

L'image de l'ombudsman de presse  
dans deux quotidiens canadiens

Simon Langlois  
Département de sociologie,  
Université Laval et IQRC

Florian Sauvageau  
Département d'information  
et de communication, Université  
Laval et IQRC

Mai 1989

Les médias, qui veulent tout savoir et tout dire des divers pouvoirs, restent souvent réticents à se servir la même médecine qu'ils imposent si facilement aux autres institutions<sup>1</sup>. Malgré tout, conscientes de la nécessité d'une certaine transparence, ne serait-ce que pour prévenir toute ingérence externe dans leurs affaires, les entreprises de presse ont cherché depuis quelques décennies à se donner des mécanismes permettant l'examen de leur propre fonctionnement.

Au Canada, la critique des médias a été en quelque sorte institutionnalisée avec la création des Conseils de presse<sup>2</sup>, d'abord en Ontario et en Alberta en 1972, puis au Québec, l'année suivante. Au début des années 1980, d'autres Conseils de presse sont nés, dans la foulée du Rapport Kent, et il y en a maintenant dans toutes les régions du pays<sup>3</sup>, sauf en Saskatchewan. Leur importance et leur efficacité varient cependant grandement d'une région à l'autre.

Aux États-Unis, le National News Council n'a pas réussi à s'implanter et il est mort en 1984 après onze années de vie difficile. Il existe encore quelques rares Conseils régionaux ou locaux, mais c'est un autre outil de critique des médias, l'ombudsman de presse, qui progresse, bien qu'encore timidement.

L'ombudsman est une institution d'origine suédoise. Mieux connue chez-nous comme un mécanisme de protection des citoyens contre les abus possibles de l'administration publique, la fonction existe aussi dans d'autres secteurs. Ainsi, plusieurs universités ont maintenant leur ombudsman. Dans le monde des médias, le COURIER-JOURNAL, de Louisville (Kentucky) aux États-Unis, a été le premier journal à créer le poste d'ombudsman de presse en 1967<sup>4</sup>. En 1980, la quinzaine d'ombudsmans de presse existant alors aux États-Unis et au Canada se regroupaient dans l'Organization of Newspaper Ombudsmen, qui compte maintenant une

cinquantaine de membres, dans 8 pays. The Yomiuri Shimbun du Japon, et El Pais de Madrid, ont leur ombudsman. Au Canada, six quotidiens ont un ombudsman<sup>5</sup>. Il n'y en a pas dans la presse francophone.

Certains ombudsmans de presse définissent leur rôle comme celui d'un médiateur entre deux parties - le journal et les journalistes d'une part et les lecteurs ou dans certains cas les acteurs d'un événement. D'autres se considèrent davantage comme la voix ou le représentant des lecteurs, marquant ainsi nettement le point de vue à partir duquel s'oriente leur travail; certains ombudsmans sont carrément identifiés comme "readers' representative". D'autres enfin, à cause du temps qu'ils passent, par des conférences ou autrement, à expliquer les processus d'information et le rôle des médias sont parfois perçus comme des apologistes du journal qui les emploie.

Le rôle déclaré de l'ombudsman est d'être en quelque sorte un "chien de garde", pour reprendre une expression souvent employée dans le milieu de la presse: dans certains cas, il corrige les erreurs factuelles et les interprétations erronées véhiculées dans les nouvelles publiées, mais en d'autres occasions son rôle peut aller jusqu'à nuancer l'analyse ou contester les conclusions de certains journalistes.

Les personnes qui occupent la fonction d'ombudsman pratiquent leur métier de façon différente. Certains ont un espace réservé dans le journal pour rectifier les erreurs qui se sont glissées dans les publications précédentes; d'autres ont une chronique personnalisée ("column") où ils proposent leur analyse de la couverture d'une question controversée ou commentent une plainte d'un lecteur ou d'un acteur de l'actualité. D'autres travaillent directement auprès des journalistes et les amènent à corriger eux-mêmes l'information erronée. Leur intervention peut aussi

prendre la forme de mémos internes adressés aux journalistes visés par une plainte ou à la direction de la rédaction.

### L'ombudsman de la presse écrite: recherches récentes

L'institution de l'ombudsman de presse étant relativement récente et son implantation encore limitée, plusieurs questions se posent à son sujet. Comment les ombudsmans conçoivent-ils leur métier? Que pensent les journalistes et les lecteurs de la présence d'un ombudsman? L'institution est-elle crédible malgré les liens de l'ombudsman avec l'entreprise de presse, qui le choisit et le rémunère? Quel est l'effet de l'ombudsman sur le travail des journalistes? Et puisque, ultimement, la présence d'un ombudsman devrait contribuer à produire un meilleur journal, la qualité de l'information s'améliore-t-elle dans les journaux où il y a un ombudsman?

