

Recherches sociographiques



La recherche sur l'histoire de la presse québécoise. Bilan et perspectives

Fernande Roy et Jean De Bonville

Volume 41, numéro 1, 2000

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/057324ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/057324ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département de sociologie, Faculté des sciences sociales, Université Laval

ISSN

0034-1282 (imprimé)

1705-6225 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Roy, F. & De Bonville, J. (2000). La recherche sur l'histoire de la presse québécoise. Bilan et perspectives. *Recherches sociographiques*, 41(1), 15–51. <https://doi.org/10.7202/057324ar>

Résumé de l'article

Cet article présente un bilan de la recherche en histoire de la presse au Québec et trace les grandes lignes d'un programme de recherche sur ce sujet. Les auteurs plaident en faveur d'une histoire sociale de la presse qui mettrait les acteurs sociaux au centre de l'analyse et qui tiendrait compte de l'« espace médiatique » dans toutes ses dimensions. Les orientations proposées sont regroupées en trois domaines, à savoir la production des messages, par les journalistes et par les entreprises, les messages eux-mêmes, tant sur le plan des contenus rédactionnel et publicitaire que sur celui de leur présentation, et, enfin, la réception de ces messages, qui renvoie au lectorat, mais aussi au rôle et à la liberté de la presse.

LA RECHERCHE SUR L'HISTOIRE DE LA PRESSE QUÉBÉCOISE BILAN ET PERSPECTIVES

Fernande ROY
Jean DE BONVILLE

Cet article présente un bilan de la recherche en histoire de la presse au Québec et trace les grandes lignes d'un programme de recherche sur ce sujet. Les auteurs plaident en faveur d'une histoire sociale de la presse qui mettrait les acteurs sociaux au centre de l'analyse et qui tiendrait compte de l'« espace médiatique » dans toutes ses dimensions. Les orientations proposées sont regroupées en trois domaines, à savoir la production des messages, par les journalistes et par les entreprises, les messages eux-mêmes, tant sur le plan des contenus rédactionnel et publicitaire que sur celui de leur présentation, et, enfin, la réception de ces messages, qui renvoie au lectorat, mais aussi au rôle et à la liberté de la presse.

Selon une conception largement répandue de la science historique, le travail de l'historien consisterait à chercher dans le passé les réponses aux questions qui habitent la conscience de ses contemporains. Depuis quelque temps déjà, l'industrie des communications est devenue un secteur économique important dans la société québécoise. Une proportion substantielle de la population active participe à l'économie de l'information, comme il est désormais convenu d'appeler le nouveau secteur quaternaire. Les médias sont une source importante de pouvoir économique ou politique et un lieu privilégié d'arbitrage des enjeux sociaux. Ils contribuent à la formulation des normes sociales et à la transformation des pratiques culturelles. Les individus, les collectivités et la société dans son ensemble y puisent largement leur définition de la réalité sociale. À l'évidence, une description adéquate de la société contemporaine ne saurait faire abstraction du rôle central des médias. De ce fait, il incombe à la communauté historienne de décrire et d'expliquer l'émergence de ce rôle et, à l'amont, la nature et le fonctionnement des institutions sociales qui jouaient ce rôle avant l'apparition des médias de masse. Telle est l'exégèse proposée

de l'aphorisme de McLuhan, « Le message, c'est le média » : la nature du média détermine son rôle et son contenu. La connaissance approfondie du média devient alors indispensable à la compréhension des messages.

On constate, pourtant, à tout le moins dans l'historiographie québécoise, que les ouvrages historiques sur les médias demeurent des raretés. Posant ce diagnostic du retard historiographique, nous voulons aussi suggérer les moyens de développer ce champ de recherche. De l'ensemble des médias, nous ne retiendrons ici que la presse, de loin le média le plus étudié¹. Bien que nous n'en écartions en principe aucune des ramifications, nous traiterons surtout, dans nos exemples et nos propositions, de la presse d'information générale et politique. Après un court bilan de l'historiographie sur le sujet, nous tracerons les lignes maîtresses qui devraient guider les chercheurs et esquisserons les traits prioritaires d'un programme de recherche.

1. *Les grandes tendances de l'historiographie québécoise*

Le premier chantier investi par les historiens dès les années 1960 a été celui des instruments de travail. Les excellentes bibliographies annotées de Marie TREMAINE et de John HARE et Jean-Pierre WALLOT (1967, 1983) couvraient le premier demi-siècle d'histoire de la presse. Par ailleurs, l'équipe réunie par André BEAULIEU et Jean HAMELIN (1971-) nous a fourni un outil de premier ordre en établissant un répertoire signalétique de la presse québécoise de ses origines à 1975.

La constitution du *Dictionnaire biographique du Canada* a aussi eu des retombées bénéfiques sur l'histoire de la presse. En effet, les quatorze volumes déjà parus contiennent les notices biographiques fouillées de plus de deux cents imprimeurs, éditeurs ou journalistes québécois des XVIII^e et XIX^e siècles. Elles constituent le noyau d'un deuxième pôle de recherches, celui des acteurs individuels. Le genre biographique est en effet bien adapté à l'étude du journalisme d'opinion et a été pratiqué avec succès par plusieurs auteurs, même si, très souvent, c'est la contribution politique, sociale ou littéraire des hommes de presse qui a été soulignée plutôt que leur travail de journalistes proprement dit². Mais la biographie convient peu au journalisme du XX^e siècle, travail d'équipe qui laisse moins de place à

1. Nous suggérons les critères suivants pour juger de l'appartenance d'un imprimé au genre « presse » : continuité du titre, numérotation séquentielle des fascicules, périodicité régulière et moindre qu'annuelle, sans perspective d'interruption *a priori* (ce qui exclurait une encyclopédie publiée en fascicules hebdomadaires).

2. Il serait évidemment trop long de dresser une liste même sommaire. Nous renvoyons à Jean DE BONVILLE (1995a) pour le signalement de biographies sur des personnages aussi divers que Olivar Asselin, Napoléon Aubin, Honoré Beaugrand, Henri Bourassa, Arthur Buies, Ludger Duvernay, Jules Fournier, Rodolphe Girard, Valentin Jautard, Fleury Mesplet, Étienne Parent, Robert Sellar, Jules-Paul Tardivel, etc.

l'expression des opinions personnelles. Il est d'ailleurs symptomatique que, pour la période contemporaine, la plupart des biographies portent sur des éditorialistes.

Le troisième domaine fréquenté par les chercheurs est celui du contenu de la presse : idéologies et littérature en constituent les deux principaux centres d'intérêt. En effet, dans une colonie encore peu peuplée, la presse sert, pendant plus d'un siècle, de véhicule aux « gens de lettres », les journalistes appartenant souvent à la classe des lettrés. À cet égard, les travaux de l'équipe de recherche rassemblée par Maurice Lemire ont contribué à une meilleure connaissance de la presse et du journalisme des XVIII^e et XIX^e siècles, même si tel n'était pas leur objectif principal. Les premiers volumes du *Dictionnaire des œuvres littéraires du Québec* et de *La vie littéraire au Québec* mettent en lumière les rapports symbiotiques du journalisme et de la littérature durant près d'un siècle et demi. Par ailleurs, clairement proclamées, comme dans les feuilles d'opinion du XIX^e siècle ou tacites, voire niées, comme dans la grande presse d'information, les idéologies constituent un matériau privilégié de l'historiographie québécoise, grâce, notamment, aux travaux sur les *Idéologies au Canada français*, dirigés par Fernand DUMONT, Jean HAMELIN et Jean-Paul MONTMINY (1971, 1974, 1978, 1981)³.

Si l'on exclut l'article très souvent cité d'André BEAULIEU et de Jean HAMELIN (1966) dans lequel les auteurs dressent, à la suite de leur premier inventaire de journaux (BEAULIEU et HAMELIN, 1965), quelques perspectives générales sur la presse canadienne-française, peu de synthèses abordent le sujet, particulièrement pour le XX^e siècle dans son ensemble. En outre, cet article, au demeurant fort juste et toujours valable, s'apparente au genre classique du palmarès de journaux importants et de grands journalistes. Plus libres de cette approche sont les travaux de Claude GALARNEAU (1984) et de Jean DE BONVILLE (1988). Le premier exploite systématiquement les données contenues dans le premier tome du répertoire de la presse québécoise afin de reconstituer le tableau de la presse de 1764 à 1859. Le second consacre un chapitre de son ouvrage sur la presse de 1884 à 1914 à la description sociographique du phénomène.

Dans l'ensemble, la production historique est caractérisée par un intérêt prépondérant pour les individus. *A priori*, cette propension peut sembler normale et légitime : les journalistes ne sont-ils pas en définitive engagés dans des activités intellectuelles individuelles ? Pourtant, comme l'ont montré certains travaux de Pierre SAVARD (1972), Jocelyn SAINT-PIERRE (1993) ou Line GOSSELIN (1994), les journalistes forment aussi des groupes, des collectivités différentes de la somme des individus qui les composent. Dans les travaux sur le contenu de la presse, la perspective individuelle demeure privilégiée : les études sur l'idéologie de tel ou tel journal forment le contingent de loin le plus nombreux. Plus rares sont les

3. Pour un bilan de la recherche sur les idéologies, voir Yvan LAMONDE (1989) et Fernande ROY (1993).

recherches portant sur un secteur entier de la presse, comme la thèse de Ralph R. HEINTZMAN (1977) sur le traitement des questions économiques dans les quotidiens montréalais de langue française et celle de Fernande ROY (1988) à propos de la presse d'affaires de langue française. Dans *La vie littéraire au Québec*, Maurice Lemire et ses collaborateurs vont plus loin et conçoivent la littérature et la presse qui en est le support non pas tant comme une collection d'œuvres ou de publications successives que comme des institutions.

Ces quelques exemples demeurent toutefois des exceptions comme le démontre l'analyse bibliométrique des travaux sur la presse de 1764 à 1914 (DE BONVILLE, 1995d). En effet, sur les quelque 840 écrits répertoriés, plus de la moitié (51 %) portent sur les artisans de la presse (imprimeurs, éditeurs, rédacteurs), et 21 % concernent le contenu des publications. Ces tendances lourdes ne semblent pas se démentir en ce qui concerne la période contemporaine comme le suggèrent les quelques bibliographies consultées⁴. En effet, la dimension individuelle continue d'y occuper une place prépondérante.

Ces commentaires sur les tendances générales ne constituent en rien un jugement de valeur sur la qualité de ces travaux. En effet, plusieurs monographies sur un journaliste ou sur le contenu d'une publication satisfont à tous les critères d'une bonne recherche historique. Mais, force est de constater qu'il s'agit plus souvent d'une histoire *avec* la presse que d'une histoire *de* la presse. Dans les analyses de contenu, par exemple, on remarque un intérêt disproportionné accordé à des titres valorisés par l'élite socioculturelle (*Le Devoir*, *La Minerve*, *Le Canadien*, etc.) et un désintérêt à l'endroit de publications qui s'imposent pourtant par leur diffusion (*La Presse*, *La Patrie*, *Montréal-Matin*, *The Montreal Star*, etc.). Peu nombreux sont les historiens qui confèrent à la presse un rôle actif et s'interrogent sur sa place dans la définition des événements étudiés. Mais plus rares encore, les recherches où journaux ou journalistes sont le véritable centre d'intérêt. Faire l'histoire de la presse pour elle-même, en tant qu'institution importante dans notre société, est un objectif valable en soi et qui ne pourra qu'être avantageux pour les utilisateurs de la presse comme source d'information. Selon cette approche, l'historien devrait prendre en considération l'ensemble des dimensions du média et placer les acteurs sociaux au centre de l'analyse, faire, en somme, ce que l'on pourrait désigner comme une histoire sociale de la presse.

