF

Beaulieu, G. (1997). *L'Évangéline, 1887-1982 : entre l'élite et le peuple*. Éditions d'Acadie.

Becker, H. S. et McCall, M. M. (1990). *Symbolic Interaction and Cultural Studies*. University of Chicago Press.

Becker, L. B. et Whitney, D. C. (1980). Effects of media dependencies: Audience assessment of government. *Communication Research, 7*(1), 95-120. https://doi.org/10.1177/009365028000700105

Howard S. Becker. (2014). The Epistemology of Qualitative Research. *Brazilian Journal of Empirical Legal Studies*, *1*(2). https://doi.org/10.19092/reed.v1i2.18

Becquet, N. (2017). Facebook a versé des millions aux médias français : La stratégie « VIP-VRP » et ses effets [billet de blogue]. *European Journalism Observatory*, 14 novembre. https://fr.ejo.ch/economie-medias/facebook-remuneration-medias-francais-live-video

Bédard, A. (2007). Les médias et les organismes porte-parole des communautés francophones et acadiennes : rapports, synergies et tensions. *Canadian Issues/Thèmes canadiens*, été, p. 19-22.

Bédard-Brulé, I. (2017). Les pratiques de veilles en salle de rédaction. S'ajuster à la production médiatique des professionnels des relations publiques. Dans N. Brousteau et C. Francoeur (dir.), *Relations publiques et journalisme à l'ère numérique* (p. 61-84). Presses de l'Université du Québec.

Belair-Gagnon, V., Nelson, J. L. et Lewis, S. C. (2018). Audience engagement, reciprocity, and the pursuit of community connectedness in public media journalism. *Journalism Practice, 13* (5), 558-575. https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1542975

Bennett, T., Curran, J., Gurevitch, M. et Wollacott, J. (dir.). (1982). *Culture, Society and the Media*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203978092

Bennett, W. L. (1990). Toward a theory of press-state. *Journal of communication*, *40* (2), 103-127. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1990.tb02265.x

Bennett, W. L. (2003). *News : The politics of illusion*. New York: Longman,

Bergeron, É. (2025). Le fédéral a recommencé à acheter de la publicité sur Facebook et Instagram. *Le Devoir*, 5 février.

https://www.ledevoir.com/politique/canada/839539/federal-recommence-acheter-publicite-facebook-instagram

Berkowitz, D. A. (2019). Reporters and their sources. Dans K. Wahl-Jørgensen et T. Hanitzsch (dir.), *The Handbook of Journalism Studies* (p. 165-179). Taylor & Francis Group.

Berners-Lee, T., Hendler, J. et Lassila, O. (2001). Web sémantique. *Scientific American*, (284), 34-43. https://www-sop.inria.fr/acacia/cours/essi2006/Scientific%20American_%20Feature%20Article_%20The%20Semantic%20Web_%20May%202001.pdf

Bernier, M.-F. (2006). Être journaliste en milieu minoritaire : Les défis éthiques de la proximité. Dans Beauchamp, M. et Watine, T. (dir.), *Médias et milieux francophones* (pp. 115–139). Presses de l'Université Laval.

Bernier, C., Laflamme, S., et Lafrenière, S. (2013). L'effet de la disponibilité des médias et de la densité de la population minoritaire sur la langue d'exposition aux médias. *Minorités linguistiques et société/Linguistic Minorities and Society, 3*, 120–143. https://doi.org/10.7202/1023803ar

Bernier, C., Laflamme, S. et Lafrenière, S. (2014). Dissociation entre perceptions et pratiques. De la langue d'exposition aux médias en milieu minoritaire canadien. *Revue du Nouvel-Ontario*, (39), 83-163. https://doi.org/10.7202/1027467ar

Bernier, M.F. (2011). Les limites de la loyauté et de l'engagement chez les journalistes en milieu minoritaire francophone au Canada : Une étude exploratoire. *Journal of Canadian Studies, 45*(3), 58-81. https://doi.org/10.3138/jcs.45.3.58

Bernier, M.-F. (2014). *Éthique et déontologie du journalisme*, 3e éd. Presses de l'Université Laval.

Bernier, M.-F. (2018). Le cinquième pouvoir. La nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics. *Presses de l'Université Laval. Communication. Information Médias Théories Pratiques, 35* (1). http://journals.openedition.org/communication/7432

Bérubé, F., Aguiar, L. M. et Teixeira, C. (2024). Des membres de la communauté portugaise de Montréal (Canada) se penchent sur l'état et l'avenir de leurs médias. *Refsicom*. https://www.refsicom.org/1498

Bhaskar, R. (1975). *A Realist Theory of Science*. Leeds Books.

Bhaskar, R. (1978). On the possibility of social scientific knowledge and the limits of naturalism. *Journal for the Theory of Social Behaviour, 8*(1), 1-28. https://www.deslibris.ca/ID/448662

Bhaskar, R. (1991). *Philosophy and the Idea of a Future*. Routledge.

Bhaskar, R. (1998). *The Possibility of Naturalism*, 3e éd. Routledge.

Bird, S. E. et Dardenne, R. W. (1988). Myth, chronicle, and story: Exploring the narrative qualities of news. Dans J. W. Carey (dir.), *Media, myths, and narratives. Television and the press* (p. 67-86). Sage Publications.

Bird-Meyer, M., Erdelez, S., et Bossaller, J. (2019). The role of serendipity in the story ideation process of print media journalists. *Journal of Documentation*, *75* (5), 995-1012. https://doi.org/10.1108/JD-11-2018-0186

Bizimana, A. J., et Kane, O. (2019). La presse au défi du numérique : une économie politique des médias régionaux au Québec. https://cahiersdujournalisme.org/V2N3/CaJ-2.3-R141.html

Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Prentice-Hall.

Boltanski, L., Darré, Y., & Schiltz, M.-A. (1984). La dénonciation. *Actes de la recherche en sciences sociales, 51*(1), 3–40. https://doi.org/10.3406/arss.1984.2212

Boudreau, A. (2021). *Dire le silence. Insécurité linguistique en Acadie 1867-1970*. Prise de parole.

Boudreau, A. (2023). *L'insécurité linguistique dans la francophonie*. Presses de l'Université d'Ottawa.

Boudreau, A., et Guitard, S. (2001). Les radios communautaires : instruments de francisation. *Francophonies d'Amérique, 11*, 123–133. https://doi.org/10.7202/1005169ar

Boudreau, A., et Dubois, L. (2003). Le cas de trois radios communautaires en Acadie. Dans M. Heller et N. Labrie (dir.), *Discours et identités : la francité canadienne entre modernité et mondialisation* (pp. 271–295). Éditions Modulaires Européennes.

Boukala, M., Carignan, M.-E., et Savic Lela, L. (2025). Expériences et représentations. Dans V. Guèvremont, I. Otasevic, et S. Charlton (dir.), *Accéder à soi, accéder à l'autre : diversité des expressions culturelles, médias et migration* (p. 65-81). UNESCO.

Boumans, J. (2018). Subsidizing the News? Organizational press releases' influence on news media's agenda and content. *Journalism Studies*, *19* (15), 2264-2282. https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1338154

Bourget, C., Brin, C., et Charlton, S. (2023). *Vers la maturité numérique des médias communautaires au Québec*. Gouvernement du Québec, ministère de la Culture et des

Communications. https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/07/rapport-maturite-numerique-des-medias-communautaires-au-quebec-mars-2023.pdf

Bourricaud, F. (1961). Esquisse d'une théorie de l'autorité. *Revue française de sociologie, 3* (2), 207-207. https://doi.org/10.2307/3319392

Broersma, M., et Graham, T. (2012). Social media as a beat: Tweets as a news source during the 2010 British and Dutch elections. *Journalism Practice*, *6*(3), 403–419. https://doi.org/10.1080/17512786.2012.663626

Broustau, N. et Francoeur, C. (2019). *Relations publiques et journalisme à l'ère numérique. Dynamiques de collaboration, de conflit et de consentement*. Presses de l'Université du Québec. https://doi.org/10.2307/j.ctv1n35cw1

Brunelle, A.-M. et Brin, C. (2019). *L'information locale et régionale au Québec. Portrait du territoire 2011-2018 et perspectives citoyennes*. Centre d'études des médias. https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2019/08/cem-infolocaleqc.pdf

Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From Production to Produsage.* Peter Lang.

Bruns, A. (2017). *Echo chamber ? What echo chamber?* [texte issu d'une communication orale]. 6th Biennial Future of Journalism Conference (FOJ17), 14-15 septembre. https://eprints.qut.edu.au/113937/8/Echo_Chamber.pdf

Bryant, A. et Charmaz, K. (2007). Grounded theory in historical perspective: An epistemological account. Dans A. Bryant et K. Charmaz (dir.), *The SAGE handbook of grounded theory* (p. 31-57). Sage Publications.

Budarick, J. (2017). Ethnic minority media and the public sphere: The case of African-Australian media producers. *Journal of Sociology, 53*(2), 303-317. https://doi.org/10.1177/1440783316657430

Budd, B. (2024). News Media Coverage of Indigenous Politics in Canada. In: News Framing of Indigenous Politics in Canada. Global Political Sociology. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-64758-1_3

Bukhari, S. N. (2019). Ethnic media as alternative media for South Asians in Metro Vancouver, Canada. *Journal of Alternative and Community Media, 4*(3), 86-98. https://doi.org/10.1386/joacm_00060_1

Canuel, A. (2016). L'évolution de la radio de langue française en Acadie, 1939–1959. *Port Acadie, 29*, 73–110. https://doi.org/10.7202/1051507ar

Carbasse, R. (2017). Les défis de la transition numérique dans un petit marché : le cas de la presse francophone québécoise. *Recherches en communication*, *44*, 49-80.https://ojs.uclouvain.be/index.php/rec/article/view/48003/46203

Cardinal, L. (1994). Ruptures et fragmentations de l'identité francophone en milieu minoritaire : Un bilan critique. *Sociologie et sociétés, 26* (1), 71-86. https://doi.org/10.7202/001118ar

Cardinal, L., Léger, R. et Sauvé, A. (2017). La complétude institutionnelle en perspective. *Politique et Sociétés, 26* (1), 71-86. https://doi.org/10.7202/1042233ar

Cardinal, L., Gilbert, A., et Thériault, J. Y. (2008). *L'espace francophone en milieu minoritaire au Canada : nouveaux enjeux, nouvelles mobilisations*. Fides.