Un examen des recherches à ce sujet a permis de repérer quelques éléments de réponses à ces questions. La plupart des études sur l'ombudsman de la presse écrite ont été effectuées aux U.S.A. Dès le début des années 1970, Barnett (1973) et Sanders (1975) ont vérifié l'étendue de l'implantation de la fonction, en étudiant les moyens mis en place par les journaux pour assurer une certaine forme de responsabilité envers leurs lecteurs. Kapoor et Smith (1979) ont analysé la perception que les ombudsmans ont de leur rôle. Bollinger (1983) et Ettema et Glasser (1987) ont effectué des enquêtes auprès des ombudsmans de presse des États-Unis et du Canada pour mieux comprendre la nature de leur travail. Bollinger a aussi cherché à évaluer l'opinion des journalistes sur l'effet de la présence d'un ombudsman sur la qualité de l'information. Les journalistes interrogés n'avaient pas d'opinion arrêtée à ce sujet ("neutral"), mais considéraient par contre l'ombudsman comme crédible. Nelsen et Starck (1974) avaient été les premiers à scruter les réactions des journalistes

à la présence d'un ombudsman; leur enquête suggère que la présence d'un ombudsman peut d'abord provoquer des réticences chez les journalistes, mais que celles-ci s'atténuent si l'ombudsman s'acquitte de sa tâche de façon à gagner la confiance des journalistes.

Plus récemment, quelques recherches auprès des lecteurs sur leurs perceptions des médias<sup>6</sup> ont cherché à évaluer, entre autres, le lien entre la présence d'un ombudsman et la crédibilité dont jouissent les journaux. Bernstein (1986) a montré, en interrogeant les lecteurs des quotidiens (COURIER-JOURNAL et TIMES) de Louisville ayant un ombudsman, qu'il existait un lien entre la connaissance que les lecteurs avaient du travail de l'ombudsman et leur perception favorable du journal au plan de la responsabilité en matière d'information. Pour lui, l'existence d'un ombudsman augmente donc la crédibilité d'un journal auprès de ses lecteurs.

À notre connaissance, il n'y a pas eu de recherche spécifique sur l'ombudsman de presse au Canada, si ce n'est l'analyse plus générale des concepts de conseil de presse et d'ombudsman faite par Dominique Clift (1981), dans le cadre des travaux de la Commission Kent. Il a identifié divers facteurs qui ont amené l'institutionnalisation d'un examen critique permanent de la presse, et en particulier de la presse écrite. Des raisons commerciales ont d'abord incité certaines entreprises de presse à agir en ce sens; pour vendre un produit - l'information - les médias ont besoin d'être crédibles auprès de leurs lecteurs et l'un des moyens de s'assurer la loyauté de ces derniers a été précisément d'offrir des garanties que l'information et la publicité publiées étaient conformes aux faits.

Le TORONTO STAR, qui fut au Canada le premier journal à créer un poste d'ombudsman au début des années soixante-dix, a

précisément misé sur cette fonction pour chercher à convaincre le public que l'information était de meilleure qualité, dans le but évident d'attirer de nouveaux lecteurs. Déjà, à la fin des années 1950, et bien avant les ombudsmans de presse, le quotidien torontois avait fait oeuvre de pionnier en créant un lieu où se plaindre pour les lecteurs, le Star Bureau of Accuracy. C'est aussi le TORONTO STAR qui s'est fait le promoteur de l'idée d'un conseil de presse en Ontario. "Cette stratégie, accompagnée de fortes dépenses promotionnelles, tendait à rehausser le prestige institutionnel du STAR et de l'ensemble de la presse", écrit Clift (1981: 145) en soulignant l'aspect "relations publiques" de la fonction d'ombudsman sur lequel reviennent souvent les critiques de l'institution. Aux États-Unis, on a maintes fois parlé de "window dressing", de PR gimmick", voire même de frime<sup>7</sup>. Plus récemment, Ettema et Glasser ont rappelé et étudié l'ambiguïté de servir à la fois l'intérêt public et les intérêts de l'entreprise de presse.

Dominique Clift ajoutait cependant dans son étude à l'intention de la Commission Kent qu'il serait injuste de croire que seules des raisons commerciales expliquent la nomination d'ombudsmans ou la création de conseils de presse. "De fait, écrit-il, le souci d'améliorer la qualité du journalisme est actuellement très répandue et représente un apport extrêmement important à cet égard". (Clift, 1981: 146).

Nous faisons l'hypothèse que pour contribuer à l'amélioration de l'information et du journalisme et pour être autre chose qu'un outil de relations publiques, l'ombudsman doit être crédible auprès des journalistes. Les quelques recherches à ce sujet faites aux États-Unis semblent indiquer qu'il l'est. Qu'en est-il au Canada? Quelle représentation les journalistes se font-ils du rôle de l'ombudsman? À qui croient-ils que profite l'institution? Quel est l'effet de la présence d'un ombudsman sur

Le travail des journalistes? C'est ce que nous nous proposons d'examiner dans la présente étude.

L'enquête sur l'ombudsman de la presse écrite dans deux entreprises au Canada

Notre enquête a été effectuée à la fin du mois d'octobre 1985 dans deux importantes entreprises de presse anglophones du Canada. La première, THE TORONTO STAR, avait un ombudsman depuis 1972, alors que la seconde, THE GAZETTE, de Montréal, n'a créé ce poste qu'en 1981<sup>8</sup>. Les deux journaux avaient respectivement 288 (TORONTO STAR) et 147 (THE GAZETTE) journalistes à leur emploi au moment de l'enquête. Il n'y a pas eu d'échantillonnage; tous les journalistes ont reçu un questionnaire fermé auquel ils devaient eux-mêmes répondre et deux rappels écrits ont été expédiés au moyen d'une lettre circulaire. Le taux de réponse a été de 50,3 % au journal THE GAZETTE et de 36,8 % au TORONTO STAR.