Comme le montre le court bilan dressé plus haut, le renouveau de la science historique, dont l'« école des Annales » a été l'instigatrice et le symbole il y a plus

4. Nous avons consulté la banque de données *Hiscabec*, qui couvre la production historiographique depuis 1945, la banque de données *Médiadoq*, qui répertorie notamment les travaux universitaires sur les médias réalisés depuis 1960 (ces deux banques ne sont plus mises à jour depuis bientôt cinq ans) et la bibliographie de Minko SOTIRON (1987). Pour une recension critique de l'historiographie canadienne dans son ensemble, voir William J. BUXTON et Catherine MCKERCHER (1998).

d'un demi-siècle, ne semble pas, au Québec tout au moins, avoir touché l'histoire de la presse. L'originalité de l'« école des Annales » reposait en partie sur son ouverture aux autres sciences sociales, en particulier la démographie, l'économie et la sociologie, qu'elle invitait à féconder les problématiques historiennes. Or, à propos d'histoire de la presse, une telle relation ne semble pas s'être établie entre les historiens et leurs collègues des autres disciplines des sciences sociales. La « communication », qui a émergé comme nouveau champ disciplinaire, a concentré l'essentiel des travaux sur les médias. Cette nouvelle « discipline » n'a pas été un terreau aussi fertile que les sciences sociales plus anciennes pour l'approche historique. Les historiens ont sans doute été déroutés par les méthodes et les perspectives à très court terme d'un grand nombre de recherches en communication.

L'historiographie québécoise a réservé une place prépondérante aux individus, qu'il s'agisse de personnes ou d'institutions, dans l'histoire de la presse. Nous voudrions prendre le contre-pied de cette tendance. Par delà le rédacteur individuel, il y a le groupe de journalistes. Par delà la multiplicité des titres, la diversité des formules et la variété des formats, journaux et revues forment un ensemble. En ne se concentrant que sur les avatars historiques de périodiques individuels, on valorise les particularités et on risque de favoriser les traits singuliers au détriment des caractères spécifiques ou génériques. S'il est question du contenu des publications et de l'œuvre de leurs rédacteurs, l'approche traditionnelle a tendance à privilégier des critères axiologiques : les journaux « sérieux » et les « grands » journalistes seront son objet principal. S'il est question du comportement des acteurs, éditeurs ou journalistes, elle invoque des considérations psychologiques sans possibilité de généralisation. L'approche sociale, au contraire, présente les publications dans leurs relations réciproques, dans leur interdépendance ; elle conçoit la presse comme un « système de journaux », selon l'expression de Maurice MOUILLAUD (1968). Elle n'exclut pas pour autant l'analyse de cas individuels, mais les retient alors comme des instances de situations plus générales.

Mais la presse, ensemble plus ou moins nombreux d'entreprises d'importance variée, se différencie des autres institutions sociales par sa fonction essentielle, qui consiste à recueillir, produire et transmettre des messages. Malgré les différences de format et de contenu, la vieille gazette du XVIII^e siècle et le quotidien contemporain partagent cette fonction commune. Cependant, outre cette fonction essentielle, qui transcende temps et espace, la presse remplit d'autres rôles, qui eux peuvent varier selon les contextes spatio-temporels. C'est précisément à l'historien de la presse qu'il incombe d'expliquer en quoi ces rôles secondaires ou spécifiques⁵ influencent

5. Par exemple, *La Gazette de Québec*, premier journal fondé sur le territoire du Québec contemporain, publiait, pour le compte du gouverneur de la colonie, des informations sur la

la manière dont la presse s'acquitte de sa fonction essentielle, en quoi ils colorent le fond et la forme des messages diffusés.

L'historien doit aussi prendre en compte le milieu dans lequel s'insère chaque journal, que nous appellerons l'« espace médiatique ». Cet espace se déploie dans plusieurs dimensions : géographique (circulation de l'information et diffusion du journal), démographique (nombre, âge, langue et degré d'alphabétisation des habitants), économique (nature et densité des relations de production et d'échange), politique (manière dont se distribue le pouvoir dans la société), sociale (classes, ethnies, groupes d'intérêt, mouvements, associations, Églises, etc.). Ces dimensions sont interdépendantes, et nous les qualifions d'exogènes puisqu'elles existent en dehors et indépendamment des médias.

Mais l'espace médiatique comporte aussi des dimensions endogènes, plus spécifiquement liées aux médias eux-mêmes. La première de ces dimensions endogènes est celle de la technique médiatique, laquelle se définit par les moyens de production des médias. Dans le cas des médias imprimés, il s'agit essentiellement des techniques de transmission de l'information, de composition typographique et d'impression. La seconde dimension endogène est constituée par ce que nous appellerons, faute de termes plus adéquats, l'effectif médiatique. Elle se définit par la variété et la quantité de l'offre de médias ; le terme média étant entendu à la fois dans son acception spécifique, au sens où il permet de distinguer entre eux les médias presse, radio, télévision, cinéma, etc., et dans le sens des supports individuels (tel journal, telle station de radio ou de télévision, etc.). Les deux dimensions endogènes sont évidemment en étroit rapport entre elles, mais elles le sont autant avec les autres dimensions : la taille de la population et l'organisation sociale, par exemple, sont susceptibles d'influencer grandement l'effectif médiatique.

L'intérêt du concept d'espace médiatique ne tient pas dans l'originalité ou l'exclusivité de ses éléments constitutifs, puisque, tout au moins en ce qui concerne les dimensions exogènes, il s'agit de notions élémentaires en histoire. Toutefois, le concept présente un avantage méthodologique certain en ce qu'il sollicite l'attention de l'historien sur toutes les ramifications de la presse. Considérant la seule dimension de l'effectif médiatique, la notion d'espace médiatique oblige l'historien à situer la presse dans ses rapports avec les autres médias. S'il semble impensable de décrire la situation de la presse contemporaine sans faire allusion à la télévision, il n'est pas rare, en revanche, que des historiens considèrent la presse des XVIII^e et XIX^e siècles comme un média unique. Or elle fut longtemps dépendante du livre, dans sa forme et son contenu, et complémentaire de nombreuses autres formes de communication : brochure, almanach, feuille volante, sermon, conférence, rumeur publique, etc. Mais il faut aller plus loin que la perspective méthodologique et soutenir que le

législation, les tribunaux et l'administration publique en général aujourd'hui diffusées par le législateur ou le gouvernement eux-mêmes, dans la *Gazette officielle* en particulier.

concept possède même une validité externe, c'est-à-dire que la population (d'où provient le lectorat), l'économie (qui conditionne les recettes) et toutes les autres dimensions font réellement partie du phénomène médiatique. Ainsi, l'existence de tel journal ou de tel ensemble de publications n'est pas seulement l'indice de la volonté d'un éditeur et de l'intérêt d'un groupe de lecteurs, mais dépend tout autant des ressources financières, politiques, sociales, etc. que peuvent mobiliser les éditeurs. C'est pourquoi chercher à comprendre la presse isolément de l'ensemble des dimensions de l'espace médiatique, c'est la comprendre à demi ou pas du tout.

Au regard de ces propositions, l'historiographie présente de profondes lacunes. Nous allons, dans la prochaine partie, proposer des orientations de recherche susceptibles de les combler.

2. Les domaines de l'histoire de la presse

Quel que soit le moment où on la considère, la presse ne constitue jamais une entité homogène, facile à circonscrire ; elle se présente plutôt comme un ensemble d'éléments hétérogènes dont la pondération respective et l'articulation sont caractéristiques de son stade d'évolution. Pour permettre de mieux appréhender ces éléments, nous les regrouperons en domaines de recherche à l'intérieur desquels nous marquerons les pistes de recherche qui nous paraissent prioritaires compte tenu de l'état de l'historiographie québécoise. Nous considérerons successivement trois grands domaines de recherche, à savoir la production des messages, les messages eux-mêmes et la réception des messages, à l'intérieur desquels nous baliserons des champs plus restreints.

2.1 La production des messages

Ce domaine de recherche n'est pas facile à explorer sans doute parce que les conditions de production échappent à l'observation, même différée, de l'historien et que leur reconstitution s'appuie en grande partie sur des inférences faites à partir des messages eux-mêmes. Le processus de production des messages est, par définition, collectif. Il repose, évidemment, sur le travail des artisans à la solde de l'entreprise de presse : rédacteurs, reporters, secrétaires de rédaction, correcteurs et metteurs en page, qui préparent chaque édition du journal. Toutefois, la proportion des messages produits à partir de l'observation directe des journalistes est, de tout temps, fort limitée. En effet, les journalistes puisent à des sources d'information, lecteurs, correspondants, agences de presse, autres médias, etc., qui, en amont d'un cran, participent à leur manière à la production des messages. Enfin, le cadre institutionnel de production, à savoir l'entreprise de presse, fournit des ressources et impose des contraintes dont l'effet est déterminant sur la nature et la forme des messages.

2.1.1 *Les sources d'information*

Les agences de presse constituent sans doute le stéréotype des sources d'information. Aux agenciers revient la responsabilité de couvrir l'actualité nationale ou internationale qui autrement échapperait au journal. Mais l'information internationale a occupé une place de choix dans les journaux longtemps avant l'apparition des agences de presse. C'est sur d'autres sources, principalement les journaux étrangers ou des correspondants, que se reposaient alors les rédacteurs (BRUNN, 1980 ; LAPOINTE, 1975). L'arrivée des agenciers n'a pas fait disparaître ces traditions solidement implantées. En effet, jusqu'au début du XX^e siècle, bon nombre d'articles sont tirés de journaux ou de revues provenant de l'étranger ou d'autres régions du Québec et du Canada avec lesquels les journaux québécois ont convenu d'échanger leurs publications. Dans la presse contemporaine, une rubrique spécialisée sert d'exutoire à l'opinion des lecteurs, en particulier sur la manière dont le journal s'acquitte de ses fonctions ou sur les événements rapportés. Rarement les lettres des lecteurs contiennent-elles des informations nouvelles présentant un intérêt intrinsèque pour le journal. Il n'en a pas toujours été ainsi, cependant. Les abonnés ont longtemps constitué une source importante de renseignements locaux. L'éditeur recevait des lecteurs et des amis du journal, en particulier lorsqu'ils séjournaient à l'étranger, une correspondance régulière qu'il mettait à profit dans les colonnes de son journal. Certaines de ces lettres laissaient libre cours, comme aujourd'hui, aux opinions des lecteurs, mais d'autres contenaient des informations dignes d'intérêt pour les autres abonnés. À la fin du XIX^e siècle, plusieurs grands journaux ont organisé de manière systématique leur réseau de correspondants locaux, souvent recrutés chez les instituteurs, les aubergistes, les maîtres de poste ou parmi le clergé, et rémunérés faiblement, sous la forme d'un abonnement gratuit par exemple. Au Canada, l'organisation de la collecte des nouvelles a longtemps été freinée par le petit nombre de clients, l'inertie des éditeurs et la pénétration d'agences de presse américaines sur le marché canadien. Ce n'est que durant la Première Guerre mondiale que se constitue une première véritable agence de presse canadienne (NICHOLS, 1948).