Carignan, M.-È. (2012). L'état de l'information locale, régionale et nationale au Québec : Le point de vue des Premières Nations. *Recherches amérindiennes au Québec, 42* (1), 49–57. https://doi.org/10.7202/1023720ar

Carignan, M.-È. (2017). Perception de la situation médiatique locale et régionale au Québec : l'avis du public. Dans N. Smyrnaios, F. Bousquet, et D. Bertelli (dir.), *Les mutations de l'information et des médias locaux et régionaux : économie, contenus, usages et pratiques professionnelles* (pp. 119–134). Éditions du Lerass.

Carignan, M.-E., Gélinas, C., Baba, S., et David, M. (2023). *Situation des médias autochtones au Québec* (Rapport présenté au ministère de la Culture et des Communications du Québec). Université de Sherbrooke.

Čehovin Zajc, J., et Lukan, T. (2024). Boiled watchdogs? The declining professional autonomy of precarious millennial generation journalists. *Journal of Professions and Organization, 11*(1), 16–31. https://doi.org/10.1093/jpo/joad024

Chagnon, P. (2010). *Le journalisme radiophonique à Radio-Canada dans l'Ouest : desservir sa communauté. Existe-t-il une pratique distincte entre les provinces en milieu minoritaire ?* [mémoire de maîtrise]. Université du Manitoba. http://hdl.handle.net/1993/21647

Chakraborty, A., Paranjape, B., Kakarla, S. et Ganguly, N. (2016, août). Stop clickbait: Detecting and preventing clickbaits in online news media. Dans *2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)* (p. 9-16). IEEE. https://doi.org/10.48550/arXiv.1610.09786

Champagne, P. (2000). L'événement comme enjeu. *Réseaux*, (100), 403-426. https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_2000_num_18_100_2231

Charest, F. et Bédard, F. (2013). *Les racines communicationnelles du Web et des médias sociaux*, 2e éd. Presses de l'Université du Québec.

Charmaz K. (1983). Loss of self: a fundamental form of suffering in the chronically ill. *Sociology of health & illness*, *5*(2), 168–195. https://doi.org/10.1111/1467-9566.ep10491512

Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis*. London: Sage Publications.

Charron, J. (1994). *La production de l'actualité. Une analyse stratégique des relations entre la presse parlementaire et les autorités politiques au Québec*. Boréal.

Charron, J. (1995). Les médias et les sources : Les limites du modèle de l'agenda-setting. *Hermès. La Revue, 17-18* (3), 73-92. https://doi.org/10.4267/2042/15209

Charron, J. (2022). *La communication publique. Pratiques et enjeux*. Presses de l'Université de Montréal.

Charron, J. et Bonville, J. de (1996). Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition. *Communication. Information Médias Théories, 17* (2), 50-97. https://www.persee.fr/doc/comin_1189-3788_1996_num_17_2_1778

Chiasson, G., Quirion, J., Charron, M. et Lefebvre, J. (2007). *Le Web comme outil pour le renforcement de la gouvernance des communautés francophones minoritaires*. Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques. https://icrml.ca/images/stories/documents/fr/guy_chiasson_web_cmlos.pdf

Clark, B. (2014). « Walking Up a Down-Escalator » : The Interplay Between Newsroom Norms and Media Coverage of Minority Groups. InMedia. 5. https://doiorg.ezproxy.usherbrooke.ca/10.4000/inmedia.749

Cléret, B. (2013). L'ethnographie comme démarche compréhensive : immersion dans les dynamiques consommatoires du rap en France. Recherches qualitatives, 32 (2), 50–77. https://doi.org/10.7202/1084622ar

Coddington, M. (2015). Clarifying Journalism's Quantitative Turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, *3* (3), 331 – 348. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976400

Coleman, S. (2005). New mediation and direct representation: Reconceptualizing representation in the digital age. *New Media & Society, 7* (2), 177-198. https://doi.org/10.1177/1461444805050745

Commissariat aux services en français du Gouvernement de l'Ontario (2011). *Étude sur les radios communautaires francophones de l'Ontario. Éléments clés de la vitalité des communautés*. https://csfontario.ca/wp-content/uploads/2011/04/Etude-radios-communautaires.pdf

Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire. (2025). *Vérités, défis, occasions à saisir et pistes d'avenir : Un effort de lucidité et de courage essentiel pour les médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire au Canada* [Livre blanc]. https://olconsortiumlo.ca/fr/influence-et-vision/livre-blanc/

Cook, T. E. (1998). *Governing with the news: The news media as a political institution*. University of Chicago Press.

Cook, K. S., Emerson, R. M., Gillmore, M. R. et Yamagishi, T. (1983). The distribution of power in exchange networks: Theory and experimental results. *American Journal of Sociology, 89*(2), 275-305. https://doi.org/10.1086/227866

Corbin, D. (2012). Préface. Dans J. Luckerhoff et F. Guillemette (dir.), *Méthodologie de la théorisation enracinée. Fondements, procédures et usages*. Presses de l'Université du Québec.

Corbin, J., et Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage Publications, Inc. https://doi.org/10.4135/9781452230153

Corbin, D. et Buckle, J. L. (2009). The space between. *International Journal of Qualitative Methods, 8*(1), 54-63. https://doi.org/10.1177/160940690900800105

Cormier, M. (1996). Journaliste acadien ou Acadien journaliste ? *Égalité. Revue acadienne d'analyse politique*, (39-40), 13-18.

Corriveau, C. (1998). *Pratiques journalistiques en milieu minoritaire. Le cas du Manitoba francophone* [mémoire de maîtrise]. Université Laval.

Corriveau, C. (2006). Informer ou défendre la cause : Le dilemme de la presse franco-manitobaine. Dans M. Beauchamp et T. Watine (dir.), *Médias et milieux francophones* (p. 47-64). Presses de l'Université Laval.

Cottle, S. (2003). Media organisation and production: Mapping the field. Dans *Media organization and production* (p. 3-24). https://doi.org/10.4135/9781446221594.n1

Coulon, A. (1987). *L'ethnométhodologie*. Presses universitaires de France.

Coulon, A. (1993). *Ethnométhodologie et éducation*. Presses universitaires de France.

Crowther, C., Thibault, S., Salamon, E. et King, G. (2016). Introduction : Whose crisis? Journalism is not just for journalists and policy is not just for wonks. Dans M. Gasher *et al.* (dir.), *Journalism in Crisis. Bridging Theory and Practice for Democratic Media Strategies in Canada* (p. 3-23). University of Toronto Press. https://doi.org/10.1525/cpcs.2020.53.2.1

Crozier, M. et Friedberg, E. (1977). *L'acteur et le système. Les contraintes de l'action collective*. Points.

CRTC. (1992). Avis public (mai 1992, pp. 2–6). Ottawa : CRTC.

Cukier, W., Miller, J., Aspevig, K. et Carl, D. (2012). Diversity in leadership and media: A multi-perspective analysis of the Greater Toronto Area, 2010. *The International Journal of Diversity in Organizations, Communities, and Nations. Annual Review, 11*(6), 63-78.https://www.torontomu.ca/content/dam/diversity/academic/Diversity%20in%20Leadership%20and%20Media_2011.pdf

Curry, A. L. et Hammonds, K. H. (2014). *The Power of Solutions Journalism*. Solutions Journalism Network.

Davis, A. (2002). *Public Relations Democracy: Public relations, politics and the mass media in Britain*. Manchester, Angleterre : Manchester University Press.

Davies, N. (2008). *Flat Earth News. An Award-Winning Reporter Exposes Falsehood, Distortion and Propaganda in the Global Media*. Chatto & Windus.

Deevey, R. (2003). *Montfort et Le Droit : même combat ? Objectivité journalistique et militantisme communautaire*. Le Nordir.

De-Lima-Santos, M.-F. et Mesquita, L. (2023). Data journalism in favela: Made by, for, and about forgotten and marginalized communities. *Journalism Practice, 17* (1), 108-126. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1922301

DeLorme, D. E. et Fedler, F. (2003). Journalists' hostility toward public relations: An historical analysis. *Public Relations Review, 29* (2), 99-124. https://soniapsebastiao.weebly.com/uploads/2/0/3/9/20393123/delorme_fedler_journalists_hostility_toward_public_relations.pdf

Demaizière, F. et Narcy-Combes, J. P. (2007). Du positionnement épistémologique aux données de terrain. *Recherches en didactique des langues et des cultures. Les cahiers de l'Acedle, 4* (4), art. nº 4850. https://doi.org/10.4000/rdlc.4850

Denis, J., Guillemette, F. et Luckerhoff, J. (2019). Introduction : Les approches inductives dans la collecte et l'analyse des données. *Approches inductives, 6* (1), 1-9. https://doi.org/10.7202/1060042ar

Dépelteau, M. (2024, 14 novembre). Élections fédérales : incertitude sur le financement des médias francophones. *Francopresse*. https://francopresse.ca/francophonie/2024/11/14/elections-federales-incertitude-sur-le-financement-des-medias-francophones/

Desjardins, A. et Johnson, M. (à paraitre). Les médias communautaires dans la francophonie en situation minoritaire au Canada à l'ère numérique : Portrait et analyse des défis et stratégies d'adaptation. *Revue Minorités linguistiques et société.*

Desjardins, A. et Luckerhoff, J. (à paraitre A). La relation journaliste-source dans les communautés francophones en situation minoritaire. *Les cahiers du journalisme.*

Desjardins, A., et Luckerhoff, J. (à paraitre B). La construction de l'actualité dans les communautés francophones canadiennes en situation minoritaire : *Acadie Nouvelle* entre apports des sources et initiatives journalistiques

Deuze, M. (2006). Ethnic media, community media and participatory culture. *Journalism: Theory, Practice & Criticism, 7* (3), 262-280. https://doi.org/10.1177/1464884906065512

Deuze, M. et Witschge, T. (2020). *Beyond Journalism*. John Wiley & Sons.