Le tableau 1 présente les caractéristiques socio-économiques des journalistes ayant participé à l'enquête. Un peu plus des deux tiers des répondants sont des hommes. L'âge moyen des journalistes est un peu moins élevé au journal THE GAZETTE (36,6 ans) comparativement à celui de leurs collègues du TORONTO STAR (40,6 ans). Étant plus âgés, les journalistes à l'emploi de ce dernier journal ont aussi plus d'expérience dans ce métier et ils oeuvrent dans leur entreprise depuis plus longtemps; les journalistes du TORONTO STAR ont en moyenne quatre ans d'expérience de plus que leurs collègues de THE GAZETTE et ils ont davantage d'ancienneté (9,9 années) que ces derniers (5,7 années).

Nous avons regroupé les fonctions exercées par les journalistes en quatre groupes: reporter, editor, columnist et autres. Ces fonctions se distribuent à peu près de la même façon dans les deux entreprises.

### Les fonctions de l'ombudsman

Nous avons proposé aux répondants cinq fonctions habituellement attribuées à l'ombudsman de la presse écrite: corrections publiées, mémos internes, chroniques sur les médias, relations publiques et études spécifiques, et nous leur avons demandé d'identifier quelle était, de leur point de vue, la plus importante de ces fonctions.

Les journalistes perçoivent les fonctions de l'ombudsman de façon différente dans les deux entreprises étudiées. Ceux du journal THE GAZETTE croient plus souvent que l'ombudsman doit commenter la performance du journal dans un espace spécifique ("column") qui lui est attribué (31,9 %) ou qu'il doit publier des corrections (36,1 %), alors que leurs collègues de Toronto estiment de loin (61 %) que la principale fonction de l'ombudsman est de veiller à corriger les erreurs. (Tableau 2). Les columnists ont tendance à se démarquer quelque peu de leurs collègues car ils estiment en plus forte proportion que la fonction de l'ombudsman est d'être un critique interne, travaillant principalement à partir de mémos adressés aux journalistes. Ces journalistes préfèrent donc la critique interne aux corrections apportées publiquement dans le journal par l'ombudsman.

### La représentation sociale du rôle de l'ombudsman

Les journalistes des deux quotidiens ont des opinions opposées sur l'utilité de l'ombudsman pour leur travail. Ceux du journal THE GAZETTE estiment majoritairement que la présence d'un ombudsman est peu utile pour l'exercice de leur métier, contrairement à l'opinion exprimée par les journalistes à l'emploi du TORONTO STAR qui pensent en large majorité que l'ombudsman leur est utile. (Tableau 3). Le clivage entre les deux entreprises apparaît plus nettement dans la perception que les

répondants attribuent à leurs collègues au sein du journal, puisque les écarts sont encore plus tranchés. Une grande majorité des journalistes de THE GAZETTE croient que leurs collègues de travail sont peu favorables à l'ombudsman et, à l'opposé, une forte majorité des répondants du TORONTO STAR avancent qu'ils le sont. (Tableau 4). La fonction occupée dans le journal ne modifie pas l'opinion exprimée par les journalistes, contrairement à l'appartenance à l'un ou l'autre journal qui paraît déterminant.

La plupart des journalistes sont d'avis que l'ombudsman est un représentant nécessaire des lecteurs, mais cette fois encore, il y a une différence entre les deux journaux: la reconnaissance de la nécessité de l'ombudsman pour le public lecteur n'est presque pas contestée dans le journal torontois et elle l'est un peu plus à Montréal. (Tableau 5). Il y a ici un contraste dans les opinions des journalistes de THE GAZETTE qu'il importe de souligner. Ceux-ci estiment en majorité (70 %) que l'ombudsman est nécessaire pour les lecteurs, mais ils mettent largement en doute son utilité pour les journalistes. Est-ce dû au fait que cette institution est établie depuis plus longtemps dans le quotidien de Toronto, ce qui impliquerait qu'elle aurait eu plus de temps pour se faire reconnaître et se faire accepter par les journalistes? Il est difficile de l'affirmer aussi nettement à partir des informations recueillies. Il faut cependant noter que les journalistes à l'emploi du journal montréalais ne semblent pas, plus de quatre ans après la création du poste, avoir encore bien intégré la présence ou les interventions quotidiennes d'un ombudsman. Un autre indicateur va dans le sens de cette interprétation: à la question demandant si les commentaires de l'ombudsman "démoralisent le personnel", 82,2 % des journalistes de THE GAZETTE ont répondu par l'affirmative, contre 24 % au TORONTO STAR. Soulignons au passage que la crainte d'un effet négatif sur le moral des troupes est l'une des raisons les plus souvent invoquées par les directions de quotidiens pour refuser de nommer un ombudsman.

Le portrait d'ensemble des attitudes paraît être le suivant. Les journalistes reconnaissent en majorité la nécessité du poste d'ombudsman dans le journal, ces opinions étant plus marquées là où l'ombudsman existe depuis plus longtemps. Par ailleurs, là où ce dernier est en fonction depuis peu, les journalistes expriment des inquiétudes sur l'effet réel de sa présence sur leur propre travail.