La presse présente des renseignements, décrit des événements et rapporte des débats, mais l'origine de cette information, il faut la chercher chez les protagonistes mêmes de ces actions, qui participent ainsi, à leur manière, à l'élaboration du contenu médiatique. Ils y contribuent directement, en rédigeant eux-mêmes les textes qui seront publiés. Situation peu courante de nos jours, dont le cas de figure le plus net est le politicien qui, se considérant victime d'un traitement injustifié, demande au journal de se rétracter. Dans la presse d'opinion, cette exception était plutôt la règle puisque politiciens et rédacteurs étaient souvent les mêmes personnes. Cependant, à partir du début du siècle, il est devenu de plus en plus difficile pour les acteurs de l'actualité d'intervenir directement dans le contenu médiatique. De nouvelles règles, tout aussi efficaces bien que toujours tacites, ont

progressivement remplacé des pratiques qui seraient aujourd'hui considérées comme des interventions indues. Les rapports, autrefois personnels, entre journalistes et protagonistes, se sont institutionnalisés, et les communiqués ou les conférences de presse destinés à l'ensemble des journaux ont remplacé les contributions individuelles et locales. Les sources interviennent aussi de manière indirecte en fournissant les renseignements qui serviront à la rédaction des articles ou en orientant les journalistes vers certains sujets. Enfin, une composante importante de leur stratégie à l'égard de la presse consiste plutôt à éliminer les contenus compromettants.

Dans son étude sur la presse parlementaire, Jean CHARRON (1994, p. 12) distingue les deux plans de ce qui lui apparaît une négociation, entre journalistes et politiciens, dont l'enjeu est, d'une part, des informations et, d'autre part, l'accès à l'espace public : un premier plan, où les acteurs s'échangent ces ressources (information contre publicité) et un second plan, où se discutent les règles qui régissent l'échange. Cette distinction est fondamentale pour l'historien de la presse, qu'il s'agisse des milieux politiques ou de toute autre catégorie de sources. La négociation quotidienne autour des ressources relève de l'analyse conjoncturelle, de l'histoire à court terme. L'établissement ou le remplacement des règles du jeu, en revanche, peuvent entraîner pour la presse des modifications structurelles et en conséquence ouvrent des perspectives historiques beaucoup plus larges. Ainsi, l'octroi d'une chambre d'assemblée en 1791 et du gouvernement responsable en 1848 ou l'autorisation, dans les pays de tradition parlementaire britannique comme le Bas-Canada, de rapporter les débats de la chambre sont des décisions qui modifient radicalement les termes de l'échange entre la presse et le pouvoir politique. D'autres changements tout aussi importants ne découlent pas d'événements ponctuels comme un changement de régime politique, mais de modifications plus ou moins perceptibles à court terme. Ainsi en est-il, à la fin du XIX^e siècle, de la disparition de la presse de partis, laquelle entraîne un réaménagement en profondeur des règles de négociation entre la presse et le pouvoir : sans baisser à court terme en chiffres absolus, la contribution financière des partis politiques au fonctionnement des journaux occupe une proportion de moins en moins importante de leur budget de fonctionnement, ce qui entraîne une diminution de l'influence directe des hommes politiques sur la presse. En revanche, l'État se dote progressivement de moyens de communication avec les médias et la population et devient une source d'information de premier ordre (BERNIER, 1988).

En ce qui concerne les sources d'information, nous pourrions poser comme hypothèse générale l'autonomie croissante de la presse en tant qu'institution de collecte, traitement et diffusion de l'information.

2.1.2 *Les journalistes*

Bien que la frontière qui sépare le journalisme d'autres professions soit parfois imprécise, ténue et poreuse, les journalistes forment aujourd'hui un groupe professionnel relativement bien défini. Mais, en simplifiant à l'extrême, nous pouvons avancer que si le journalisme en tant que fonction est aussi ancien que la presse, il n'en est pas de même pour le journalisme en tant que profession. En effet, dans les gazettes du XVIII^e siècle, le gazetier s'identifie à l'imprimeur. Si des textes originaux sont nécessaires, le gazetier s'adjoit éventuellement un rédacteur, qui y consacre une partie de son temps, occupé, pour le reste, à une autre profession comme le droit ou l'enseignement. Avec l'apparition de la presse d'opinion au XIX^e siècle, ce rédacteur devient un personnage politique important, mais l'imprimeur conserve un rôle de premier plan. Cependant, dans la seconde moitié du XIX^e siècle, l'imprimeur se voit progressivement relégué dans un rôle technique, tandis que la direction des journaux incombe plus souvent à ses principaux rédacteurs ou à leurs patrons politiques. Sous l'autorité de cette « haute rédaction », chargée des articles de fonds, une « basse rédaction », maniant ciseaux et pot de colle, compose le reste du journal. Le terme journaliste demeure polysémique, désignant aussi bien les rédacteurs que les propriétaires de journaux. À la fin du siècle apparaît une nouvelle catégorie de journalistes, les reporters. Avec l'avènement de la presse d'information, ceux-ci prennent de plus en plus de place dans les salles de rédaction, dont les effectifs connaissent une forte croissance. Les distinctions qui s'affirment à l'époque se maintiendront pendant plus d'un demi-siècle : une première catégorie de journalistes, les reporters, est chargée de la collecte des nouvelles ; la seconde catégorie, le secrétariat de rédaction (le « pupitre »), est composée d'un personnel sédentaire responsable du travail d'édition proprement dit, c'est-à-dire la correction, la réécriture, la sélection et la pondération des articles ; enfin, troisième catégorie, les éditorialistes, héritent des fonctions occupées au XIX^e siècle par les rédacteurs et directeurs politiques. Au cours des dernières décennies, une nouvelle catégorie, les chroniqueurs, s'est progressivement dégagée de celle des reporters⁶. Au XX^e siècle, le terme journaliste, devenu générique, subsume les fonctions de reporter, secrétaire de rédaction, éditorialiste et chroniqueur, mais exclut les propriétaires de journaux et même, dans les grandes entreprises de presse, l'éditeur lui-même, qui était probablement l'archétype du journaliste, au siècle dernier. Cette évolution complexe, qui reproduit celle de la presse elle-même, nous semble constituer un champ de recherche prioritaire⁷.

6. La chronique n'est évidemment pas un genre journalistique nouveau, au contraire. Cependant, jusqu'à récemment le nombre de chroniqueurs consacrant tout leur temps à cette activité était trop faible pour qu'il soit justifié de les désigner par une catégorie exclusive.

7. Sur la période contemporaine, il faut signaler à ce sujet des travaux, qui, les années passant, en viennent à présenter un intérêt historique, par exemple Roger DE LA GARDE (1975) ou André GOSSELIN (1986).

L'approche sociodémographique constitue une autre manière, complémentaire, d'établir l'identité collective des journalistes. Les statistiques publiques contiennent des données utiles depuis le XIX^e siècle. Une catégorie « agents de nouvelles » est mentionnée dans le recensement de 1851 ; la catégorie « rapporteurs », par la suite désignée comme celle des « nouvellistes », puis des « reporters », fait son apparition dans le recensement de 1891. Il est donc possible de suivre l'évolution de ce groupe professionnel depuis plus d'un siècle. Mais les données brutes des recensements, outre que leur fidélité ne soit pas hors de doute, offrent peu de possibilités analytiques, au-delà des traditionnelles ventilations par lieu de travail, âge, langue et sexe. Adéquatement exploités, les renseignements disponibles dans les nombreuses notices biographiques et nécrologiques de journalistes constituent une source d'information complémentaire particulièrement utile jusqu'à l'apparition et le développement du reportage anonyme du XX^e siècle⁸.

La technique prosopographique ouvre des perspectives de recherche intéressantes puisqu'elle n'exclut aucun aspect et aucune partie de la carrière du journaliste pour autant que des renseignements soient disponibles. Quelques travaux (GOSSELIN, 1994 ; ROY et SAINT-PIERRE, 1996) ont établi l'intérêt de l'approche, mais de nombreuses autres pistes doivent être explorées en exploitant la technique de plusieurs points de vue⁹. L'ampleur du travail qu'exige un inventaire exhaustif des journalistes risque de décourager plus d'un chercheur ; en revanche, le découpage thématique permet de constituer des sous-populations dont la taille convient mieux aux contraintes de la recherche individuelle. On peut ainsi imaginer l'étude des journalistes d'une spécialité comme la presse littéraire ou la presse religieuse, celle d'une ville ou d'une région, etc., l'étude d'une fonction comme celle de propriétaire, d'éditeur, d'éditorialiste, etc., ou encore l'étude du personnel d'un journal particulier. L'histoire orale semble particulièrement indiquée pour étudier les changements dans le journalisme contemporain ou le problème de la frontière entre le journalisme et les autres activités professionnelles comme la publicité et les relations publiques.

Le thème de l'identité du journaliste rejoint celui de son statut socio-professionnel et de ses conditions de travail. Des ouvrages de portée plus générale, comme ceux de J. SAINT-PIERRE (1993) sur les chroniqueurs parlementaires entre

8. Relevons, au passage, le paradoxe. Le rédacteur politique du XIX^e siècle produit, sous un pseudonyme ou dans l'anonymat, une œuvre personnelle, tandis que le reporter de la première moitié du XX^e siècle s'acquitte d'un travail impersonnel même s'il signe ses articles. En conséquence, le premier laisse dans la mémoire collective, sous forme de notices biographiques ou nécrologiques, plus de traces que le second.

9. Fernande ROY travaille actuellement à la constitution d'une banque de données sur les journalistes, de 1764 à 1920, qui pourra être exploitée selon la technique du panel, laquelle permet l'observation d'une population donnée de manière continue pendant une période plus ou moins longue.