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News. How Algorithms Are Rewriting the Media*. Harvard University Press. https://ebookcentral.proquest.com/lib/umontreal-ebooks/detail.action?docID=5761259

Donovan, P., Robineau, A., O'Donnell, L. et Forgues, É. (2023). Introduction. Patrimoine, mémoire et vitalité des communautés linguistiques en situation minoritaire. *Minorités linguistiques et société/Linguistic Minorities and Societ*y, (21), n. p. https://doi.org/10.7202/1097632ar

Douglas, M. (1999). *Comment pensent les institutions*. Paris : La Découverte.

Drew, D. G. (1972). Roles and decision making of three television beat reporters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *16*(2), 165-173. https://shorturl.at/k070s

Dubois, J. (2021). *Journalisme, médias sociaux et intérêt public. Enquête auprès de 393 journalistes québécois*. Presses de l'Université Laval. https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2021/02/judith_dubois.pdf

Dupont, C. (1982). *La négociation. Conduite, théorie, application*. Dalloz.

Dwyer, S. C. et Buckle, J. L. (2009). The space between. *International Journal of Qualitative Methods, 8*(1), 54-63. https://doi.org/10.1177/160940690900800105

Eddie, M. H. (2011). *Médias en milieu minoritaire. Les attentes et les perceptions des publics de l'Acadie du Nouveau-Brunswick envers leur quotidien « L'Acadie Nouvelle »* [mémoire de maîtrise]. Université d'Ottawa. https://ruor.uottawa.ca/server/api/core/bitstreams/57bc01ff-50b6-4115-a28a-e2e31f7c5063/content

Eddie, M. H. (2019). *Publics, espace public et problème public. Une étude de cas de l'enjeu du gaz de schiste au Nouveau-Brunswick de 2010 à 2016* [thèse de doctorat]. Université d'Ottawa. https://ruor.uottawa.ca/items/fb7fcda3-ffd3-4262-9ec3-e3177fae48d3

Eddie, M.-H. et Cardinal, L. (2017). Le *Droit*, le mouvement *C'est l'temps* et l'inscription de la problématique des services en français dans l'espace public ottavien (1975). Dans A. Gilbert *et al.* (dir.), *Ottawa, lieu de vie français* (p. 38-39). Presses de l'Université d'Ottawa.

Ellison, N. et Thierry, A. (2011). Réseaux sociaux, numérique et capital social. Entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant. *Hermès. La Revue, 59* (1), 21-23. https://doi.org/10.3917/herm.059.0019

Ericson, R. V., Baranek, P. M. et Chan, J. B. (1989). *Negotiating Control. A Study of News Sources*. University of Toronto Press.

Erjavec, K. (2005). Hybrid Public Relations News Discourse. *European Journal of Communication*, *20* (2), 155-179. https://doi.org/10.1177/0267323105052295

Erzikova, E., Waters, R., et Bocharsky, K. (2018). Media Catching: A Conceptual Framework for Understanding Strategic Mediatization in Public Relations? *International Journal of Strategic Communication*, *12*(2), 145–159. https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1424713

Ettema, J. S. et Glasser, T. L. (1998). *Custodians of Conscience. Investigative Journalism and Public Virtue*. Columbia University Press.

Evans, T. (2010). We are all in PR now. *British Journalism Review, 21*(2), 31-36 https://doi.org/10.1177/0956474810374531

Fabris, P. (2000). *La pratique du journalisme en milieu minoritaire. Un regard croisé sur le cas de l'Ontario français* [mémoire de maîtrise]. Université Laval.

Fabris, P. et Beauchamp, M. (2002). La pratique du journalisme en milieu minoritaire canadien : le cas de l'Ontario français. *Les Cahiers du journalisme*, (10), 156-181. http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/10/06_Fabris_Beauchamp.pdf

Fabris, P. et Beauchamp, M. (2006). Le point de vue des sources au regard de la pratique journalistique en Ontario français. Dans M. Beauchamp et T. Watine (dir.), *Médias et milieux francophones* (p. 47-64). Presses de l'Université Laval.

Farid, A. S. (2023). Changing the paradigm of traditional journalism to digital journalism: Impact on professionalism and journalism credibility. *Journal International Dakwah and Communication, 3*(1), 22-32. https://doi.org/10.55849/jidc.v3i1.374

Farmer, D. (2008). L'immigration francophone en contexte minoritaire : entre la démographie et l'identité. Dans J. Y. Thériault, A. Gilbert et L. Cardinal (dir.), *L'espace francophone en milieu minoritaire au Canada. Nouveaux enjeux, nouvelles mobilisations* (p. 121-159). Fides.

FCFA [Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada] (2019). *Bâtir ensemble des communautés dynamiques, plurielles et inclusives. Plan stratégique communautaire en immigration francophone 2018-2023*. FCFA.

FCFA [Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada] (s. d.). Notre histoire. *La FCFA*. https://fcfa.ca/la-fcfa/

FCFA (2016). *Mémoire de la fédération des communautés francophone et acadienne du Canada*. *Dans le cadre des consultations du Comité permanent des Finances en vue du budget fédéral 2017*. FCFA. https://www.noscommunes.ca/Content/Committee/421/FINA/Brief/BR8398249/br-external/F%C3%A9d%C3%A9ration%20des%20communaut%C3%A9es%20francophones%20et%20acadienne-f.pdf

Ferrier, M. (2014). *The Media Deserts Project: Monitoring Community News and Information Needs Using Geographic Information System Technologies* [Conférence], AEJMC Midwinter Conference, University of Oklahoma.

Ferrer, A. F. et Retis, J. (2019). Ethnic minority media: Between hegemony and resistance. *Journal of Alternative and Community Media, 4*(3), 1-13. https://doi.org/10.1386/joacm_00054_1

Ferrer-Conill, R. et Tandoc, E. C., Jr. (2018). The audience-oriented editor: Making sense of the audience in the newsroom. *Digital Journalism, 6* (4), 436-453. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1440972

Ferrucci, P., Nelson, J. L. et Davis, M. (2020). From "public journalism" to "engaged journalism": Imagined audiences and denigrating discourse. *International Journal of Communication, 14*(9), 1586-1604. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11955/3010

Fisher, C. (2018). News sources and journalist/source interaction. *Communication*. Oxford Research Encyclopedias. https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-849

Fishman, M. (1980). *Manufacturing the News*. University of Texas Press.

Foisy, Ph.-V. (2021). Radio-Canada : les producteurs francophones demandent des engagements clairs. *Info*, 25 janvier. https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1765720/src-crtc-apfc-producteurs-francophones-numerique-depenses

Forgues, É. (2023). Les modèles de gouvernance des communautés francophones en situation minoritaire. *Minorités linguistiques et société/Linguistic Minorities and Society*, (20), n. p. https://doi.org/10.7202/1094899ar

Forgues, É., Robineau, A., Pépin-Filion, D. et Bouchard, M.-A. (2020). La construction d'espaces francophones comme projet de société en milieu minoritaire. *Minorités linguistiques et société/Linguistic Minorities and Society*, (13), 29-48. https://doi.org/10.7202/1070389ar

Fortin-Lefebvre, É., et Baba, S. (2020). Indigenous business support services : A case study of the Quebec entrepreneurial ecosystem in Canada. *Journal of Aboriginal Economic Development, 12*(1), 139–161.

Fourot, A.-C. (2016). Redessiner les espaces francophones au présent : la prise en compte de l'immigration dans la recherche sur les francophonies minoritaires au Canada. *Politique et Sociétés*, *35* (1), 25–48. https://doi.org/10.7202/

FPJQ. (2024). *Règlements généraux.* FPJQ. https://cdn.ca.yapla.com/company/CPY9xhmJrXC8hpGUQ5ssMX3n/asset/files/2024-11-17_reglementsgeneraux.pdf

Francoeur, C. (2017 a). Convergence : comment le travail des journalistes gravite autour des professionnels de la communication. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (12), art. nº 3479. https://doi.org/10.4000/rfsic.3479

Francoeur, C. (2017b). Journalistes et relationnistes. Une relation obligée où les journalistes s'aménagent des espaces d'autonomie. *Sur le journalisme. About journalism. Sobre jornalismo, 6*(1), 144-157. https://doi.org/10.25200/SLJ.v6.n1.2017.296

Francoeur, C. (2018). L'augmentation de contenu venant des relations publiques dans les nouvelles québécoises entre 1988 et 2016 : le cas de six quotidiens. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, (23), art. nº 2961. https://doi.org/10.4000/communiquer.2961

Franklin, B. (dir.). (2006). *Local Journalism and Local Media. Making the Local News*, 2e éd. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203969205

Gagnon, W. (2024, 30 mai). « Inévitable » : le journal Le Franco abandonne le papier. *Radio-Canada*. https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2076891/franco-journal-numerique-papier-alberta

Galli, L. (2016). Les rôles des radios communautaires et de la radio publique dans le maintien et la valorisation du français au Nouveau-Brunswick. *Travaux neuchâtelois de linguistique, 64*, 87–100. https://libra.unine.ch/server/api/core/bitstreams/d71d84cd-b91e-4211-8d25-4f8d6f576d97/content

Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Knopf.