#### Les groupes qui bénéficient de la présence de l'ombudsman

D'autres indicateurs permettent de cerner la perception qu'ont les journalistes de l'ombudsman. Nous leur avons demandé d'identifier les groupes sociaux auxquels son travail pouvait être utile. (Tableau 6). Une très forte majorité de journalistes soutiennent que les lecteurs profitent du travail de l'ombudsman. Cette observation confirme ce qui a été noté plus haut: les journalistes s'entendent généralement pour dire que l'ombudsman est utile aux lecteurs.

Les acteurs des événements rapportés dans le journal sont ensuite identifiés comme bénéficiaires de l'intervention de l'ombudsman. Ce dernier vient en effet corriger certaines erreurs ou imprécisions qui se glissent plus ou moins couramment dans les textes et les répondants reconnaissent ici que ce travail s'avère utile pour ces personnes.

Les journalistes eux-mêmes, y compris les editors, sont perçus comme bénéficiaires du travail de l'ombudsman par les deux tiers des répondants du TORONTO STAR, mais par seulement un tiers de ceux qui oeuvrent au journal THE GAZETTE. Cette différence confirme le diagnostic posé plus haut: les journalistes à l'emploi de ce dernier journal ne voient pas comment l'institution de l'ombudsman peut leur être utile dans la pratique de leur métier.

Loin derrière ces trois premiers groupes de bénéficiaires - lecteurs, acteurs et journalistes - viennent les administrateurs, les annonceurs et les propriétaires. Cette fois, il n'y a pas de différence dans la perception qu'ont les deux groupes de journalistes qui s'entendent pour considérer que ces trois derniers groupes tirent peu d'avantages du travail de l'ombudsman.

Bref, les journalistes perçoivent que l'ombudsman est d'abord utile aux lecteurs, aux journalistes et aux acteurs qui font l'objet de nouvelles. La fonction de l'ombudsman est perçue comme étant d'abord utile à la triade acteurs-journalistes-lecteurs, avant de servir les autres intervenants (administrateurs, publicitaires et propriétaires).

#### L'intervention de l'ombudsman auprès des journalistes

Environ trois journalistes sur cinq ont été l'objet d'un avis de la part de l'ombudsman au cours des deux années qui ont précédé l'enquête et cette proportion est à peu près la même dans les deux journaux étudiés. Les reporters ont été visés en plus forte proportion (70,9 %), suivis des columnists (66,7 %) et des personnes qui occupent la fonction d'editors (49,2 %). (Tableau non publié). Ce sont les journalistes ayant le moins d'expérience qui ont été surtout l'objet des interventions de l'ombudsman (75,4 %). Faut-il attribuer cette situation au manque d'expérience des jeunes journalistes qui seraient plus souvent sujets à commettre des erreurs susceptibles d'être rectifiées par l'ombudsman? Il est permis d'en faire l'hypothèse. C'est d'ailleurs ce que pense l'ombudsman du TORONTO STAR<sup>9</sup>.

Environ la moitié des journalistes visés l'ont été seulement une ou deux fois au cours d'une période de deux ans. La moyenne des interventions auprès des mêmes journalistes au cours de cette

période a été de 4,2 au journal THE GAZETTE et de 3,4 au TORONTO STAR. Les reporters ont été moins souvent l'objet d'une intervention répétée de l'ombudsman que les editors (3,2 fois en moyenne contre 5,3). Si l'intervention auprès des préposés au pupitre est moins probable, elle est cependant plus répétée lorsqu'elle se produit. L'ombudsman intervient plus souvent auprès d'un petit nombre d'editors.

Les avis de l'ombudsman n'ont évidemment pas tous la même importance; certains portent sur des questions mineures (erreurs de date, imprécisions secondaires, etc.), alors que d'autres peuvent toucher des questions de fond. Nous avons établi une liste de onze types d'articles visés par son intervention, qui apparaît dans le tableau 7. Première constatation: la nature des articles critiqués par l'ombudsman ne se distribue pas de la même manière dans les deux quotidiens et elle diffère aussi selon la fonction occupée. Un type d'articles ressort plus souvent que les autres: les nouvelles routinières (en anglais, routine hard news), type qui est cependant plus souvent mentionné au TORONTO STAR. La nature des autres articles qui sont l'objet de commentaires de la part de l'ombudsman varie beaucoup dans les deux journaux étudiés. Les articles sur les événements mineurs et les nouvelles importantes sont plus souvent mentionnés par les répondants du journal THE GAZETTE alors que ces deux genres ne posent pas de problèmes au TORONTO STAR, tandis que les analyses et les "columns" semblent plus souvent critiqués dans ce dernier journal. Enfin, les textes qui sont l'objet d'une intervention de la part de l'ombudsman auprès des reporters et des editors sont aussi assez différents, mises à part les nouvelles routinières.

D'après les journalistes visés, la critique de l'ombudsman a été effectuée le plus souvent à la suite d'une plainte d'un lecteur ou d'un acteur de l'actualité: lecteurs et acteurs seraient à l'origine de plus de 90 % des interventions.

(Tableau 8). On notera cependant une différence entre les deux journaux, puisque l'ombudsman semble prendre lui-même l'initiative de l'intervention plus fréquemment (13 %) au journal THE GAZETTE qu'au TORONTO STAR (3,2 %). Les critiques adressées aux editors originent plus souvent du public lecteur, alors que les avis adressés aux reporters viennent plus souvent après une plainte de l'acteur qui a été l'objet d'une nouvelle.