1870 et 1920 ou de J. DE BONVILLE (1988) sur la presse des années 1884 à 1914, contiennent des passages pertinents sur ces sujets. Mais la période contemporaine est sans doute la mieux connue grâce aux recherches sur le syndicalisme chez les journalistes, quoiqu'il y soit plus question d'organisation syndicale que de conditions de travail des journalistes (DULUDE, 1978 ; DEMERS, 1989 ; DÉOM, 1989). La documentation éparse dans de nombreuses archives, les témoignages de plusieurs journalistes, dans des articles de journaux ou dans leurs mémoires, à quoi s'ajoutent, pour la période postérieure à 1945, les conventions collectives de travail et la documentation relative aux griefs découlant de différends sur leur application, constituent un matériau suffisamment abondant et solide pour y tailler plusieurs monographies sur les conditions de travail des journalistes. La question du statut social des journalistes, en tant que groupe professionnel, justifierait aussi une étude attentive. Plusieurs hypothèses mériteraient d'être mises à l'épreuve. Par exemple : que le passage de la presse d'opinion à la presse d'information a entraîné une dévalorisation de la fonction de journaliste, que la syndicalisation a exercé l'effet contraire ou encore que la distance sociale entre les journalistes et les protagonistes à l'origine des nouvelles n'a cessé de diminuer au cours du XX^e siècle.

Les biographies ou autobiographies d'éditeurs et de journalistes contiennent à l'occasion des aperçus intéressants sur les questions relatives à leur pratique professionnelle ; certains ouvrages de synthèse évoquent plus ou moins longuement la manière dont se faisait la collecte des informations, la rédaction et la mise en page des articles. Ces questions sont cruciales puisqu'elles portent sur la nature même du journalisme et de la presse. Entre 1800 et 1900, l'édition d'un journal s'est complètement métamorphosée, tout comme elle a beaucoup changé depuis le début du siècle. Les valeurs et les normes professionnelles ont connu une évolution profonde, ponctuée, à intervalles plus ou moins éloignés, de profonds bouleversements. Par exemple, l'objectivité dans le reportage des faits, longtemps considérée comme une valeur centrale du journalisme contemporain, était non seulement absente dans la presse d'opinion du XIX^e siècle, mais contradictoire avec la conception même du journalisme politique¹⁰. Dans le même ordre d'idées, les questions de déontologie devraient être abordées. À la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e, les abus de la polémique et de la satire ont entraîné de nombreuses poursuites en diffamation, et les archives judiciaires contiennent une documentation abondante qui pourrait être mise à profit. Un second exemple porte sur les « pourboires » versés aux journalistes par les protagonistes des événements. L'habitude d'accepter ces appoints à la rémunération de base, longtemps considérée

10. Au XVIII^e siècle, le rôle du gazetier est plutôt considéré comme celui d'un intermédiaire chargé de diffuser sans parti pris les opinions, mêmes opposées, exprimées par les correspondants de la gazette. Pierre HÉBERT et Jacques COTNAM (1995) consacrent un article intéressant aux subterfuges déployés par l'imprimeur de la *Gazette littéraire* de Montréal afin de maintenir cette impression aux yeux du public.

licite, est rapidement devenue illégitime, dans les années 1950, peu après la formation des premiers syndicats de journalistes. L'histoire orale permettrait de mieux connaître cette pratique et ses conséquences.

2.1.3 *Les entreprises*

Les entreprises de presse appartiennent à un champ moins fréquenté que le précédent, mais qui compte quelques ouvrages de qualité dont il ne faut que souhaiter la multiplication (par exemple KESTEMAN, 1979 ; LEBEL, 1982). Publiée près d'un quart de siècle après sa soutenance en 1971, la thèse de doctorat de Robert A. HILL (1998) sur Robert Sellar, éditeur du *Huntingdon Gleaner* pendant près d'un demi-siècle, analyse aussi bien le fonctionnement du journal que les conditions de travail de son propriétaire, le contenu d'une feuille d'opinion régionale que la pensée d'un éditeur libéral et protestant. L'auteur explore toutes les dimensions pertinentes de la carrière du journaliste et de l'évolution de sa petite entreprise.

Parmi les titres que leur longévité recommande à l'attention des chercheurs, signalons *Le Canada-français* de Saint-Jean, *Le Courrier de Saint-Hyacinthe*, *L'Étoile du Nord* de Joliette, le *Stanstead Journal*, *Le Progrès du Golfe* de Rimouski, *Le Progrès du Saguenay* de Chicoutimi, *La Tribune* de Sherbrooke et *Le Nouvelliste* de Trois-Rivières. Des titres de première importance attendent encore leur historien : c'est le cas, pour Montréal, de *La Patrie*, de *La Presse*, du *Herald*, de la *Gazette*, du *Star* et, pour Québec, du *Chronicle*, de *L'Événement* et du *Soleil*. L'intérêt d'une recherche historique dépend souvent de la quantité et de la qualité des sources disponibles, et la rareté des archives de journaux ou de journalistes est de nature à décourager plus d'un historien¹¹. Toutefois, l'historien de la presse est favorisé puisqu'il dispose dans presque tous les cas de la collection intégrale du journal, laquelle recèle sans doute suffisamment de renseignements pour soutenir une honnête étude de cas. En outre, les archives notariales, peu exploitées, contiennent souvent des renseignements intéressants consignés dans des actes passés lors de transactions concernant des entreprises de presse. Quant aux autres sources manuscrites, pour la presse du XIX^e siècle, les archives des hommes politiques mêlés à la vie de la presse contiennent souvent un grand nombre de pièces pertinentes.

Sur le plan collectif, les entreprises de presse se prêtent à une histoire différente. L'approche sociographique n'est qu'une étape dans l'élaboration d'une histoire de la presse, mais une étape indispensable dans la mesure où elle contribue à dresser l'état de l'espace médiatique. Par ailleurs, les instruments de travail sont disponibles. Le répertoire *La presse québécoise des origines à nos jours* (BEAULIEU et

11. Il s'en faut de beaucoup, cependant, que tous les fonds, même parmi les plus intéressants, aient été dépouillés, dans une perspective d'histoire de la presse. Il n'est que de penser au fonds de la famille Neilson pour s'en convaincre.

HAMELIN, 1971-) contient des données factuelles qui autorisent des recensements en fonction de plusieurs découpages différents et complémentaires : chronologiques, géographiques, thématiques ou autres¹². La disponibilité d'une banque de données constituée à partir de ces renseignements augmente sensiblement les possibilités analytiques¹³.

Considérée comme secteur industriel, la presse est presque totalement absente des préoccupations des historiens. Certes, dans les études portant sur les journaux particuliers¹⁴ ou dans quelques synthèses partielles sur la presse¹⁵, la dimension industrielle n'est pas écartée, mais elle demeure secondaire. Pourtant, les données disponibles sur le sujet, malgré leurs lacunes et leurs incohérences, permettraient des analyses variées. De 1871 à 1911, les recensements canadiens contiennent régulièrement des renseignements sur les entreprises industrielles, dont les imprimeries. À partir de 1920, le Bureau fédéral de la statistique, fondé en 1918, publie des statistiques sur l'industrie de l'édition et de l'imprimerie¹⁶. Des périodiques spécialisés comme *Canadian Printer and Publisher* et *Marketing* recèlent une abondance de renseignements pertinents¹⁷. Le gouvernement fédéral a confié à plusieurs comités ou commissions d'enquête le mandat d'étudier les problèmes économiques de la presse canadienne¹⁸. Nous avons mentionné plus haut l'aide financière que les partis au pouvoir accordaient à leurs organes, à partir de la seconde moitié du XIX^e

12. Par exemple, Claude GALARNEAU (1984) et Jean DE BONVILLE (1988) s'en sont servis pour dresser le portrait de la presse québécoise à différentes époques, Jean DE BONVILLE et Gérard LAURENCE (1996) ont fait, à partir de la même source, l'analyse sociodémographique de la presse quotidienne depuis le milieu du XIX^e siècle à 1975.

13. Le Groupe de recherche en histoire des médias au Québec, dont sont membres les deux auteurs, a mis au point la banque *Hiperbec* (pour Histoire de la presse périodique au Québec), laquelle contient les informations factuelles du répertoire. Pour une illustration d'extrants possibles de la base, voir l'article cité plus haut de Jean DE BONVILLE et de Gérard LAURENCE (1996). Pour une description de la base elle-même, voir Jean DE BONVILLE et Ulric DESCHÈNES (1996).

14. Par exemple, dans les travaux cités plus haut de Robert HILL (1998), Jean-Pierre KESTEMAN (1979) et Jean-Marie LÉBEL (1982).

15. Par exemple, pour la période de 1884 à 1914 : Jean DE BONVILLE (1988).

16. Le titre et le numéro des publications concernant les secteurs de l'édition et de l'imprimerie ont changé plusieurs fois depuis 1920. Pour des détails sur le sujet, voir le catalogue historique de Statistique Canada.

17. Le premier publié depuis 1892 et le second, depuis 1896.

18. Mentionnons la Commission royale d'enquête sur les publications, présidée par Graham O'Leary, qui a déposé son rapport en 1961, le comité spécial du Sénat sur les moyens de communication de masse, présidé par Keith Davey, dont le rapport a été publié en 1970, et la Commission royale sur les quotidiens, présidée par Thomas Kent, dont le rapport date de 1981.

siècle. Robert A. HILL (1968) a consacré à cette question une étude intéressante, mais limitée aux seules années 1850 et 1860¹⁹. Or les gouvernements fédéral et provincial devaient publier ou déposer devant la chambre les renseignements concernant leurs dépenses de publicité et les contrats d'impression accordés à des journaux ou à d'autres imprimeries commerciales. Une étude systématique de ces documents permettrait de porter un jugement éclairé sur une pratique connue, mais dont l'étendue n'a pas encore été mesurée.

L'étude des moyens techniques de composition et d'impression renvoie à l'histoire plus globale de l'imprimerie, dont l'imprimerie de presse ne s'autonomise que progressivement. Plusieurs travaux abordent, soit sous l'angle du personnel, soit sous celui des moyens de production, différents aspects du sujet dans l'ensemble du Canada (DEWALT, 1995) ou au Québec : par exemple, l'imprimerie à la charnière des XVIII^e et XIX^e siècles (BUONO, 1980 ; PARKER, 1985) ou dans la région du Saguenay (LAPOINTE, 1969), l'introduction de la linotype (DANSEREAU, 1992) ou la reproduction des images dans la presse (CHEVREFILS-DESBOLLES, 1985). Mais un grand nombre de questions tout aussi intéressantes n'ont pas même encore été formulées par l'historiographie québécoise. Ainsi, le mouvement de concentration économique dans les secteurs de la presse quotidienne et de la radiodiffusion, qui s'est amorcé dans les années 1920 à l'initiative du politicien libéral Jacob Nicol pour s'essouffler dans les années cinquante, pose le problème central des rapports entre la presse, d'une part, et les intérêts économiques et politiques, d'autre part. Sans vouloir multiplier les exemples, nous signalerons aussi le cas de Hugh Graham, propriétaire du *Montreal Star* de 1869 à 1938, qui tire, comme Jacob Nicol, un grand nombre de ficelles politiques et financières et dont l'étude jetterait sans doute une lumière crue sur les coulisses de l'activité éditoriale.

La structure économique de la presse a connu une profonde évolution, depuis les premières imprimeries artisanales du XVIII^e siècle jusqu'aux vastes conglomérats internationaux auxquels appartiennent les journaux d'aujourd'hui. Bien qu'en cela la presse ne se distingue pas des autres secteurs industriels, il importe de bien saisir la nature et l'ampleur du phénomène pour en comprendre les conséquences sur les activités de collecte, de traitement et de diffusion de l'information.