García de Torres, E., Yezers' Ka, L., Rost, A., Calderín, M., Edo, C., Rojano, M. et Corredoira, L. (2011). Use of Twitter and Facebook by Iberoamerican media. *Profesional de la Información*, *20*(6). https://doi.org/10.3145/epi.2011.nov.02

Gaziano, C. (1989). Chain ownership homogeneity and presidential endorsements. *Journalism Quarterly, 66*(4), 836–845. https://doi.org/10.1177/107769908906600409

George, É. (2012). Re-reading the notion of "convergence" in light of recent changes to the culture and communication industries in Canada. *Canadian Journal of Communication, 35*(4), 555-564. https://doi.org/10.22230/cjc.2010v35n4a2385

George, É. (2015). Introduction. Dans É. George (dir.), *Concentration des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information* (p. xiii-xx). Presses de l'Université Laval.

George, É. et Aubin, F. (2012). APTN au cœur du développement de la radiodiffusion autochtone au Canada. *Recherches amérindiennes au Québec, 42* (1), 23-29. https://doi.org/10.7202/1023717ar

Gesualdo, N., Weber, M. S., et Yanovitzky, I. (2020). Journalists as knowledge brokers. *Journalism Studies*, *21*(1), 127-143. https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1632734

Gilbert, A. (2010). La présence française : Une typologie des communautés francophones minoritaires du Canada. Dans A. Gilbert (dir.), *Territoires francophones. Études géographiques sur la vitalité des communautés francophones du Canada* (p. 19-31). Éditions du Septentrion.

Gilbert, A., Langlois, S. et Thériault, J.-Y. (2004). *La vitalité des communautés francophones*. Prise de parole. https://icrml.ca/images/stories/documents/fr/sommaire_territoires.pdf

Giroux, D. (2022). *Les médias québécois d'information. État des lieux en 2022*. Centre d'études sur les médias. https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2020/10/cem-etatdeslieux-2022.pdf

Giroux, D. et Charlton, S. (2012). Les médias en quelques statistiques. Dans *L'état du Québec* (p. 356-362). Institut du Nouveau Monde, Acfas et Boréal.

Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching*. Berkeley, CA : University of CaliforniaPress.

Glaser, B. G. et Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Aldine.

Glaser, B. (1978) T*heoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory*. Sociology Press, Mill Valley.

Glaser, B. (1992). *Basics of Grounded Theory Analysis: Emergence vs. Forcing.*. Mill Valley, CA: Sociology Press.

Glaser, B. (1998). *Doing Grounded Theory. Issues and Discussions*. Sociology Press.

Glaser, B. (2001). *The Grounded Theory Perspective: Conceptualization Contrasted with Description.* Mill Valley, CA: Sociology Press.

Gouvernement du Canada. (2018). *Rapport annuel de 2016 à 2017 sur les activités de publicité du gouvernement du Canada* (No de catalogue P100-2-2017-fra).

Gouvernement du Canada. (2025). Rapport annuel sur les activités de publicité du gouvernement du Canada 2023 à 2024. Ottawa, Agence de coordination du gouvernement du Canada. https://www.canada.ca/fr/services-publics-approvisionnement/services/communication/ publicite-gouvernement/rapports-annuels/rapport-2023-2024.html

Goyette-Côté, M.-O., Carbasse, R. et George, É. (2012). Converging journalism. *Journalism Studies, 13* (5-6), 753-762. https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.667991

Graber, D. A. et Sigal, L. V. (1973). Reporters and officials: The organization and politics of newsmaking. *Political Science Quarterly, 89*(3), 672-674. https://doi.org/10.2307/2148473

Granado, A. (2011). Slaves to journals, serfs to the web: The use of the internet in newsgathering among European science journalists. *Journalism*, *12*(7), 794-813. https://doi.org/10.1177/1464884911412702

Gregory, A., Fawkes, J. (2019). A global capability framework : Reframing public relations for a changing world. *Public Relations Review*, *45*(3), 101781. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.05.002

Grey, T. (2023). *Médias et vitalité sociolinguistique en Fransaskoisie* [mémoire de maîtrise]. Université du Manitoba. https://mspace.lib.umanitoba.ca/items/79d163ca-8755-4536-b577-4571e8dd5777

Guillemette, F. (2006). L'approche de la Grounded Theory ; pour innover ? *Recherches qualitatives*, *26 (*1), 32–50. https://doi.org/10.7202/1085397ar

Guillemette, F. (2016). Introduction : la pratique réflexive, tout le monde en parle, mais…. *Approches inductives, 3* (1), 1-6. https://doi.org/10.7202/1035192a

Guillemette, F. et Luckerhoff, J. (2009). L'induction en méthodologie de la théorisation enracinée (MTE). *Recherches qualitatives, 28* (2), 4-21. https://doi.org/10.7202/1085270ar

Guillemette, F. et Luckerhoff, J. (2015). Introduction : Les multiples voies de la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE). *Approches inductives, 2* (1), 1-11. https://doi.org/10.7202/1028098a

Guillemette, F. et Luckerhoff, J. (2016). *Notes sur la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE)* [distribuées dans le cadre d'un atelier]. Université du Québec à Trois-Rivières.

Guillemette, F., Luckerhoff, J., Plouffe, M.-J. et Fall, O. T. (2021). La recherche qualitative : une analyse du vécu humain. Clarification conceptuelle à partir de nos recherches avec des personnes marginalisées. *Enjeux et société, 8* (1), 10-35. https://doi.org/10.7202/1076534ar

Gulyas, A., et Hess, K. (2024). The Three "Cs" of Digital Local Journalism: Community, Commitment and Continuity. *Digital Journalism*, *12* (1), 6–12. https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2211639

Guitard, S. (2003). Une analyse comparative des politiques linguistiques de deux radios communautaires francophones du Nouveau-Brunswick [Mémoire de maîtrise]. Université de Moncton. https://central.bac-lac.gc.ca/.item?id=MQ83311&op=pdf&app=Library&oclc_number=56921302

Guyot, J. (2006). Les médias pour les minorités comme objet de recherche : questions théoriques et méthodologiques. *Cahiers franco-canadiens de l'Ouest, 18* (2), 119-141. https://doi.org/10.7202/018946ar

Habermas, J. (1978). *L'espace public*. Payot.

Hall, S. (1994). Codage/décodage. *Réseaux*, (68), 27-39. https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1994_num_12_68_2618

Hall, S., Charles, C. Tony, J., John, C. et Brian, R. (1978). *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*. London, UK : Macmillan

Hansen, A. (1991). The media and the social construction of the environment. *Media, Culture & Society*, *13*(4), 443-458. https://doi.org/10.1177/016344391013004002

Harrison, K. (2000). Television viewing, fat stereotyping, body shape standards, and eating disorder symptomatology in grade school children. *Communication Research, 27*(5), 617-640. https://doi.org/10.1177/009365000027005003

Harvey, F. (1992). *Médias francophones hors Québec et identité. Analyses, essais et témoignages*. Institut québécois de recherche sur la culture.

Howley, K. (2002). Communication, culture and community: Towards a cultural analysis of community media. *The Qualitative Report, 7*(3), 1-24. https://doi.org/10.46743/2160-3715/2002.1975

Hayward, M. (2019). *Identity and industry: Making media multicultural in Canada*. McGill-Queen's University Press.

Heiselberg, L. et Hopmann, D. N. (2024). Local journalism and its audience. *Journalism, 25*(12), 2543-2563. https://doi.org/10.1177/14648849231173226

Henin, C. (2021). *Expliquer et justifier les systèmes de décisions algorithmiques* [thèse de doctorat]. Université de Lyon. https://theses.hal.science/tel-03551798v1/file/manuscrit_these_final_henin.pdf

Herman, E. S., et Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent : The political economy of the mass media*. New York, NY : Pantheon Books.

Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, Vujnovic, M. (2011). *The Active Recipient: Participatory Journalism Through the Lens of the Dewey-Lippmann Debate* [texte issu d'une communication orale], International Symposium on Online Journalism, Austin, 3 avril. https://isoj.org/wp-content/uploads/2018/01/Hermida2011.pdf

Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice, 4*(3), 297–308. https://ssrn.com/abstract=1732598

Hermida, A. (2013). Reconfiguring journalism research about Twitter, one tweet at a time. *Digital Journalism*, *1*(3), 295–313. https://doi.org/10.1080/21670811.2013.808456

Hertzum, M. (2022). How do journalists seek information from sources? A systematic review. *Information Processing & Management, 59* (6). https://doi.org/10.1016/j.ipm.2022.103087

Hess, K. et Waller, L. (2017). *Local Journalism in a Digital World. Theory and practice in the Digital Age*. Bloomsbury Publishing.

Horincq Detournay, R. (2018). Les fonctions de la mobilisation des écrits scientifiques dans une approche inductive : Analyse enracinée dans l'expérience d'une recherche doctorale. *Approches inductives, 5* (1), 145-176. https://doi.org/10.7202/1045156ar

Howley, K. (Ed.). (2010). *Understanding community media*. Sage.

Hubé, N. (2010). « La forme, c'est le fond ». La « Une » comme outil marketing de « modernisation » de la presse quotidienne. *Questions de communication, (17)*, 253-272. https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.389

Huston, G. A. (2012). Canada's ethnic media: Fostering dialogue, forging the engagement and integration of new Canadians: Uniting our communities in Canada's diversity and multiculturalism responsibility. *National Ethnic Press and Media Council of Canada*.

Ihlen, Ø. et Pallas, J. (2014). Mediatization of corporations. Dans K. Lundby (dir.), *Handbook on Mediatization of Communication* (p. 423-441). De Gruyter Mouton.