### Effets de l'intervention de l'ombudsman sur la perception des journalistes

Globalement, l'intervention de l'ombudsman auprès des journalistes a pour effet d'améliorer l'image que ceux-ci ont de lui: ceux qui ont été l'objet d'un avis sont plus nombreux à en reconnaître personnellement l'utilité, notamment au TORONTO STAR. (Tableau 9). D'autres indicateurs confirment l'effet de l'intervention: les journalistes visés reconnaissent plus nettement que le travail de l'ombudsman est utile aux journalistes eux-mêmes et aux personnes qui sont l'objet de nouvelles, ce qui est beaucoup moins le cas des journalistes qui n'ont pas eu personnellement affaire à l'ombudsman. (Tableau non publié). Les journalistes du TORONTO STAR pensent par ailleurs que "la présence d'un ombudsman aide notre personnel à être de meilleurs journalistes" en plus forte proportion lorsqu'ils ont eux-mêmes été l'objet d'une intervention, ce qui n'est pas le cas au journal THE GAZETTE, journal où cette perception est beaucoup moins répandue. (Tableau 10). Les personnes auprès de qui l'ombudsman est intervenu ont reconnu plus souvent que les autres que sa "présence est parfois pénible parce qu'il est difficile d'admettre ses erreurs publiquement" (tableau non publié) et elles avancent plus fréquemment que ce dernier a été la source de désaccords parmi le personnel du journal. (Tableau 11). Si on reconnaît la nécessité d'une telle fonction dans le journal, on avance aussi, lorsqu'on a été l'objet d'un avis, qu'elle peut déranger, particulièrement au journal THE GAZETTE.

Il importe par ailleurs de souligner que la présence d'un ombudsman n'affecte pas la conception que se font les journalistes de leur métier; les opinions à ce sujet sont assez identiques chez les personnes qui ont été en contact avec l'ombudsman et celles qui ne l'ont pas été. (Tableau non publié). Tout se passe donc comme si l'intervention d'un ombudsman avait avant tout un effet pratique: celui d'amener les journalistes à modifier certaines façons de travailler, quitte à en être dérangés, mais non leur conception du métier qui reste en quelque sorte intacte.

\* \* \*

Les diverses observations témoignent d'une constante: les opinions des journalistes vis-à-vis de l'ombudsman diffèrent beaucoup dans les deux entreprises. Comment expliquer ces écarts? Il se peut d'abord, comme nous l'avons déjà souligné, que la présence d'un ombudsman ne soit intégrée par les journalistes qu'avec le temps. Nelsen et Starck ont formulé des commentaires qui vont dans le même sens. Il y a un ombudsman depuis 1972 au TORONTO STAR, sans compter le Bureau of Accuracy qui existe depuis la fin des années 1950. THE GAZETTE n'a son ombudsman que depuis 1981.

Il est aussi possible que des facteurs spécifiques aux deux milieux de travail, comme par exemple la façon différente qu'ont les ombudsmans de remplir leurs fonctions, expliquent ces différences. Ainsi, selon les informations que nous avons pu recueillir auprès des deux ombudsmans concernés, celui du journal THE GAZETTE semble prendre plus fréquemment l'initiative d'une critique ou inviter à la critique que son collègue de Toronto; ce dernier passe par contre beaucoup de temps dans la salle de rédaction à discuter avec les journalistes, ce qui ne peut qu'accroître leur confiance envers lui. L'ombudsman du Toronto Star estime de plus que ses "columns" sont plus générales et sans

doute moins critiques que les articles de son collègue de THE GAZETTE qu'il perçoit comme plus attentif à la pratique quotidienne des journalistes ("day to day basis"). Partant, on pourrait même considérer comme tout à fait positif pour l'ombudsman de THE GAZETTE le fait que les journalistes jugent que sa présence ne leur est pas utile, alors qu'ils reconnaissent au contraire que l'institution est nécessaire pour les lecteurs. L'ombudsman n'est pas là en effet pour servir les journalistes.

Au TORONTO STAR, cinq personnes se sont succédées au poste d'ombudsman depuis 1972, chacun remplissant sa fonction à sa façon. Certains ont été plus critiques, un autre, fort connu, Borden Spears, s'est distingué par la rédaction d'essais plus généraux, voire philosophiques, sur le journalisme, un autre s'est beaucoup servi de la technique des mémos internes, etc. Un grand nombre de répondants à notre enquête ont vécu ces diverses façons de faire. Cela leur donne un recul face à la fonction d'ombudsman que les journalistes de THE GAZETTE n'avaient pas au moment du sondage, puisqu'ils n'avaient alors connu qu'un seul ombudsman depuis la création du poste. La perception de l'individu occupant la fonction pourrait ainsi avoir joué davantage dans les réponses des journalistes de THE GAZETTE que celle de l'institution. Nous retrouvons ici d'une certaine façon la distinction entre ideal ombudsman et actual ombudsman faite par Nelsen et Starck.