2.2 Les messages

Les historiens ont jusqu'ici considéré la presse principalement comme le support des données, informations, idées, opinions, idéologies qui, seules, leur semblaient mériter une attention soutenue. C'est cette lourde tendance historiographique que l'historien de la presse doit tenter de renverser. Trois aspects doivent

19. Voir aussi pour une discussion du même sujet sur une plus longue période Norman WARD (1963) pour l'ensemble du Canada.

le retenir en particulier : le contenu rédactionnel, dont l'information, pour employer un terme contemporain, forme la partie centrale, la publicité et, enfin, la présentation matérielle ou la mise en page de ces messages.

2.2.1 *Le contenu rédactionnel*

La catégorie générale de « contenu rédactionnel », qui recouvre l'ensemble des messages produits par les rédacteurs de l'intérieur ou de l'extérieur du journal, à l'exclusion de la publicité, englobe des catégories spécifiques comme celle d'information, qui désigne les textes traitant d'un référent réel, et celle des textes littéraires (feuilleton, poèmes, etc.) ou de divertissement (horoscope, mots croisés, etc.)²⁰. Le contenu rédactionnel peut être envisagé, soit d'un point de vue sémantique ou référentiel, c'est-à-dire du point de vue du sujet ou du thème abordé dans les messages, soit encore du point de vue formel, stylistique ou rhétorique²¹.

D'emblée, il appert qu'une grande partie des travaux sur la presse québécoise portent sur son seul aspect sémantique. Dans la plupart des cas, l'analyste se place au niveau du contenu particulier et cerne dans leur singularité les messages d'un journal ou ensemble de journaux. Des titres comme *Le Devoir, les Juifs et l'immigration : de Bourassa à Laurendeau* (ANCTIL, 1988) ou « La presse canadienne-française et la guerre des Boers » (PELLETIER, 1963) sont typiques de ces recherches, dans lesquelles nous rangeons les nombreuses études sur l'idéologie des journaux, réalisées le plus souvent à partir des pages éditoriales seulement. Beaucoup moins fréquents sont les travaux qui portent sur la dimension générique du contenu de la presse et classent les actions ou situations représentées dans les articles selon le domaine d'activités (politique, économique, religieux, etc.)²². L'analyse peut aussi être développée à un niveau spécifique, intermédiaire entre le particulier (guerre des Boers) et le générique (politique) : dans les exemples précédents, l'analyste aurait pu retenir comme catégories spécifiques des notions comme « rapports ethniques » ou « guerre coloniale ». Chaque niveau d'analyse présente des avantages, mais le niveau spécifique, particulièrement intéressant pour l'histoire de la presse, a été systématiquement ignoré.

20. Faute d'espace, nous ne développerons pas cet aspect. Il a surtout intéressé des chercheurs d'autres disciplines que l'histoire. Les spécialistes de la littérature, par exemple, ont quadrillé systématiquement les journaux et les revues à la recherche de textes littéraires. Cependant, ces contenus intéressent au premier chef l'historien de la presse qui doit, par exemple, chercher à comprendre l'importance du feuilleton dans la presse du XIX^e siècle, les raisons de l'apparition des bandes dessinées au début du siècle, etc.

21. L'équipe réunie par Micheline Cambron aborde le contenu du journal *Le Canadien* dans une perspective différente, qui consiste à considérer le journal dans sa globalité, comme un seul texte (CAMBRON, 1999).

22. Par exemple, John HARE et Jean-Pierre WALLOT (1983) et Jean DE BONVILLE (1995b).

Des exemples montreraient le parti à tirer de ce type d'analyse en considérant, à leur niveau spécifique, les concepts inhérents à la description de l'événement (action, acteur, lieu, temps). Les journaux de la seconde moitié du XIX^e abondent en nouvelles brèves tournées comme ceci : « M. le docteur Untel s'est embarqué hier sur le steamer Y à destination de la France où il doit passer les trois prochains mois » ou encore « Le steamer X doit arriver à Québec demain en provenance de Liverpool ». Le lecteur d'aujourd'hui serait aussi étonné de lire pareils entrefilets dans son journal que celui du siècle dernier y était au contraire familier. Dans leur banalité, ces deux courts textes illustrent les fonctions psychosociales et économiques différentes remplies par la presse de cette époque. Média de classe plutôt que média de masse, le journal tient la chronique de la bourgeoisie, qui forme le gros de son lectorat. Mais il joue plusieurs rôles à la fois, dont un dans la régulation de l'activité économique. Les nombreux renseignements sur le mouvement des bateaux, l'arrivée de marchandises ou les conditions routières sont destinées aux lecteurs des milieux d'affaires, qui en ont besoin dans leurs activités professionnelles.

Dans le même ordre de préoccupations, en comparant le type de contenu des gazettes du XVIII^e siècle avec celui des journaux des XIX^e et XX^e siècles, du point de vue du type d'« action » rapportée, l'historien se rend compte que le caractère essentiellement événementiel de la réalité représentée dans le journal d'aujourd'hui ne se retrouve pas dans la gazette du XVIII^e. Par exemple, les textes traitant de politique peuvent aussi bien exposer les principes étayant le droit des citoyens à participer à la législation que faire état d'un déplacement du gouverneur. Ou plutôt, dans le journal d'information du XX^e siècle, la discussion de tels principes serait réservée à certains genres, comme l'éditorial, le reste du journal étant occupé par la relation d'événements politiques, tandis que dans la gazette du XVIII^e siècle aucune norme ne semble régir la répartition de tels textes. Nous ne pouvons ici multiplier les applications et les exemples de cette approche, mais nous pensons que seules des analyses systématiques de toutes les dimensions du contenu sémantique, dépassant la dimension particulière, sont susceptibles de mettre en évidence l'évolution des diverses fonctions sociales de la presse.

Une bonne compréhension de l'information exige aussi de procéder à des analyses systématiques des conditions de transmission des nouvelles en fonction des changements dans les conditions de transport et de télécommunication (navigation à vapeur, chemin de fer, poste, télégraphe, câble transatlantique, téléphone, etc.)²³. Nous avons signalé plus haut quelques études de cas portant sur les délais de transmission des nouvelles européennes vers le Bas-Canada, mais il y a encore

23. À titre d'exemple, bien qu'ils débordent largement les frontières du Québec, mentionnons les articles de Peter G. GOHEEN (1989 et 1990).

beaucoup à faire pour mesurer l'influence des conditions de transport et de communication sur le contenu de la presse.

Le contenu des journaux sous l'angle formel, stylistique ou rhétorique demeure une sorte de terre vierge de l'histoire de la presse. Au XVIII^e siècle, les textes publiés dans les journaux appartiennent à des genres hétérogènes : discours, sermon, dialogue, dissertation, poèmes, correspondance, etc., mais aucun n'est propre à la presse. Au XX^e siècle, en revanche, les textes hétérogènes sont réunis dans des rubriques particulières comme le courrier des lecteurs ; pour le reste, le contenu du journal se range entièrement dans des genres journalistiques distinctifs comme le reportage, l'éditorial, la chronique ou la caricature. Un des problèmes de l'historien de la presse consiste à retracer la genèse de ces genres, à suivre les phases de leur évolution, à expliquer ces changements, c'est-à-dire à établir des liens de causalité entre l'évolution des genres et les facteurs techniques, économiques ou autres à l'œuvre dans la presse.

Nous illustrerons cette approche d'un cas exemplaire, à savoir l'apparition du genre « nouvelle ». Dans la typologie des genres journalistiques, une nouvelle n'est pas réductible à son contenu ni à la simple notion de renseignement ou d'information. Une nouvelle est un texte représentant certains aspects spécifiques de la réalité (uniquement des événements discrets et récents), à l'aide d'un nombre limité de concepts (correspondant aux 5 « W » du journalisme anglo-saxon, soit *who, what, when, where, why*, auxquels on ajoute souvent *how*), tout en respectant une structure caractéristique (organisation des propositions dans l'ordre croissant de spécification, structure évoquée par la métaphore de la pyramide inversée, etc.)²⁴. Si les journaux ont toujours publié depuis leur apparition des renseignements, des informations ou des nouvelles²⁵, pourquoi donc ce genre journalistique spécifique est-il apparu ? Selon la théorie la plus répandue, l'apparition du genre « nouvelle », au tournant du XX^e siècle, est une conséquence de l'industrialisation de la presse et de l'apparition du journal d'information. En effet, à cette époque, la surface des grands quotidiens nord-américains a quintuplé en quelques années, passant de quatre à plus de vingt pages. Cette croissance importante a été causée par un accroissement sensible de la demande d'espace publicitaire et une augmentation proportionnelle du contenu rédactionnel. Si les annonces qui s'ajoutaient ne

24. Sur ce sujet, voir Jean DE BONVILLE (1996b).

25. Il faut distinguer « nouvelle » dans le sens de l'annonce d'une chose arrivée récemment du genre journalistique du même nom. Le premier terme a comme référent l'événement (on dit une bonne ou une mauvaise nouvelle selon que l'événement est heureux ou malheureux), tandis que dans l'autre cas le référent est un texte appartenant à un genre journalistique spécifique (on dit une bonne ou une mauvaise nouvelle selon que le sujet en est intéressant, que le texte est rédigé conformément aux normes du métier, etc. ; on pourra donc écrire une bonne nouvelle sur l'assassinat d'un président et une mauvaise nouvelle sur l'arrestation de son meurtrier).

posaient pas de problème à l'éditeur puisque leur conception relevait des annonceurs, il en allait différemment du nouveau contenu rédactionnel, duquel dépendait en grande partie l'augmentation du lectorat et, par voie de conséquence, la rentabilité de l'entreprise, les recettes publicitaires étant indexées sur le nombre de lecteurs. Ce nouveau contenu devait, comme nous venons de l'évoquer, intéresser la masse des lecteurs, être abondant et d'alimentation régulière. Il devait, en outre, se prêter à un découpage et à une mise en page facile. La solution à ce problème a consisté à rendre systématiques la collecte et le traitement de l'information. Les reporters, à chacun desquels un nombre limité d'institutions ou de localisations étaient assignées (hôtel de ville, cour de justice, poste de police, banlieue, etc.), devaient acheminer à la salle de rédaction du journal, à heure fixe, des textes ou ébauches de texte sur des événements survenus depuis la veille. Des secrétaires de rédaction recevaient les textes, par téléphone, par télégraphe ou par écrit, les corrigeaient et les réécrivaient, assurant ainsi leur conformité et leur homogénéité. De l'objectif initial et de cet ensemble de contraintes s'est progressivement dégagée une forme stéréotypée d'article qui est bientôt devenue une norme professionnelle. Cette théorie présente toutes les apparences de la validité, mais peu d'études, même aux États-Unis où elle a été formulée, ont cherché à en donner la démonstration empirique. En ce qui concerne le Québec, un problème supplémentaire se pose, puisqu'il n'est pas certain que l'apparition de ce genre y soit un phénomène endogène, les éditeurs québécois ayant tout aussi bien pu adopter une mode américaine déjà établie (DE BONVILLE, 1999)²⁶.