Iturregui-Mardaras, L., Gutiérrez-Cuesta, J. J. et Cantalapiedra-González, M.J. (2020). Journalists and public relations professionals: From influence and dependence to journalistic disintermediations. *Profesional de la información, 29*(3). https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.20

Jackson, D. et Moloney, K. (2016). Inside churnalism: PR, journalism and power relationships in flux. *Journalism Studies, 17*(6), 763-780. https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1017597

Jerónimo, P., (2015). *Ciberjornalismo de proximidade: Redações, jornalistas e notícias online* [Proximity online journalism: Newsrooms, journalists and online news]. Covilhã: LabCom.IFP.

Jerónimo, P., Correia, J. C., et Gradim, A. (2022). Are We Close Enough? Digital Challenges to Local Journalists. *Journalism Practice*, *16*(5), 813–827. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1818607

Johnson, M. (1991). *Les stratégies de l'acadianité. Analyse socio-historique du rôle de la presse dans la formation de l'identité acadienne* [thèse de doctorat]. Université de Bordeaux II.

Johnson, M. L. et Commissariat aux langues officielles du Canada (2006). *Une vue plus claire. Évaluer la vitalité des communautés de langue officielle en situation minoritaire*. Commissariat aux langues officielles. https://central.bac-lac.gc.ca/.item?id=SF31-83-2006F&op=pdf&app=Library

Johnson, M., Paulussen, S., et van Aelst, P. (2018). Much ado about nothing? The low importance of Twitter as a sourcing tool for economic journalists. Digital Journalism, 6(7), 869–888. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1490657

Jubaer, S. (2024). *The Future of Journalism in the AI Era* [autoédité]. https://doi.org/10.5281/zenodo.16891431

Kester, B. et Prenger, M. (2021). The turncoat phenomenon: Role conceptions of PR practitioners who used to be journalists. *Journalism Practice, 15*(3), 991-1008. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1727354

Klinenberg, É. (2000). Information et production numérique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, (134), 66-75. https://doi.org/10.3917/arss.p2000.134n1.0066

Kovach, B., et Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism : what newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers Press.

Kristensen, L.-M. (2021). Audience metrics : Operationalizing news value for the digital newsroom. *Journalism Practice, 17*(5), 991-1008. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1954058

Küng-Shankleman, L. (2000). *Inside the BBC and CNN. Managing Media Organizations*. Routledge.

Lacroix, C. et Carignan, M.-È. (2020). Pandémie de COVID-19 : de nouvelles contraintes journalistiques qui menacent le droit à l'information. *Enjeux et société*, *7* (2), 271–296. https://doi.org/10.7202/1073368ar

La Ferle, C. et Lee, W.-N. (2005). Can English language media connect with ethnic audiences? Ethnic minorities' media use and representation perceptions. *Journal of Advertising Research, 45*(1), 140-153. https://doi.org/10.1017/S002184990505004X

Laflamme, S. (1992). Les médias en milieu minoritaire : Les rapports entre l'économie et la culture. Dans F. Harvey (dir.), *Médias francophones hors Québec et identité* (pp. 25-35). Québec : Institut québécois de recherche sur la culture.

Laflamme, S. (2022). Note empirique sur *Le Voyageur* et le *Northern Life* de 2019. Médias et dialectique de la similitude et de la différence. *Cahiers Charlevoix. Études franco-ontariennes*, (14), 17-59. https://doi.org/10.7202/1095068

Laflamme, C. et Bernier, C. (1998). Vivre dans l'alternance linguistique. Médias, langue et littératie en Ontario français. Sudbury : Centre FORA

Lamot, K. et Paulussen, S. (2020). Six uses of analytics: Digital editors' perceptions of audience analytics in the newsroom. *Journalism Practice, 14*(3), 358-373. https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1617043

Landry, R. (2015). Légitimité et devenir en situation linguistique minoritaire. *Minorités linguistiques et société / Linguistic Minorities and Society*, (5), 58–83. https://doi.org/10.7202/1029107ar

Landry, R., Allard, R. et Deveau, K. (2006). Revitalisation ethnolinguistique. Un modèle macroscopique. Dans A. Magord (dir.), *Adaptation et innovation. Expériences acadiennes contemporaines* (p. 105-124). Presses interuniversitaires européennes.

Landry, R., Forgues, É. et Traisnel, C. (2010). Autonomie culturelle, gouvernance et communautés francophones en situation minoritaire au Canada. *Politique et Sociétés, 29* (1), 91-114. https://doi.org/10.7202/039957ar

Landry, M., Legault-Leclair, J., et McLaughlin, G. (2024). Tensions linguistiques au Nouveau-Brunswick : attitudes à l'égard du bilinguisme dans le système de santé. *Minorités linguistiques et société/Linguistic Minorities and Society*, numéro 22, 2024. https://doi.org/10.7202/1110623ar

Langlois, A. et Gilbert, A. (2006). Typologie et vitalité des communautés francophones minoritaires au Canada. *Le Géographe canadien, 50*(4), 432-449. https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.2006.00156.x

Laperrière, A. (1997). Les critères de scientificité des méthodes qualitatives. Dans J. Poupart, L.-H. Groulx, J.-P. Deslauriers, A. Laperrière, R. Mayer, et A. P. Pires (dirs.), *La recherche qualitative: Enjeux épistémologique et méthodologiques*. Boucherville :Gaetan Morin Editeur.

Lapointe, M.-C., Champagne-Poirier, O. et Luckerhoff, J. (2018). L'actualité culturelle au Québec. *Les Cahiers du journalisme, 2*(2), R69-R86. https://doi.org/10.31188/CaJsm.2(2).2018.R069

Lapointe, M-C., Pelbois, C., et P. Daignault (2023). Comment faire des analyses de données secondaires ? L'exemple des enquêtes sur les pratiques culturelles au Québec. Dans Lalancette, M. et J. Luckerhoff (dirs.). *Initiation au travail intellectuel et à la recherche. Pratique réflexive de recherche scientifique*. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Larose, S. et Nielsen, G. (1995). Médias et altérité : l'espace public et l'Ontario français virtuel. Dans J. Cotnam, Y. Frenette et A. Whitfield (dir.), *La francophonie ontarienne. Bilan et perspectives de recherche* (p. 283-308). Le Nordir.

Leask, J., Hooker, C., et King, C. (2010). Media coverage of health issues and how to work more effectively with journalists: a qualitative study. *BMC public health*, *10*(1), 535. https://doi.org/10.1186/1471-2458-10-535

Lecordier, D. (2011). Les recherches qualitatives : des méthodes, des postures... pour créer les conditions de la compréhension et l'émergence de sens. Recherche en soins infirmiers, 106(3), 4-4. https://doi.org/10.3917/rsi.106.0004.

Leclerc, J. (2001). *L'aménagement linguistique dans le monde*. CEFAN. https://www.axl.cefan.ulaval.ca

Lefebvre, M. (2010). Entre racines et mouvement : l'identité dans la francophonie canadienne. Dans A. Gilbert (dir.), *Territoires francophones. Études géographiques sur la vitalité des communautés francophones du Canada* (p. 108-126). Éditions du Septentrion.

Legavre, J. B. (2014). Communication et journalisme : ombres portées, ombres croisées. *Les Cahiers du journalisme, 26*(1), 12-34. https://cahiersdujournalisme.net/pdf/26/02_LEGAVRE.pdf

Legavre, J.-B. (2011). Entre conflit et coopération. Les journalistes et les communicants comme « associés rivaux ». *Communication & langages, 169*(3), 105-123. https://doi.org/10.4074/S0336150011003097

Le Ray, É. (2022). *La fin du journaliste et du journalisme ?* Penser les pratiques face au numérique : Regards croisés Nords-Suds**.** *REFSICOM*. https://refsicom.org/1197

Lewis, S. C., Holton, A. E. et Coddington, M. (2014). Reciprocal journalism: A concept of mutual exchange between journalists and audiences. *Journalism Practice, 8*(2), 229-241. https://doi.org/10.1080/17512786.2013.859840

Lewis, J., Williams, A. et Franklin, B. (2008). A compromised fourth estate? UK news journalism, public relations and news sources. *Journalism studies*, *9*(1), 1-20. http://dx.doi.org/10.1080/14616700701767974

Lindgren, A. et Corbett, J. (2025). Local news map data. Local News Research Project, *Local News Map data reports*, 1er avril. http://localnewsresearchproject.ca/category/local-news-map-data

Litt, E. (2012). Knock, knock. Who's there? The imagined audience. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 56*(3), 330-345. https://doi.org/10.1080/08838151.2012.705195

Lord, F.-R., Raynauld, V., Lalancette, M. et Luckerhoff, J. (2022). #La Résistance franco-ontarienne : Le rôle des médias socionumériques. *Enjeux et société, 9* (2), 277-300. https://doi.org/10.7202/1092849ar

Luckerhoff, J., Guillemette, F. et Lalancette, M. (2023). Qu'est-ce que la recherche qualitative ? Dans M. Lalancette et J. Luckerhoff (dir.), *Initiation au travail intellectuel et à la recherche*. Presses de l'Université du Québec.

Luckerhoff, J., & Guillemette, F. (2012). *Méthodologie de la théorisation enracinée : fondements, procédures et usages*. Presses de l'Université du Québec.

Luckerhoff, J. (2011). Le discours de la presse écrite et la médiation à l'extérieur du musée. La conquête du large public. Dans Martin, C., de la Durantaye, M., Lemieux J. et Luckerhoff, J. (dir.), *Enjeux des industries culturelles au Québec. Identité, mondialisation, convergence* (193-238). Québec : Presses de l'Université du Québec.