Malgré les différences d'une entreprise de presse à l'autre, les résultats globaux nous permettent cependant de conclure que l'institution est crédible auprès des journalistes. La perception que les journalistes ont de la fonction d'ombudsman correspond en effet à l'idée que s'en faisaient ses concepteurs les plus généreux qui voyaient en lui le représentant des lecteurs dans le journal. En plus d'être perçue comme nécessaire pour les lecteurs, la fonction d'ombudsman est en effet considérée d'abord utile à ces mêmes lecteurs, ensuite aux acteurs de l'actualité et aux

journalistes, avant d'avoir un effet sur les administrateurs, propriétaires et publicitaires. Cela permet d'affirmer que, pour les journalistes, l'institution est bien plus qu'un simple outil de relations publiques, qui serait d'abord utile à l'entreprise. Il faut cependant nuancer cette interprétation dans le cas de THE GAZETTE, où un nombre important de journalistes considèrent que l'ombudsman est incapable de réelle indépendance et sert de paravent aux relations publiques.

On pourrait aussi déduire des réponses obtenues que la présence d'un ombudsman contribue à l'amélioration de l'information, puisqu'elle sert avant tout les lecteurs. Logiquement, c'est ce qu'on pourrait croire. Par contre, les journalistes restent partagés quand on leur demande si la présence de l'ombudsman les rend plus soigneux dans leur travail. Cette dernière observation rejoint celle de Bollinger qui a trouvé que les journalistes n'avaient pas d'opinion précise ("neutral") quant à l'effet de la présence d'un ombudsman sur la qualité de l'information. Comme Bollinger également, nous avons remarqué que la fonction occupée dans le journal (reporter, editor, columnist) ne modifie pas l'opinion exprimée par les journalistes.

Une dernière remarque, plus générale, s'impose. Si la fonction d'ombudsman est crédible auprès des journalistes interrogés, elle semble également l'être auprès des lecteurs, les principaux bénéficiaires de l'institution si l'on en croit les journalistes. En 1986, les cinq ombudsmans canadiens du temps, (THE WINNIPEG FREE PRESS n'avait pas encore le sien) ont reçu environ 15 000 lettres ou appels des lecteurs; dans la plupart des cas, il s'agissait de plaintes. L'ombudsman de THE GAZETTE avait du mal à ne pas pavoiser face à ce succès, à l'été 1987<sup>10</sup>, au lendemain de la rencontre annuelle des Conseils de presse du Canada qui constataient pour leur part une baisse du nombre de plaintes: 245 en 1986, contre 285 pour l'année précédente.

L'activité des Conseils de presse, on le voit, n'a rien à voir en volume avec celle des ombudsmans, dont la popularité semble croître auprès de leurs lecteurs. Diverses raisons expliquent que ceux qui ont à se plaindre de leur quotidien puissent préférer l'ombudsman à un conseil de presse. Le mécanisme des Conseils de presse est lourd et la décision ne vient souvent que longtemps après la plainte, alors que plus personne ne se souvient de l'incident pour lequel le plaignant souhaitait obtenir réparation. L'intervention de l'ombudsman est au contraire rapide et surtout, le plus souvent, visible. Cette visibilité des ombudsmans, particulièrement quand ils tiennent une "column" dans le journal, constitue leur atout principal. Les Conseils de presse restent souvent peu connus du grand public et ont du mal à percer le mur des médias pour la publication de leurs décisions.

Au Québec, le Conseil de presse a connu, de 1982 à 1987, un phénomène de décroissance relativement important<sup>11</sup>. Le temps ne serait-il pas propice à la création d'un poste d'ombudsman dans certains médias francophones plus sensibles à donner une voix d'accès à leur public? La nomination de quelques ombudsmans ne nuirait pas au Conseil de presse, au contraire. Leur présence régulière dans les colonnes de quelques journaux par exemple, contribuerait à sensibiliser le public à la nécessité et à la possibilité de se plaindre des médias.

## Notes

1. Dans le cas du Québec par exemple, les nombreux débats à caractère éthique que vivent les journalistes et dont rendent régulièrement compte leurs publications comme LE 30 ou LA DÉPÊCHE (de la Fédération nationale des communications), se retrouvent rarement dans les pages des grands quotidiens.
2. Les Conseils de presse sont des tribunaux d'honneur chargés, entre autres, d'étudier les plaintes de ceux qui se sentent lésés par les médias. Leur autorité est morale.
3. La création des Conseils de presse de Colombie Britannique (1983), des provinces atlantiques (1983) et du Manitoba (1984) a suivi la parution du Rapport Kent en 1981. À ce sujet, on a déjà noté le lien qui existe souvent entre l'intention manifestée par l'État (dans ce cas-ci la Commission royale sur les quotidiens) d'intervenir en matière de presse et la création par les médias d'un outil d'autodiscipline.
4. On rattache l'origine de l'ombudsman de presse à la suggestion faite la même année par A.H. Raskin, du New York Times de créer dans les journaux des secteurs de critique interne pour veiller à l'honnêteté et à l'exactitude de l'information. (What's Wrong with American Newspapers? THE NEW YORK TIMES MAGAZINE, June 11, 1967).
5. THE GAZETTE de Montréal, THE TORONTO STAR, THE LONDON FREE PRESS, THE WINNIPEG FREE PRESS, THE CALGARY HERALD et THE EDMONTON JOURNAL.
6. Voir entre autres ASNE Research Report, Newspapers Credibility: = Building Reader Trust, April 1985.
7. Voir entre autres à ce sujet, Editor Calls Ombudsmen a "sham" and a "bad idea", Editor and Publisher, May 2, 1981, p. 74. Voir également Tate, Cassandra "What Do Ombudsmen Do", Columbia Journalism Review, May/June 1984, 37-41.
8. Il est intéressant de noter que le poste d'ombudsman à THE GAZETTE a été créé par le rédacteur en chef Mark Harrison, qui avait lui-même été le premier ombudsman du TORONTO STAR, en 1972.
9. "The kinds of mistakes (no attribution, one-sided reports, and the nature of the inaccuracies) bespeak inexperience". Lettre de M. Rod Goodman, 17 mars 1987.
10. Balfour, Clair, "Press councils ponder how to make people notice", THE GAZETTE, B-3, 25 juin 1987.