La discussion des genres journalistiques débouche sur celle du style journalistique. En effet, si l'on reconnaît qu'il existe des manières spécifiques aux journalistes de représenter la réalité, il faut aller plus loin et accepter aussi qu'il y a des manières spécifiques aux journalistes de construire leurs textes. Comment démontrer cette évidence sans entrer dans de longues considérations de nature linguistique ? Pour faire court, nous ne ferons que mentionner les nombreux manuels de style publiés par les agences de presse et les grands journaux, de même que les ouvrages destinés aux étudiants en journalisme. Il s'en dégage une manière de s'exprimer caractéristique du journalisme²⁷. Ce style journalistique s'est-il manifesté avant ou après l'apparition des genres journalistiques ? Les genres hétérogènes, c'est-à-dire non spécifiques au journalisme, ont-ils d'abord été colorés

26. Ce que nous écrivons à propos de la nouvelle vaudrait aussi pour d'autres genres comme la caricature, qui a fait l'objet de quelques monographies (par exemple, Nicole ALLARD, 1996 et 1997, et Dominic L. HARDY, 1998), mais mériterait une analyse plus systématique et exhaustive, ou comme l'éditorial, dont l'origine et l'évolution demeurent encore confuses.

27. Voir, par exemple, le chapitre 4, « Rédiger », de l'ouvrage de Line ROSS (1990).

de la touche des journalistes avant que n'apparaissent les genres journalistiques proprement dits²⁸ ?

2.2.2 *La publicité*

Depuis ses débuts au Québec, la presse a toujours été un important véhicule de publicité, et les recettes publicitaires en sont même venues à constituer la principale source de revenus. Judicieusement analysées, les annonces sont susceptibles de révéler les liens réciproques entre la presse et son contexte sociohistorique, et de mettre en lumière l'évolution des fonctions de la presse.

Le terme même de publicité présente des difficultés d'interprétation dont ne sont pas toujours conscients les chercheurs. Le concept contemporain de publicité ne rend pas justice à tous les types de messages que les historiens ont l'habitude de désigner ainsi. Au XVIII^e siècle, par exemple, les messages « publicitaires » n'étaient souvent que des avis publics, dont la fonction était fort différente des annonces d'aujourd'hui.

À l'exception des messages de l'administration publique, la publicité des premières gazettes et des journaux du début du XIX^e siècle provient presque exclusivement d'individus et concerne souvent leurs affaires personnelles (par exemple, vente de la maison familiale) plutôt que professionnelles (par exemple, commerce). La part des entreprises et autres institutions s'accroît tout au cours du XIX^e siècle jusqu'à devenir largement dominante et, à la fin du siècle, les annonces des individus sont classées dans la rubrique nouvelle des petites annonces. Dans les premières gazettes, la publicité est surtout le fait d'annonceurs locaux, mais au fur et à mesure que l'aire de l'activité commerciale s'élargit, des annonceurs d'envergure nationale ou internationale se font connaître dans la presse québécoise. Enfin, ces annonceurs se répartissent en différents secteurs et sous-secteurs d'activité économique et sociale. Commerces et services forment le principal contingent, mais, avec l'industrialisation de la fin du XIX^e siècle, la réclame des biens de consommation courante se généralise.

Les pistes de recherche sur la publicité sont nombreuses. Un premier exemple porte sur la vitalité de la presse de langue anglaise au XIX^e siècle (mesurée par le nombre et la longévité des titres), laquelle doit sans doute s'expliquer par le soutien que lui accordent les annonceurs de cette communauté. Il serait intéressant de vérifier comment ils se distribuent, même au niveau individuel, entre les journaux, entre feuilles de diverses tendances politiques, entre différentes localités, etc. Un second exemple met en lumière le lien entre les changements dans le journalisme, à la fin du XIX^e siècle, et la multiplication des annonceurs nationaux et des marques

28. Déjà au XVIII^e siècle, Voltaire critiquait certaines tournures qu'il ne retrouvait que dans la presse. Voir à ce sujet Ed. VITTOZ (1921, p. 1).

de commerce. Les journaux qui prennent le virage du « nouveau journalisme », comme on désigne à l'époque le journalisme d'information, recrutent une clientèle d'annonceurs sans doute différente, en quantité et en qualité, de celle des feuilles traditionnelles. Ces « vieux journaux » ne peuvent satisfaire aux exigences des grands annonceurs, tandis que les éditeurs qui acceptent d'y répondre doivent pour ce faire adapter le contenu de leur publication. Cette hypothèse qui concerne une période cruciale de l'évolution de la presse québécoise présente un intérêt universel puisque les journaux de tous les pays industrialisés ont connu, *mutatis mutandis*, la même transformation au tournant du siècle²⁹.

La publicité pose aussi à l'historien des questions relatives à la conception et à la mise en forme des messages. L'annonceur s'est lui-même chargé durant très longtemps de les rédiger et de les remettre au journal de son choix. Mais la multiplication du nombre de journaux et l'extension de l'aire de commercialisation de certains biens et services ont entraîné la spécialisation des activités publicitaires et la naissance des premières agences de publicité, le Québec, où la première voit le jour en 1889, accusant, à cet égard, un retard de quelques décennies sur les États-Unis. Cette spécialisation s'est produite sur plusieurs fronts à la même époque. Tout d'abord, avec l'augmentation de la clientèle d'annonceurs, du personnel est exclusivement affecté, à l'intérieur même des grands journaux, à la gestion des comptes publicitaires. Des employés, à contrat ou sur une base permanente selon l'achalandage, sont même chargés de solliciter les annonceurs. Ensuite, les annonceurs les plus importants ont à leur solde des publicitaires qui conçoivent leurs annonces et en font le placement dans les médias disponibles à l'époque. Les agences de publicité, enfin, ne sont plus confinées au seul placement des annonces, mais prennent en charge, vers la fin du XIX^e siècle, un éventail de plus en plus complet de services (rédaction, illustration, placement, contrôle, etc.).

Une première avenue de recherche consisterait à vérifier l'hypothèse que le format et le style publicitaire (iconique ou textuel) ont évolué en réponse aux conditions économiques et socioculturelles de chaque époque (LEISS, KLINE et JHALLY, 1988). Deux autres avenues particulièrement importantes s'offrent aux chercheurs. La première introduit à l'étude de la publicité en tant que secteur industriel et se ramifie dans plusieurs directions qu'il faudrait toutes explorer : volume et distribution des dépenses publicitaires, historique de l'organisation des agences de publicité, services publicitaires dans les entreprises de presse, etc. On peut trouver des renseignements sur ces sujets dans différentes publications statistiques ou dans des documents officiels cités plus haut (en particulier les rapports des commissions O'Leary et Kent et du comité Davey), dans des périodiques spécialisés (en particulier la revue *Marketing*), mais peu d'ouvrages en

29. Jean DE BONVILLE (1988) consacre un chapitre de son ouvrage à cette question. Voir aussi l'ouvrage de Mirko SOTIRON (1997) sur la presse canadienne.

traitent en profondeur³⁰. La seconde avenue conduit à la problématique complémentaire de la professionnalisation du travail publicitaire. Parmi les rares études sur cette question, deux sont particulièrement intéressantes. D'abord, le mémoire de Marc OUELLET (1993) sur les premières manifestations du processus de professionnalisation chez les publicitaires de langue française au début du XX^e siècle, en particulier l'inauguration de cours en publicité à l'École des Hautes Études commerciales et la publication de périodiques spécialisés. Ensuite, l'ouvrage de Frederick ELKIN (1973) sur la prise en main de l'industrie publicitaire au Québec par des publicitaires de langue française à partir de la fin des années 1950³¹.

2.2.3 *La mise en page*

Pour être complète, l'analyse du contenu de la presse doit traiter de la présentation des journaux. Format, nombre de pages, papier, typographie, illustration, mise en page : tous ces aspects ne se transforment pas sans raisons, et c'est le rôle de l'histoire de la presse de les discerner. L'explication par les facteurs techniques est acceptée sans discussion, d'autant plus qu'il s'agit de transformations dans le cadre matériel du journal. Pourtant la réalité est souvent plus complexe. Prenons ici le seul exemple de la mise en page.

Dans les feuilles d'opinion du XIX^e siècle, les éditeurs regroupent souvent les nouvelles sous des rubriques dont le titre fait allusion au mode de transmission (par exemple « Dépêches télégraphiques »). Dans les journaux du XX^e siècle, le regroupement obéit à des critères différents, d'ordre géographique ou thématique. Ainsi, les nouvelles locales occupent toujours les mêmes pages, les articles sur les différents sujets comme le sport, l'économie ou les spectacles sont regroupés, le contenu d'un intérêt particulier pour les femmes se concentre dans la même section, etc. Nous avons évoqué plus haut les changements intervenus dans l'organisation de la collecte et du traitement de l'information à la fin du XIX^e siècle. Les mêmes préoccupations de régulation de la production dictent cette mise en page thématique. Mais comment se justifient les regroupements et l'importance relative de chaque thème ? La principale raison est sans doute leur contribution à la rentabilité de l'entreprise. Comme les annonceurs appartenant aux différents secteurs d'activité économique cherchent à atteindre en priorité des consommateurs, ils apprécient que leurs annonces se trouvent disposées à proximité d'articles intéressants la même catégorie d'individus. L'organisation thématique du contenu épouse donc le profil de consommation des lecteurs : la rubrique automobile accompagne la publicité des manufacturiers, les pages féminines contiennent des

30. Sur l'histoire de l'industrie de la publicité au Canada, la référence obligée demeure l'ouvrage déjà ancien de H.E. STEPHENSON et Carlton MCNAUGHT (1940).

31. Signalons aussi l'ouvrage de vulgarisation de Jean-Marie ALLARD (1989) et le mémoire en sociologie de Lucien LACROIX (1967) sur le Publicité-Club.

annonces d'aliments et de produits de beauté, critique et publicité des spectacles sont réunies, les nouvelles locales voisinent avec les annonces des grands magasins, etc.

Autre exemple : la une des quotidiens montréalais, qui a beaucoup changé entre 1945 et 1995, le nombre moyen de nouvelles y passant, dans le cas de *La Presse*, de plus de dix-sept à cinq (DE BONVILLE, 1995b). Les facteurs techniques n'offrent pas d'explication satisfaisante, puisque aucune contrainte de cet ordre n'interdisait aux éditeurs de 1945 de n'offrir que cinq nouvelles à la une. L'hypothèse la plus plausible fait intervenir la concurrence des médias électroniques, qui s'intensifie à partir des années 1950. Devenue un véritable média de masse au moment de la guerre, la radio améliore sensiblement ses services d'information, tandis que la télévision séduit les lecteurs de journaux. Pour lutter contre l'infidélité de leur lectorat, les éditeurs de journaux cherchent à adapter la présentation du journal aux nouvelles conditions. Comme les lecteurs prennent connaissance des événements par les médias électroniques, le journal n'a plus pour rôle d'apporter les nouvelles, mais de mettre en valeur les plus importantes. En outre, dans un environnement culturel dominé par l'image, la lisibilité du journal devient une préoccupation pressante : la réduction du nombre de nouvelles permet d'accorder plus d'espace à chacune, de les mettre en valeur par des titres plus gros et des illustrations plus grandes.