Luckerhoff, J. et Guillemette, F. (2023). Introduction. Le chemin de la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) dans le monde francophone. *Enjeux et société, 10*(2), 1-16. https://doi.org/10.7202/1110571ar

Lupien, P. (2020). Les médias socionumériques et la participation des minorités francophones canadiennes à la vie politique. *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, (127), art. nº 6064. https://journals.openedition.org/terminal/6064

Lusiana, D., et Parastry, A. (2025). Facing Digital Transformation in The Media Industry: Challenges and Opportunities. *Golden Ratio of Community Services and Dedication*, *5*(2), 40–46. https://doi.org/10.52970/grcsd.v5i2.1330

Luttrell, W. (2019). Reflexive qualitative research. *Oxford Research Encyclopedia of Education*. https://oxfordre.com/education/view/10.1093/acrefore/9780190264093.001.0001/acrefore-9780190264093-e-553

MacGregor, P. (2007). Tracking the online audience: Metric data start a subtle revolution. *Journalism Studies, 8*(2), 280-298. https://doi.org/10.1080/14616700601148879

Macnamara, J. (2014). *Journalism and PR. Unpacking 'Spin', Stereotypes and Media Myths*. Peter Lang Publishing. http://hdl.handle.net/10453/37547

Macnamara, J. (2016). The continuing convergence of journalism and PR: New insights for ethical practice from a three-country study of senior practitioners. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 93*(1), 118-141. https://doi.org/10.1177/1077699015605803

MacNamara, J. F. (1993). The informed consumer of survey research. *International Journal of Educational Reform, 2*(3), 346-353. https://doi.org/10.1177/105678799300200319

Mai, N. (2005). The Albanian diaspora-in-the-making: Media, migration and social exclusion. *Journal of Ethnic and Migration Studies, 31*(3), 543-561. https://doi.org/10.1080/13691830500058737

Maisonneuve, D. (2010). *Les relations publiques dans une société en mouvance*, 4e éd. Presses de l'Université du Québec.

Malling, M. (2023). Reconstructing the informal and invisible: Interactions between journalists and political sources in two countries. *Journalism Practice, 17*(4), 683-703. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1930571

Marchetti, D. et Baisnée, O. (2002). L'économie de l'information en continu : À propos des conditions de production dans les chaînes d'information en général et à Euronews en particulier. *Réseaux*, (14), 181-214. https://shs.hal.science/halshs-02379701v1/document

Martel, M.-È. (2018). *Extinction de voix. Plaidoyer pour la sauvegarde de l'information régionale*. Somme Toute.

McCombs, M. et Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly, 36* (2), 176-187. https://fbaum.unc.edu/teaching/articles/POQ-1972-McCOMBS-176-87.pdf

Media Ecosystem Observatory. (2024). Old news, new reality: A year of Meta's news ban in Canada. https://meo.ca/press/old-news-new-reality-a-year-of-metas-news-ban-in-canada

Melanson-Breau, N. (2024). Le slogan Right fiers des jeux de la francophonie canadienne, d'une polémique sociolinguistique à une formule [thèse de doctorat]. Université de Moncton. https://hdl.handle.net/20.500.14658/8387

Millette, M. (2015). *L'usage des médias sociaux dans les luttes pour la visibilité. Le cas des minorités francophones au Canada anglais* [thèse de doctorat]. Université du Québec à Montréal. https://archipel.uqam.ca/8050/

Millette, J. et Proulx, S. (2013). *Médias et transnationalité : Le rôle des médias et d'Internet dans la trajectoire identitaire des jeunes (18-25 ans) issus de l'immigration***.** Québec : Centre d'études sur les médias. https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2019/04/mediastransnationalite.pdf

Min, S. J. (2020). What the Twenty-First Century Engaged Journalism can Learn from the Twentieth Century Public Journalism. *Journalism Practice*, *14*(5), 626–641. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1758188

Moloney, K., Jackson, D. et McQueen, D. (2013). News journalism and public relations: A dangerous relationship. Dans S. Allan et K. Fowler-Watt (dir.), *Journalism. New challenges* (p. 259-281). Centre for Journalism & Communication Research. https://eprints.bournemouth.ac.uk/20935/1/JNC-2013-Chapter-16-Moloney-Jackson-and-McQueen.pdf

Morlandstø, L., et Mathisen, B. R. (2023). Blind spots and diversity in a local media landscape. *Journalism*, *24*(12), 2575-2592. https://doi.org/10.1177/14648849221119603

Morton, L. P. (1986). How newspapers choose the releases they use. *Public Relations Review, 12*(3), 22–27. https://doi.org/10.1016/S0363-8111(86)80048-0

Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication*. Sage.

Moyo, D., Mare, A. et Matsilele, T. (2019). Analytics-driven journalism? Editorial metrics and the reconfiguration of online news production practices in African newsrooms. *Digital Journalism, 7*(4), 490-506. https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780429347108-7/analytics-driven-journalism-editorial-metrics-reconfiguration-online-news-production-practices-african-newsrooms-dumisani-moyo-admire-mare-trust-matsilele

Nadeau, J.-M. (1996). Journalisme et militantisme. *Égalité. Revue acadienne d'analyse politique*, (39-40), 81-90.

Napoli, P. M. (2019). *Social Media and the Public Interest. Media Regulation in the Disinformation Age*. Columbia University Press.

Napoli, P. M., et Dwyer, D. L. (2018). Media policy in a time of political polarization and technological evolution. *Publizistik, 63*(6), 583–601. https://doi.org/10.1007/s11616-018-0440-2

Nel, F. (2010). *Laid Off. What do UK Journalists do Next? An Exploratory Study*. University of Central Lancashire et journalism.co.ok. https://fr.scribd.com/doc/37088778/Laid-Off-What-Do-Journalists-Do-Next

Negrine, R. et Papathanassopoulos, S. (1996). The "Americanization" of Political Communication: A Critique: A Critique. *Harvard International Journal of Press/Politics*, *1*(2), 45-62. https://doi.org/10.1177/1081180X96001002005

Nemer, D. (2016). Rethinking social change: The promises of Web 2.0 for the marginalized. *First Monday, 21*(6), art. nº 6786. http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/6786/5516

Neveu, É. (2019). *Sociologie du journalisme*. La Découverte.

Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., et Fletcher, R. (2025). *Digital news report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf

Nielsen, R. K. (2015). *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. Bloomsbury Publishing.

O'Donnell, P., McKnight, D. et Este, J. (2016). *Journalists and Public Relations*. Peter Lang.

Obermaier, M. et Koch, T. (2014). Mind the gap: Consequences of inter-role conflicts of freelance journalists with secondary employment in the field of public relations. *Journalism, 16*(5), 615-629. https://doi.org/10.1177/1464884914528142

Obijiofor, L. et Hanusch, F. (2019). Global journalism. *Communication. Oxford Research Encyclopedias*. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.820

Ojo, T. (2006). Ethnic print media in the multicultural nation of Canada: A case study of the black newspaper in Montreal: A case study of the black newspaper in Montreal. *Journalism*, *7*(3), 343-361. https://doi.org/10.1177/1464884906065517

Örnebring, H., et Karlsson, M. (2022). *Journalistic autonomy: The genealogy of a concept*. University of Missouri Press.

Owusu, N. (2025). Digital media's 2025 focus : Trust, engagement and innovation. *Digital Content Next*. https://digitalcontentnext.org/blog/2025/01/06/digital-medias-2025-focus-trust-engagement-and-innovation/

Pagé, G. (2015). Une illustration particulière de l'utilisation de la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) dans le but de mieux comprendre le sentiment de filiation chez les parents qui accueillent un enfant en vue de l'adopter. *Approches inductives*, *2*(1), 12–38. https://doi.org/10.7202/1028099ar

Paillé, P. et Mucchielli, A. (2021). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, 5e éd. Armand Colin. https://shs.cairn.info/l-analyse-qualitative-en-sciences-humaines--9782200624019?lang=fr

Paletz, D. L. (1992). *The Journalism of Outrage: Investigative Reporting and Agenda Building in America*, by David L. Protess Get access Arrow [compte rendu de livre]. *Political Science Quarterly, 107*(3), 566-567. https://doi.org/10.2307/2152466

Paquin, S. (2007). L'ARC du Canada et les radios communautaires dans les milieux francophones minoritaires. *Canadian Issues/Thèmes canadiens*, été, 60-64.

Paradis, D. (2018). *Les médias à l'ère numérique. Arrimer les nouvelles tendances aux responsabilités fédérales envers les communautés de langue officielle en situation minoritaire*. Chambre des communes. https://www.noscommunes.ca/Content/Committee/421/LANG/Reports/RP9980342/langrp11/langrp11-f.pdf

Paré, F. (2013). *Francophonies d'Amérique 35. Les journaux des communautés francophones minoritaires en Amérique*. Presses de l'Université d'Ottawa. https://doi.org/10.7202/1026403ar

Patrimoine canadien (s. d.). *Programmes d'appui aux langues officielles*. Canada.ca. https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/langues-officielles.html

Patrimoine canadien (2022). *Le gouvernement présente un projet de loi visant à garantir une rémunération équitable aux médias d'information et la viabilité des nouvelles locales* [communiqué de presse]. Canada.ca. https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/nouvelles/2022/04/le-gouvernement-presente-un-projet-de-loi-visant-a-garantir-une-remuneration-equitable-aux-medias-dinformation-et-la-viabilite-des-nouvelles-locales.html

Pedelty, M. (2020). *War Stories. The Culture of Foreign Correspondents*. Routledge.

Petras, P. (2016). *Contact de langues et changement linguistique en français acadien de la Nouvelle-Écosse : les marqueurs discursifs*. L'Harmattan.

Picard, R. G. (2011). *The economics and financing of media companies*. Fordham University Press.

Pignard-Cheynel, N., et Amigo, L. (2023). (Re)connecting with audiences. An overview of audience-inclusion initiatives in European French-speaking local news media. *Journalism*, *24*(12), 2612-2631. https://doi.org/10.1177/14648849231173299

Plouffe, M.- J., et Guillemette, F. (2012). La MTE en tant qu'apport au développement de la recherche en arts. Dans J. Luckerhoff, & F. Guillemette (dirs.), *Méthodologie de la théorisation enracinée : fondements, procédures et usages* (pp. 87-114). Québec : Presses de l'Université du Québec.