11. De 75 en 1982, le nombre de plaintes reçues par la Conseil de presse du Québec a chuté à 40 en 1987 pour remonter à 51 en 1988, sans doute grâce aux efforts de la nouvelle équipe de direction pour faire connaître l'institution.

## Références

- Barnett, William  
"Survey Shows Few Papers Are Using Ombudsmen", Journalism Quarterly, 50, Spring 1973: 153-156.
- Bernstein, James  
"The Public's View of Newspaper Accountability", Newspaper Research Journal, Vol. 7, No. 2, Winter 1986: 1.
- Bollinger, Bradford  
"The Effects of The United States and Canadian Newspaper Ombudsman on Repertorial Accuracy and a Survey of the Ombudsman's Roles and Duties", Thèse de maîtrise, California State University, 1983.
- Clift, Dominique  
"Conseils de presse et ombudsmen", Du côté des journalistes. Études sur l'industrie des quotidiens, vol. 2, Commission royale sur les quotidiens, Ottawa, 1981.
- Kapoor, Suraj et Ralph Smith  
"The Newspaper Ombudsman - A Progress Report", Journalism Quarterly, 56, Autumn 1979: 628-631.
- Nelsen, David and Kenneth Starck  
"The Newspaper Ombudsman as Viewed by the Rest of the Staff", Journalism Quarterly, 51, Autumn 1974: 453-457.
- Sanders, Keith  
"What Are Newspapers Doing to Be Responsive To Readers' Criticism? A Survey of U.S. Daily Newspapers Accountability Systems", News Research for Better Newspapers, 7, July 1975: 148-168.

Tableau 1

Caractéristiques des journalistes des  
entreprises The Gazette et The Toronto Star

	The Gazette	The Toronto Star
Homme (%)	69,4	71,4
Femme (%)	30,6	28,6
Âge moyen	36,6	40,6
Scolarité moyenne	15,9	15,7
Expérience comme journaliste	13,3	17,9
Expérience dans le journal	5,7	9,9
Reporter	52,1	46,1
Editor	35,6	38,5
Columnist	5,5	7,7
Autres	6,8	7,7
Total	N 73	104

Tableau 2

Roles attribués à l'ombudsman de la presse,  
selon la fonction et l'entreprise de presse

Fonctions	Reporter	Editor	Columnist	Autres	The Gazette	The Toronto Star	Total
Corrections publiées	53,7	52,4	45,4	23,1	36,1	61,0	50,6
Mémos internes	9,8	19,1	36,4	23,1	18,1	14,0	15,7
Chroniques sur les médias	22,0	20,6	9,1	30,7	31,9	13,0	20,9
Relations publiques	13,4	7,9	9,1	23,1	13,9	11,0	12,2
Études spécifiques	1,1	--	--	--	--	1,0	0,6
%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
N	82	63	11	13	72	100	172

p = n.s.

p ,01

Tableau 3

"Est-ce que la présence d'un ombudsman est utile  
aux journalistes dans leur travail quotidien?",  
selon l'entreprise de presse et la fonction dans le journal

Opinion		<u>The Gazette</u>	<u>The Toronto Star</u>	Reporter	Editor	Columnist et autres
Très utile		5,4	12,7	9,5	10,8	8,3
Assez utile		28,4	45,1	36,9	41,5	33,3
Peu utile		45,9	35,3	40,5	35,4	54,2
Pas du tout utile		20,3	6,9	13,1	12,3	4,2
Total	%	100	100	100	100	100
	N	74	102	84	65	24

p ,01  
Gamma = -,42

p = n.s.  
Gamma - -,04

Tableau 4

"Quelle est l'opinion de la majorité de vos collègues journalistes au sujet de la présence d'un ombudsman?", selon l'entreprise de presse et la fonction dans le journal