Ces exemples de pistes de recherche n'éclairent que quelques aspects d'un champ de recherche qui mérite assurément un intérêt accru.

2.3 La réception des messages

Les journaux et les revues s'adressent évidemment à des lecteurs, mais l'étude des conditions de réception ne saurait se limiter aux seuls publics. En effet, nombreux sont les individus, groupes, organismes et institutions qui ont intérêt à ce que la presse soit largement diffusée ou, au contraire, étroitement contrôlée. Leur intervention vise donc à modifier les conditions d'accessibilité de la presse.

2.3.1 Censure, contraintes et liberté de la presse

Ce contrôle peut s'exercer *a posteriori*, c'est-à-dire après publication, mais souvent il intervient au moment de la production des messages ou même en amont. Nous traiterons ici de toutes ces manifestations. Certains acteurs ou groupes sociaux sont en mesure d'exercer sur la presse une influence déterminante. À la censure cléricale, cas de figure le plus souvent évoqué, s'ajoutent les interventions de plusieurs autres sources, en particulier les milieux politiques et d'affaires.

On dénombre plusieurs études de cas et même une synthèse récente (HÉBERT et NICOL, 1997) sur les activités censoriales du clergé catholique³². Mais, les modes d'intervention du clergé auprès de la presse ne se limitent pas à la censure. Correspondance avec les journalistes et les éditeurs, directives officielles aux journalistes catholiques, soutien aux publications favorables à la cause cléricale, fondation de journaux : la hiérarchie catholique ne néglige aucun moyen à sa disposition pour faire prévaloir ses vues. En somme, c'est, pour employer un concept contemporain, à l'étude de la stratégie de communication des Églises, catholique et protestantes, que doivent s'attaquer les historiens³³. C'est ce qu'a fait Dominique MARQUIS (1998), dans sa thèse de doctorat, en étudiant la manière dont la presse catholique s'adapte, dans la première moitié du XX^e siècle, à un environnement social et médiatique en rapide évolution.

Le pouvoir politique dispose de moyens semblables, mais dans son cas la contrainte est légale plutôt que morale. Son autorité s'est imposée à la presse dès son apparition. L'inventaire et la typologie de ses interventions, de la censure à l'emprisonnement de l'éditeur en passant par la saisie du matériel d'impression, révéleraient sans doute que l'historiographie québécoise, peut-être obnubilée par la question de la censure ecclésiastique, s'est jusqu'à maintenant désintéressée d'une source d'influence de premier ordre. Certes, les historiens ont fait état de ces mesures répressives dans leurs ouvrages consacrés aux victimes des foudres des autorités politiques comme Fleury Mesplet, Ludger Duvernay ou Étienne Parent, ou à des journaux en butte aux tracasseries gouvernementales comme *Le Canadien* et la plupart des organes patriotes. Mais, il faut pousser plus loin l'analyse et prendre la mesure du phénomène dans son ensemble, le situer dans son contexte socio-historique et en évaluer les conséquences sur la presse. À grands traits, nous pourrions suggérer trois phases dans l'évolution de l'intervention politique. La première couvrirait la période de 1764 à 1848, pendant laquelle le gouverneur exerce seul le pouvoir exécutif et peut donc intervenir de manière plus ou moins arbitraire dans les affaires de la presse. La seconde période s'étendrait de l'octroi du gouvernement responsable en 1848 à l'apparition de la presse d'information. Cette période est marquée particulièrement par la presse de partis. Les objectifs, les cibles et les moyens de l'appareil partisan sont différents de ceux du pouvoir exécutif, mais ils sont sans doute aussi efficaces. Enfin, la troisième période débiterait avec l'apparition de la presse d'information pour continuer jusqu'à nos jours. La personnalité des dirigeants politiques (le cas de Maurice Duplessis est typique),

32. Nous renvoyons à la section portant sur ce sujet dans Jean DE BONVILLE (1995a, p. 256-266). Notons aussi le dossier de la revue *Voix et Images* (n° 68) consacré à la censure, qui comprend notamment un article de Pierre HÉBERT (1998) sur l'attitude du *Devoir* à l'égard de la censure littéraire.

33. Jean DE BONVILLE (1995c et 1996a) étudie une des dimensions de cette stratégie entre 1850 et 1914.

l'état de la législation et de la réglementation en matière d'accès à l'information et de publicité du processus de décision gouvernemental seraient, dans ce cas, des facteurs à prendre en considération.

Le domaine peut se subdiviser commodément à partir de pareils critères chronologiques, mais il est aussi possible d'adopter une approche thématique. Par exemple, la législation sur le libelle et son utilisation par le pouvoir exécutif, le parlement, les partis politiques, les dirigeants et les journalistes partisans constituent un sujet de recherche tout aussi pertinent. Les sources de cette histoire des rapports entre la presse et le politique ne manquent pas : lois et règlements sur la presse, la poste, le libelle et la diffamation, débats parlementaires, archives judiciaires et archives de police, archives des dirigeants et des instances politiques, journaux, mémoires des hommes politiques, etc. On a, par ailleurs, commencé à aborder la question de la censure politique en temps de guerre au XX^e siècle (COMEAU, BEAUREGARD et MUNN, 1995 ; JOURNAULT, 1997 ; BEAUREGARD, 1998)³⁴.

Les milieux d'affaires usent de moyens plus feutrés dans leurs rapports avec la presse, mais ils ne se privent pas pour autant d'intervenir, directement ou indirectement, pour infléchir en leur faveur le contenu des journaux. Au XIX^e siècle, les hommes d'affaires échangent leur clientèle publicitaire contre l'appui des journaux aux projets dans lesquels ils ont des intérêts, comme le développement des chemins de fer, le libre-échange ou le protectionnisme, les relations de travail, etc. Les modes d'intervention ne se limitent pas aux seules pressions sur les éditeurs. Une pratique courante consiste à s'associer à des politiciens dans le capital-actions d'un journal ou encore, ce qui est plus rare et plus risqué, à s'appropriier en sous-main le capital d'un journal³⁵.

L'arrivée de la presse d'information instaure un nouveau type de relations entre milieux d'affaires et journalistes. Au XX^e siècle, la stratégie des entrepreneurs change et leur principal instrument devient celui des relations publiques. Ce faisant, les entreprises et les autres institutions qui veulent influencer la presse ne contribuent pas à son financement, mais la subventionnent sous forme d'information, en l'alimentant gratuitement de textes conformes aux canons du journalisme et donc publiables moyennant quelques retouches seulement. Les sociétés de services publics (transport urbain, transport ferroviaire, téléphone, électricité, gaz, etc.) sont parmi les premières à recourir à cette stratégie. La fonction d'attaché de presse ou de relationniste apparaît à cette époque, mais demeure peu répandue avant la Deuxième Guerre mondiale. Le renforcement du rôle de l'État et son

34. À signaler aussi, l'ouvrage de Jeffrey A. KESHEN (1996) sur la propagande et la censure au Canada durant la Première Guerre mondiale.

35. Le financier Louis-Adélard Sénécal, qui s'est associé à des conservateurs, dont Adolphe Chapleau, illustre le premier cas de figure, tandis que l'achat de *La Presse* par des hommes d'affaires proches du Parti conservateur, en 1904, est un exemple du second.

intervention fréquente dans l'économie, la multiplication des associations, la croissance des entreprises et l'intensification de la concurrence entraînent l'essor des relations publiques. La prolifération des spécialistes des communications dans les organisations affecte le travail des journalistes : les communiqués de presse, les conférences de presse, les « événements-médias » se multiplient et les journalistes subissent des sollicitations de plus en plus nombreuses.

Les interventions ponctuelles, individuelles ou collectives, des annonceurs dans le traitement et la sélection de l'information sont sans doute relativement rares et de peu de conséquence en comparaison avec ce que nous pourrions désigner comme une influence structurelle de l'économie sur la presse. La presse du XIX^e siècle témoigne de cette influence dans un de ses rameaux les plus vigoureux, celui des journaux destinés aux hommes d'affaires. Depuis les années 1810 jusqu'à la fin du XIX^e siècle, paraissent des journaux, presque exclusivement de langue anglaise, destinés principalement aux marchands. D'inspiration anglaise, ces journaux accordent une place privilégiée aux renseignements utiles aux marchands et défendent leurs intérêts dans l'arène politique. À la fin du XIX^e siècle, la *Gazette* est le principal représentant de cette catégorie de journaux à Montréal.

Les besoins des gens d'affaires ne disparaissent pas à l'arrivée de la presse d'information, mais des publications spécialisées paraissent pour les combler. En outre, la seule clientèle des marchands et hommes d'affaires ne suffirait plus à maintenir un journal d'information. Le journal commercial du XIX^e siècle, comme le journal d'opinion, va donc progressivement être absorbé dans le journal d'information. Les principes de financement de la presse d'information diffèrent radicalement de ceux de la presse d'opinion. Les annonceurs attendent des journaux d'information qu'ils rassemblent un public nombreux et réceptif, possédant le profil des consommateurs de leurs biens ou services. Dès lors, les annonceurs accordent moins d'importance aux opinions politiques des journaux qu'à leur capacité d'attirer un grand nombre de lecteurs et de consommateurs. Ils pressent même les éditeurs d'imaginer des contenus appareillés à leurs annonces (pages féminines pour les fabricants de lessive, farine ou poudre à lever, chronique automobile pour les manufacturiers automobiles, etc.), des contenus dont l'attrait sur les lecteurs transcende les préférences politiques et les classes sociales. Ce type de pression sur les éditeurs est intégré au système même de l'offre et de la demande d'espace publicitaire mis en place à la fin du siècle autour d'institutions de justification du tirage, comme l'*Audit Bureau of Circulations*, essentielles à l'établissement de tarifs publicitaires universellement acceptés par les éditeurs, les annonceurs et les agences de publicité.

Cet inventaire des modes d'intervention sur le contenu de la presse n'est sans doute pas exhaustif, mais il suffit à faire comprendre la complexité des jeux d'influence. Au fur et à mesure que la presse se développe et participe plus étroitement au fonctionnement du système économique et social, l'influence des

différentes sources de pouvoir devient de moins en moins individuelle et ponctuelle, elle s'institutionnalise et s'intègre au fonctionnement même de la presse, jusqu'à ne plus être apparente.

Les groupes mentionnés plus haut interviennent dans le fonctionnement de la presse, mais la sensibilité des journaux à leurs pressions dépend du poids relatif de ces groupes dans la société et des fonctions économiques ou sociales de la presse ; conséquemment, la docilité de la presse à l'égard des différentes sources d'influence varie avec les époques. De plus, la notion même de liberté de presse a évolué et occupe dans la pensée contemporaine une position singulière. Revendication de penseurs libéraux depuis le XVIII^e siècle, elle apparaît au XIX^e siècle comme un instrument indispensable dans la lutte contre les excès des pouvoirs politique et clérical, comme une affirmation des droits individuels contre les privilèges des autocrates, puis comme le rempart de la démocratie. Au XX^e siècle, les objectifs de l'idéologie libérale atteints, la notion de la liberté de la presse n'est pas tombée en désuétude, bien au contraire. De moyen de défense des droits individuels, elle est même parfois devenue une fin en soi, un principe quasi transcendant qui sert à l'occasion au maintien des abus. La notion en est venue à représenter une application, spécifique à l'industrie des médias, du concept de liberté d'entreprise.