Porlezza, C., & Schapals, A. K. (2024). AI Ethics in Journalism (Studies): An Evolving Field Between Research and Practice. *Emerging Media*, *2*(3), 356-370. https://doi.org/10.1177/27523543241288818

Presse canadienne, La (2023). Meta bloquera l'accès aux nouvelles sur Facebook et Instagram au Canada. Radio-Canada, *Info*, 22 juin. https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1990349/facebook-instagram-nouvelles-canada-c18

Protess, D. L., Cook, F. L., Doppelt, J. C., Ettema, J., Gordon, M., Leff, D. R. et Miller, P. (1991). *The Journalism of Outrage. Investigative Reporting and Agenda Building in America*. Guilford Press.

Proulx, S. et Bélanger, D. (2001). La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec. *Réseaux*, 107 (3), 117-145. https://doi.org/10.3917/res.107.0117

Radio-Canada (2021). L'Eau vive au fil du temps, du Patriote de l'Ouest jusqu'à aujourd'hui. *Info,* 21 octobre. https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1832665/histoire-debut-eau-vive-journal-francophone

Radio-Canada (2022). Le fil d'actualité de Facebook se basera davantage sur la découverte de contenu. *Info*, 21 juillet. https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1899797/fil-actualite-facebook-reels-decouverte

Radio-Canada (2025). Un nouveau programme en journalisme autochtone voit le jour en Ontario. https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2167291/programme-journalisme-autochtone-ile-manitoulin

Raeymaeckers, K., Deprez, A., De Vuyst, S. et De Dobbelaer, R. (2015). The journalist as a jack of all trades: Safeguarding the gates in a digitized news ecology. Dans T. Vos et F. Heinderyckx (dir.), *Gatekeeping in Transition* (p. 104-120). Routledge.

Raiche, M. (1992). La presse francophone hors Québec : une analyse de son contexte et de son contenu. Dans F. Harvey (dir.), *Médias francophones hors Québec et identité. Analyses, essais et témoignages* (p. 59-74). IQRC.

Rainville, M. (1996). Entre la culpabilité et l'espoir. *Égalité. Revue acadienne d'analyse politique*, (39-40), 25-38.

Raynauld, V., Lalancette, M. et Tourigny-Kone, S. (2016). Political protest 2.0: Social media and the 2012 student strike in the province of Quebec, Canada. *French Politics, 14*(1), 1-29. https://doi.org/10.1057/fp.2015.22

Raynauld, V., Richez, E. et Wojcik, S. (2020). Les groupes minoritaires et/ou marginalisés à l'ère numérique. Introduction. Pratiques de mobilisation, changements socio-politiques et transformations identitaires. *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, (127). https://journals.openedition.org/terminal/3075

Rebillard, F. et Smyrnaios, N. (2010). Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne : Les cas de Google, Wikio et Paperblog. *Réseaux*, (2), 163-194. https://www.cairn.info/revue-reseaux-2010-2-page-163.htm

Reese, S. D. (1991). Setting the Media's Agenda: A Power Balance Perspective. *Annals of the International Communication Association*, *14*(1), 309–340. https://doi.org/10.1080/23808985.1991.11678793

Reich, Z. (2006). The process model of news initiative: Sources lead first, reporters thereafter. *Journalism Studies, 7*(4), 497-514. https://doi.org/10.1080/14616700600757928

Reich, Z. (2010). Measuring the Impact of PR on Published News in Increasingly Fragmented News Environments. *Journalism Studies*, *11*(6), 799-816. https://doi.org/10.1080/14616701003760550

Reinardy, S. (2011). Newspaper journalism in crisis: Burnout on the rise, eroding young journalists' career commitment. *Journalism, 12*(1), 33-50. https://doi.org/10.1177/1464884910385188

Rémysen, W. (2019). Les communautés francophones dans les provinces majoritairement anglophones du Canada : Aperçu et enjeux. *Travaux de linguistique*, (78), 15-45. https://doi.org/10.3917/tl.078.0015

Réseau.Presse. (2023). *Médiarama Canada 2022 : Rapport sur les cercles d'innovation*.

Revers, M. (2014). Journalistic professionalism as performance and boundary work: Source relations at the state house. *Journalism*, *15*(1), 37-52. https://doi.org/10.1177/1464884913480459

Rieffel, R. (1984). *L'élite des journalistes*. Presses universitaires de France.

Rigoni, I. (2010). Les luttes de dénomination autour des « médias des minorités ethniques » : Réflexions méthodologiques et épistémologiques. *Migrations Société, 128* (2), 95–110. https://doi.org/10.3917/migra.128.0095

Rigoni, I., et Saitta, E. (2012). Democratizing the Public Space? Ethnic Minority Media in a Glocal Context. Dans *Mediating Cultural Diversity in a Globalized Public Space* (pp. 1-18). London : Palgrave Macmillan UK. https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137283405_1

Ringoot, R. et Rochard, Y. (2005). Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques. *Mots. Les langages du politique*, (77), 73-90. https://doi.org/10.4000/mots.162

Rosen, J. (1996). *Getting the Connections Right. Public Journalism and the Troubles in the Press*. The Twentieth Century Fund Press.

Rubado, M. E., et Jennings, J. T. (2020). Political Consequences of the Endangered Local Watchdog: Newspaper Decline and Mayoral Elections in the United States. *Urban Affairs Review*, *56*(5), 1327-1356. https://doi.org/10.1177/1078087419838058

Saldaña, M., Joyce, V. M. H., Weiss, A. S., et Alves, R. C. (2017). Sharing the stage: Analysis of social media adoption by Latin American journalists. Journalism Practice, 11(4), 396–416. https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1151818

Sall, L., Piquemal, N., Zellama, F., Veronis, L. et Huot, S. (2022). L'immigration et les communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) : l'ultime défi pour la cohésion sociale ? *Minorités linguistiques et société/Linguistic Minorities and Society*, (18), 74-102. https://doi.org/10.7202/1089180ar

Sall, L., Veronis, L., Huot, S., Piquemal, N. et Zellama, F. (2021). Immigration et francophonies minoritaires canadiennes : les apories de la cohésion sociale. *Francophonies d'Amérique*, (51), 87-115. https://doi.org/10.7202/1076518ar

Sallot, L. M. et Johnson, E. A. (2006). Investigating relationships between journalists and public relations practitioners: Working together to set, frame and build the public agenda, 1991-2004. *Public Relations Review, 32*(2), 151-159. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2006.02.008

Savoie, E. (1996). Journalisme et institutions politiques au Nouveau-Brunswick. *Égalité. Revue acadienne d'analyse politique*, (39-40), 63-79.

Shaker, L. (2014). Dead Newspapers and Citizens' Civic Engagement. *Political Communication*, *31*(1), 131–148. https://doi.org/10.1080/10584609.2012.762817

Schaeffer, P. et Thibaud, P. (1979). Le quatrième pouvoir. *Esprit*, (33-34), 17-19. https://esprit.presse.fr/article/pierre-schaeffer/le-quatrieme-pouvoir-29033

Schellenberger, G. (2008). *CBC/Radio-Canada : Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution. Rapport du Comité Permanent du Patrimoine Canadien*. Chambre des communes.

Schlesinger, P. (1990). Rethinking the sociology of journalism: Source strategies and the limits of media-centrism. Dans M. Ferguson (dir.), *Public Communication. The New Imperatives* (p. 61-83). Sage.

Schön, D. A. (1984). *The Reflective Practitioner. How Professionals Think in Action*. Maurice Temple Smith.

Schrecker, C. (2006). *La communauté. Histoire critique d'un concept dans la sociologie anglo-saxonne*. L'Harmattan.

Schroeder, R. (2018). Rethinking digital media and political change. *Convergence, 24*(2), 168-183. https://doi.org/10.1177/1354856516660666

Schudson, M. (2002). The news media as political institutions. *Annual review of political science*, *5*(1), 249-269. https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.5.111201.115816

Scott, M., Bunce, M. et Wright, K. (2019). Foundation funding and the boundaries of journalism. *Journalism Studies, 20*(14), 2034-2052. https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1556321

Sénécal, M. (1981). Médias communautaires au Québec : état de marginalité ou marginalité d'État. *International Review of Community Development, 6*, 29–42. https://doi.org/10.7202/1034958ar

Sénécal, M. (1995). *L'espace médiatique. Les communications à l'épreuve de la démocratie*. Liber.

Siebert, F. S., Peterson, T. et Schramm, W. (1984). *Four Theories of the Press. The Authoritarian, libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. University of Illinois Press.

Sigal, L. V. (1973). *Reporters and officials : the organization and politics of newsmaking*. D. C. Heath.

Sissons, H. (2012). Journalism and public relations: A tale of two discourses. *Discourse & Communication, 6*(3), 273-294. https://doi.org/10.1177/1750481312452202

Sjøvaag, H., et Pedersen, T. A. (2018). The effect of direct press support on the diversity of news content in Norway. *Journal of Media Business Studies*, *15*(4), 300–316. https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1546089

Smyrnaios, N. (2023). La concentration des médias contre la démocratie. *La vie des idées*, 28 février. https://laviedesidees.fr/La-concentration-des-medias-contre-la-democratie

Sonnac, N. et Gabszewicz, J. (2013). *L'industrie des médias à l'ère numérique*. La Découverte. https://doi.org/10.3917/dec.sonna.2013.01

Sormany, P. (1990). *Le métier de journaliste*. Boréal.