Opinion		<u>The Gazette</u>	<u>The Toronto Star</u>	Reporter	Editor	Columnist et autres
Très favorable		2,8	18,6	7,6	17,5	12,5
Assez favorable		19,4	69,0	44,3	49,2	54,2
Peu favorable		58,4	12,4	40,5	23,8	29,2
Pas du tout favorable		19,4	-	7,6	9,5	4,2
Total	%	100	100	100	100	100
	N	72	97	79	63	24

p ,001 Gamma  
Gamma = -,88

p = n.s.  
Gamma - -,21

Tableau 5

Opinions des journalistes sur l'ombudsman selon l'entreprise de presse

Opinion	Oui	Non	Aucune opinion	%	Total N	p	G
Un représentant nécessaire des lecteurs?	The Gazette	70,0	23,2	6,8	73	,03	
	The T. Star	84,3	8,8	6,9	102	-,35	
Non nécessaire parce qu'il y a des editors?	The Gazette	15,1	69,9	15,1	73	,01	
	The T. Star	5,1	88,8	6,1	98	,02	
Incapable d'une réelle indépendance?	The Gazette	50	31,1	18,9	74	,001	
	The T. Star	28,3	58,6	13,1	99	,23	
Un paravent pour les relations publiques	The Gazette	37	43,8	19,2	73	,001	
	The T. Star	13,4	75,3	11,3	97	,24	
Ses commentaires démoralisent le personnel	The Gazette	82,2	17,8	-	73	,001	
	The T. Star	24	76	-	104	,87	
La présence de l'ombudsman rend les journalistes plus soigneux dans leur travail	The Gazette	52,1	47,9	-	73	n.s.	
	The T. Star	57	43	-	100	-,09	

Tableau 6

"Jusqu'à maintenant, le travail de l'ombudsman  
a-t-il été utile aux groupes suivants?", selon  
le type de presse et la fonction

Groupes	<u>The Gazette</u>	<u>The Toronto Star</u>	Reporter	Editor	Autres
Journalistes	32,4*	67,0*	52,3	53,0	56,0
Editors	35,1*	61,3*	45,3	59,1	48,0
Administrateurs	18,9	26,4	24,4	22,7	24,0
Lecteurs	82,4	87,7	86,0	87,9	80,0
Annonces	14,9	17,0	18,6	13,6	16,0
Propriétaires	17,6	19,8	19,8	18,2	16,0
Personnes dont on parle dans le journal	52,7	64,2	65,1	51,5	60,0

\* Statistiquement différent.

Tableau 7

Type d'articles impliqués dans le dernier avis de l'ombudsman  
selon l'entreprise de presse et la fonction dans le journal

Type	<u>The Gazette</u>	<u>The Toronto Star</u>	Reporter	Editor
Événements importants	17,4	4,8	14,8	3,1
Nouvelles routinières	34,8	46,8	45,9	46,9
Analyses	8,7	14,5	9,8	15,6
Événements mineurs	26,1	6,5	18,0	9,4
Assignations difficiles	8,7	3,2	8,2	-
Feature	17,4	17,7	21,3	12,5
Article politique	10,9	6,5	4,9	12,5
Article ayant exigé beaucoup de travail	6,5	1,6	3,3	3,1
Column	4,3	8,1	1,6	3,1
Autres	2,2	6,5	1,6	12,5
Total	N 46	62	61	32

Tableau 8

Origine du dernier avis de l'ombudsman  
selon l'entreprise de presse et la fonction dans  
le journal

Origine	<u>The Gazette</u>	<u>The Toronto Star</u>	Reporter	Editor	
Plainte d'un lecteur	47,8	48,4	39,3	65,6	
Plainte d'une personne objet de couverture	32,6	48,4	47,5	28,1	
L'ombudsman	13,0	3,2	9,8	6,3	
La direction	-	1,6	1,6	-	
Autres	6,5	3,4	4,9	3	
Total	% N	100 46	100 62	100 61	100 32

Tableau 9

"Est-ce que la présence d'un ombudsman est utile aux journalistes dans leur travail quotidien?", selon l'intervention de l'ombudsman auprès du répondant et l'entreprise de presse

Opinion	Intervention		Total	The Gazette		The Toronto Star	
	oui	non		oui	non	oui	non
Très utile	15,1	1,5	9,8	8,7	0	20,0	2,4
Assez utile	38,7	36,8	37,9	23,9	37,0	50,0	36,6
Peu utile	34,9	48,5	40,2	45,7	48,2	26,7	48,8
Pas du tout utile	11,3	13,2	12,1	21,7	14,8	3,3	12,2
Total	100	100	100	100	100	100	100
	106	68	174	46	27	60	41

p = ,02  
G = ,29

p = n.s.  
G = ,07

p = ,01  
G = ,57

Tableau 10

"La présence d'un ombudsman aide notre personnel à être de meilleurs journalistes", selon l'intervention de l'ombudsman auprès du répondant et l'entreprise de presse

Meilleurs	Intervention		Total	The Gazette		The Toronto Star	
	oui	non		oui	non	oui	non
Oui	73,8	62,7	69,4	53,5	51,9	88,3	70,0
Non	26,2	37,3	30,6	46,5	48,1	11,7	30,0
Total	100	100	100	100	100	100	100
	103	67	170	43	27	60	40

p = n.s.  
G = ,25

p = n.s.  
G = ,03

p = ,04  
G = ,52

Tableau 11

"La présence d'un ombudsman est une source de sérieux désaccord pour le personnel", selon l'intervention de l'ombudsman auprès du répondant et l'entreprise de presse

Désaccord	Intervention		Total	The Gazette		The Toronto Star	
	oui	non		oui	non	oui	non
Oui	21,9	5,8	15,5	42,2	15,4	6,7	0
Non	78,1	94,2	84,5	57,8	84,6	93,3	100
Total	100	100	100	100	100	100	100
	105	69	174	45	26		43

p = ,01  
G = ,64

p = ,04  
G = ,60

p = ,22  
G = ,1