Spatzier, A. (2016). One woman – Two sides of the same coin? Journalism and public relations: The case of Bertha von Suttner, Austria. *Public Relations Review, 42*(5), 787-791. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.12.003

Splendore, S. et Curini, L. (2020). Proximity between citizens and journalists as a determinant of trust in the media. An application to Italy. *Journalism Studies, 21*(9), 1167-1185. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1725601

Splendore, S. et Curini, L. (2020). Proximity between citizens and journalists as a determinant of trust in the media: An application to Italy. *Journalism Studies, 21*(9), 1167-1185. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1725601

Stalph, F., Hahn, O. et Liewehr, D. (2023). Local data journalism in Germany: Data-driven reporting amidst local communities and authorities. *Journalism Practice, 17*(9), 1882-1901. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2019089

Statistique Canada (2014). *Portrait des minorités de langue officielle au Canada*. Gouvernement du Canada. http://www.statcan.gc.ca/about-apercu/video/polmc-spmloc-fra.html

Statistique Canada (2021). *Recensement de la population*. Gouvernement du Canada. https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/index-fra.cfm

Statistique Canada (2022). Infographie 3. Hors Québec, le français demeure la première langue officielle parlée de plus de 900 000 personnes, mais leur poids démographique est en baisse. *Le Quotidien*. https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/220817/g-a003-fra.htm

Steensen, S. (2013). Conversing the audience: A methodological exploration of how conversation analysis can contribute to the analysis of interactive journalism. *New Media & Society, 16*(8), 1197-1213. https://doi.org/10.1177/1461444813504263

St-Germain, N. et White, P. (2021). Les impacts de l'intelligence artificielle sur les pratiques journalistiques au Canada [texte issu d'une communication orale]. Communication libre, 88e Congrès de l'Acfas, Université de Sherbrooke, 3-7 mai. https://archipel.uqam.ca/14259

Strauss, A. L. (1993). *Continual Permutations of Action*. Aldine de Gruyter.

Strauss, A. et Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, 2e éd. Sage Publications.

Strauss, A., et Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2ième ed.). Sage Publications, Inc.

Strömbäck, J. et Nord, L. W. (2006). Do politicians lead the tango? A study of the relationship between Swedish journalists and their political sources in the context of election campaigns. *European Journal of Communication, 21*(2), 147-164. https://doi.org/10.1177/0267323105064043

Strömbäck, J. et Nord, L. W. (2006). Do politicians lead the tango? A study of the relationship between Swedish journalists and their political sources in the context of election campaigns. *European journal of communication*, *21*(2), 147-164. https://jesperstromback.org/wp-content/uploads/2009/12/dopoliticiansleadtango.pdf

Tenor, C. (2023). Metrics as the New Normal—Exploring the Evolution of Audience Metrics as a Decision-Making Tool in Swedish Newsrooms 1995-2022. *Journalism, 25*(5), 1111–1129 https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/14648849231169185

Thériault, J. Y. (2014). Complétude institutionnelle : du concept à l'action. *Cahiers du MIMMOC*, (11), art. nº 1556. https://journals.openedition.org/mimmoc/1556

Thibault, S., Brin, C., Hébert, V., Bastien, F. et Gosselin, T. (2020). L'autonomie journalistique et ses limites : enquête pancanadienne auprès d'anciens praticiens. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, [29], 15-37. https://doi.org/10.4000/communiquer.6498

Tourigny Koné, S. (2014). Considérer les écrits scientifiques comme données à l'étude. *Approches inductives*, *1*(1), 70-95. https://doi.org/10.7202/1025746ar

De Bonville, J., Lesage, G., et Sauvageau, F. (1980). *Les journalistes dans les coulisses de l'information*. Québec-Amérique.

Théberge, M. (2013). Considération ontologiques, épistmémologiques, méthodologiques et éthiques de l'engagement du chercheur qualitatif dans le contexte de la minorité francophone de l'Ontario. *Recherches qualitatives.* https://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/hors_serie/hs-14/RQ-HS-14-Theberge.pdf

Tremblay, G., Bizimana, A.-J., et Kane, O. (2019). *Le service public médiatique à l'ère numérique : Radio-Canada, BBC, France Télévisions : expériences croisées*. Presses de l'Université du Québec. https://www.deslibris.ca/ID/480243

Tsai, H.-Y. S. (2022). Minority ethnic media: Challenges for the future. *Asian Journal of Communication, 32*(1), 21-40. https://doi.org/10.1080/01292986.2021.2007275

Tuchman, G. (1978). *Making News.* Free Press.

Tunstall, J. (1971). *Journalists at Work. Specialist Correspondents: Their News Organizations, News Sources, and Competitor-Colleagues*. Constable.

Tunstall, J. (1993). *Television Producers*. Routledge.

Turk, J. VanSlyke (1986). *Information Subsidies and Media Content. A Study of Public Relations Influence on the News*. Association for Education in Journalism and Mass Communication (Journalism and Communication Monographs).

UNESCO. (2003). *La législation sur la radiodiffusion sonore communautaire : Étude comparative des législations de treize pays*. https://shorturl.at/h9hNF

Uth, B., Stehle, H., Wilhelm, C., Detel, H. et Podschuweit, N. (2023). The journalism-audience relationship in the digital age: A theoretical literature review. *Journalism, 26*(1) 45-64. https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/14648849231221611

Valentini, C. (2017). La convergence des rôles respectifs des relationnistes et des journalistes influence-t-elle la perception qu'ils ont les uns des autres ? Un point de

vue italien. Dans Brousteau, N. et Francoeur, C. (dir.), *Relations publiques et journalisme à l'ère numérique* (p. 61-84). Presse de l'Université du Québec,

Valenzuela, S., Arriagada, A., et Scherman, A. (2014). Facebook, Twitter, and youth engagement: A quasi-experimental study of social media use and protest behavior using propensity score matching. *International Journal of Communication*, *8*(25), art. nº 1189. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2022/1189

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C., et López-García, X. (2022). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism, 23*(8), 1717–1735. https://doi.org/10.1177/1464884920969092

Verma, D. (2024). Impact of Artificial Intelligence on Journalism: A Comprehensive Review of AI in Journalism. *Journal of Communication and Management*, *3*(2), 150-156. https://doi.org/10.58966/JCM20243212

Viallon, P. et Gardere, E. (2020). Médias dits sociaux ou médias dissociants ?. *Communication et organisation,* (60), 191-193. https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.10839

Viererbl, B. et Koch, T. (2021). Once a journalist, not always a journalist? Causes and consequences of job changes from journalism to public relations. *Journalism, 22*(8), 1947-1963. https://doi.org/10.1177/1464884919829647

Vulpius, J. (2022). The role of audience data and metrics in becoming "audience-centred". Dans Manninen, V., Niemi, M.-K. et Ridge-Newman, A. (dir.), *Futures of Journalism. Technology-Stimulated Evolution in the Audience-News Media Relationship* (p. 347-363). Palgrave MacMacmillan.

Wade, M. (2018). Limites du pouvoir francophone : le territoire dans le régime linguistique canadien. *Minorités linguistiques et société*, (10), n. p. https://doi.org/10.7202/1054096ar

Wahl-Jorgensen, K. Harries, G., and Wahl-Jorgensen, K. (2007). The culture of arts journalists : Elitists, saviors or manic depressives? *Journalism, 8*(6), 619-639. https://doi.org/10.1177/1464884907083115

Wahl-Jorgensen, K., et Quandt, T. (2022). Introduction : Global Perspectives on Journalism and the Coronavirus Pandemic. *Journalism Studies*, *23*(5–6), 545–550. https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2039879

Wahl Jorgensen, K. (2022). Local Knowledge and Epistemic Authority in Entrepreneurial Journalism. *Digital Journalism* 1–15. https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2128388

Walker, L. (2004). On local sites, everyone's a journalist. *The Washington Post*, 9 décembre. https://www.washingtonpost.com/archive/business/2004/12/09/on-local-sites-everyones-a-journalist/0f73f610-408d-4a77-b3b7-97697bd59a8f/

Wanta, W., Golan, G. et Lee, C. (2004). Agenda setting and international news: Media influence on public perceptions of foreign nations. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, *81*(2), 364-377. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769900408100209

Waters, R. D., Tindall, N. T., et Morton, T. S. (2010). Media catching and the journalist–public relations practitioner relationship: How social media are changing the practice of media relations. *Journal of public relations research*, *22*(3), 241-264. https://doi.org/10.1080/10627261003799202

Watine, T. (1994). Médias acadiens Fondements et limites d'une pratique journalistique militante. *Communication*, *15*(2), 198-222. https://doi.org/10.3406/comin.1994.1692.

Watine, T. (2003). Le modèle du « Journalisme public ». *Hermès*, (1), 231-239. https://doi.org/10.4267/2042/9339.

Willig, C. (2001). *Introducing Qualitative Research in Psychology.* Buckingham, UK : Open University Press.

Wittorski, R. (2008). La notion d'identité collective. Dans M. Kaddouri, C. Lespessailles et M. Maillebouis (dir.), *La question identitaire dans le travail et la formation. Contributions de la recherche, état des pratiques et étude bibliographique* (p. 195-213). L'Harmattan.

Youran Qin, A. (2025). Why some towns lose local news—and others don't [billet de blog]. NiemanLab, 3 juin. https://www.niemanlab.org/2025/06/why-some-towns-lose-local-news-and-others-dont

Yu, S. S. (2017). Multi-ethnic public sphere and accessible ethnic media: Mapping online English-language ethnic media. *Journal of Ethnic and Migration Studies, 44*(11), 1-18. https://doi.org/10.1080/1369183x.2017.1346466

Zamith, R. (2019). Transparency, interactivity, diversity, and information provenance in everyday data Journalism. *Digital Journalism*, (7), 470-489. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1554409

Zhang, C. (2019). Right-wing populist discourse on Chinese social media: Identity, otherness, and global imaginaries. *Les Cahiers du Cevipol*, vol. 3, p. 2-31. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3325917