2.3.2 *Le lectorat*

Les sources nécessaires à la connaissance du public sont plus nombreuses que pourrait le laisser croire le petit nombre de publications sur le sujet. De 1764 à 1869, les listes d'abonnés disponibles dans certains fonds d'archives et les renseignements publiés dans les journaux sont les principales sources. Les listes d'agents de distribution dont les noms et les adresses figurent souvent dans les journaux donnent des indications sur leur rayonnement, mais ne renseignent guère sur le nombre de lecteurs. La correspondance des lecteurs peut être féconde, mais elle est rarement conservée³⁶. À partir de 1869, l'agence de publicité américaine G.P. Rowell dresse une liste des publications américaines et canadiennes et fournit des indications sur leur tirage. D'autres agences ont déjà tenté de telles expériences, mais le répertoire de Rowell, qui fusionnera et changera de titres plusieurs fois, n'a jamais cessé de paraître depuis 1869 et constitue donc une source commode, d'autant plus qu'il est disponible sur microfilm³⁷. Toutefois, la fidélité des données de tels répertoires demeure sujette à caution jusqu'au début du XX^e siècle. À cette époque, la collecte systématique des données commence, et plusieurs organismes procèdent à la justification systématique des tirages, dont l'Audit Bureau of

36. Elzéar LAVOIE (1969) a exploité avec bonheur celle qu'échangeait l'éditeur du *Courrier du Canada* avec ses lecteurs.

37. En 1910, l'annuaire de la compagnie Ayer (AYER, 1880-) absorbe celui de la firme Rowell, l'*American Newspaper Directory*, et en continue la numérotation.

Circulations, association américaine fondée en 1914, et dont font partie plusieurs journaux québécois. Pour la période postérieure à 1914, l'historien a donc accès, en ce qui concerne les quotidiens et les principaux hebdomadaires, à des données détaillées qui le renseignent sur la ventilation du tirage jusqu'au niveau des moindres localités. À partir de cette époque, certains journaux, parmi les plus importants, font réaliser des études de marché sur leur lectorat, mais ces documents privés sont rarement accessibles.

La diffusion de la presse³⁸ a été entravée par plusieurs obstacles qui en réduisaient l'accessibilité physique, économique et intellectuelle. Le milieu géophysique offre un premier obstacle à la distribution des journaux. La mise en place de réseaux de transport fluvial, routier et ferroviaire et l'organisation systématique du service postal contribuent à réduire la résistance de l'espace et, partant, les délais de distribution. Les études sur les transports et sur la poste ont en partie décrit les infrastructures dont les éditeurs usent pour transmettre leurs journaux, mais il faut les compléter par des recherches plus précises sur la manière dont la presse tire profit de ces infrastructures³⁹. La distribution de la presse soulève encore de nombreuses questions concernant, notamment, le développement, à la fin du XIX^e siècle, des messageries privées de presse qui vont progressivement se substituer au service postal.

Le prix de l'abonnement constitue jusqu'à la fin du XIX^e siècle un obstacle à la diffusion de la presse dans les classes populaires. Dans la seconde moitié du XIX^e siècle, une tarification postale favorable à la presse, la réduction sensible du coût de l'abonnement et des innovations dans la mise en marché du journal rendent graduellement la presse plus accessible. Les auteurs qui abordent ce sujet se limitent à des généralités sur les prix nominaux, mais une véritable mesure de cet obstacle économique implique l'étude des prix réels.

L'obstacle culturel, notamment l'analphabétisme, est mieux connu grâce aux recensements et aux travaux sur le sujet. Cependant, l'analphabétisme pose un problème plus complexe que ne le suggèrent souvent les études statistiques. Le concept d'alphabétisation implique la notion d'échelle graduelle qui manque au premier concept. Si la disparition de l'analphabétisme livre un public beaucoup plus vaste à la presse, les niveaux d'alphabétisation qu'atteignent les anciens illettrés déterminent en partie le type de journaux qui leur sont offerts. La question se pose en particulier au sujet d'une presse populaire qui prend son essor à la fin du XIX^e siècle et qui ne cesse de progresser au XX^e siècle avec la fondation de tabloïds

38. Voir, à propos du tirage et du taux de pénétration des quotidiens et des hebdomadaires au tournant du siècle, J. DE BONVILLE (1988, p. 253-310) et, sur le tirage et le taux de pénétration des quotidiens de 1850 à 1975, J. DE BONVILLE et Gérard LAURENCE (1996).

39. Parmi les travaux utiles sur la distribution de la presse, voir la thèse de doctorat de Jean-Paul MARTIN (1975) et le mémoire de maîtrise de Grégoire TEYSSIER (1996).

abondamment illustrés, dont *Le Petit Journal*, lancé en 1926, est le premier représentant important.

La lecture du journal n'est qu'une des manifestations de la vie culturelle d'un individu ou d'une collectivité. L'étude des habitudes de lecture doit s'intégrer dans la problématique plus générale des comportements culturels. L'importance qu'accordent les éditeurs au choix du jour ou de l'heure de publication de leur journal nous confirme dans cette intuition. En effet, le journal ne se lit pas indifféremment le samedi ou le dimanche, le matin ou le soir ; il est tantôt préféré au livre, tantôt négligé au profit de la radio ou de la télévision. Les tirages et les taux de pénétration expriment des moyennes, mais les comportements de lecture réels sont fort différents : des familles reçoivent jusqu'à quatre quotidiens, tandis que d'autres n'en reçoivent aucun ; de nombreux Canadiens français lisent des journaux de langue anglaise, mais la réciproque est beaucoup plus rare ; la lecture du journal est tantôt une activité féminine, tantôt une activité masculine ; pour certains, la lecture se fait en bibliothèque ou collectivement à haute voix ; un même abonnement peut servir plusieurs familles, etc. Un véritable chantier ethnographique serait nécessaire pour tirer ces problèmes au clair. Pour la période contemporaine, les sources orales demeurent accessibles, tandis que l'étude des périodes antérieures suppose le ratissage d'une documentation diversifiée, notamment les mémoires, journaux intimes, récits, textes de fiction, qui met en scène les activités de la vie quotidienne.

2.3.3 *Rôle de la presse*

En lien étroit avec les discussions sur le lectorat, se posent aussi les questions de l'influence et du rôle de la presse. À toutes les époques, les points de vue divergent sur l'utilité et les inconvénients de la presse⁴⁰. Elle éclaire l'individu sur ses droits, mais menace la stabilité de l'État ; elle favorise le développement de l'opinion publique, mais sa partisanerie contribue à dégrader la vie politique ; elle est l'école permanente des classes populaires, mais ses reportages scabreux corrompent les consciences ; elle informe les citoyens, mais contribue aux excès de la société de consommation. La liste des procès faits à la presse comme d'ailleurs à l'ensemble des médias pourrait s'allonger. Leur inventaire et l'analyse de l'argumentaire constituent en soi un véritable programme de recherche dont chaque élément ouvre des perspectives sur de nouvelles problématiques : par exemple, la naissance d'une opinion publique dans le Bas-Canada, dont la presse est un organe essentiel, la transformation de la politique électorale sous l'effet de la presse

40. Christiane CAMPAGNA (1998) étudie le rôle que les fondateurs et propriétaires de journaux montréalais attribuent à leurs feuilles au XIX^e siècle.

d'information, l'érosion de l'autorité du clergé catholique par la représentation du relativisme moral dans la presse populaire depuis le début du siècle, etc.

*

* *

Nous avons voulu dans cet article embrasser les domaines de l'histoire de la presse dans une perspective très large. Nous y avons tiré sommairement les plans de chantiers qui nous semblent prioritaires. Nous nous en sommes tenus uniquement à la presse d'information générale et politique, évitant de discuter de tout type de presse spécialisée. Pourtant, l'ampleur de la tâche risque de décourager les plus hardis. Cependant, en traçant des limites géographiques, chronologiques ou thématiques, les chercheurs peuvent y découper des projets adaptés aux contraintes de la recherche individuelle.

L'histoire de la presse ne progressera vraiment que lorsque les historiens considéreront la presse en elle-même et pour elle-même, et non plus simplement comme une source commode de renseignements. Pour autant, il ne s'agit pas d'isoler la presse. Il faut ramener, au contraire, toutes les observations sur la presse au contexte sociohistorique de celle-ci. En identifiant des domaines de recherche, nous n'avons pas voulu suggérer qu'ils sont autonomes les uns à l'égard des autres. Même si les contraintes de la démarche scientifique imposent de circonscrire un objet de recherche précis, il faut garder à l'esprit que les paramètres (c'est-à-dire les producteurs des messages, les messages eux-mêmes et leurs destinataires) ne jouent pas indépendamment les uns des autres. Ce qui caractérise une époque, c'est tout à la fois une organisation de la production des messages, des producteurs de messages, un type et un style de messages, un lectorat et des usages spécifiques de ces messages, et, enfin, les relations de dépendance et de rétroaction qui articulent l'ensemble des paramètres.

Nous espérons que cette conception d'une histoire sociale de la presse québécoise insufflera du dynamisme dans un champ historiographique sous-développé, voire non encore constitué. En outre, aux historiens et aux autres praticiens des sciences sociales qui continueront d'utiliser la presse comme source d'information ou facteurs explicatifs dans des recherches sur d'autres sujets, elle fournira les moyens de mieux comprendre la nature, la portée et les limites des observations qu'ils en dégagent.

Fernande ROY

*Département d'histoire,
Université du Québec à Montréal.*

Jean DE BONVILLE

*Département d'information et de communication,
Université Laval.*

BIBLIOGRAPHIE

- 1966- *Dictionnaire biographique du Canada*, Québec, Presses de l'Université Laval, 1966-1998, 14 vol.
- ALLARD, Jean-Marie
- 1989 *La pub : 30 ans de publicité au Québec*, Montréal, Libre Expression, Le Publicité-Club de Montréal.
- ALLARD, Nicole
- 1996 « Un graveur et caricaturiste à l'aube de la Confédération », dans : Mario BÉLAND, *Jean-Baptiste Côté, caricaturiste et sculpteur*, Québec, Musée du Québec, 33-65.
- 1997 *Hector Berthelot (1842-1895) et la caricature dans la petite presse satirique au Québec entre 1860 et 1895*, Sainte-Foy, Université Laval. (Mémoire en histoire.)
- ANCTIL, Pierre
- 1988 *Le Devoir, les Juifs et l'immigration : de Bourassa à Laurendeau*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture.
- AYER, N.W. and Son
- 1880- *Ayer Directory of Publications*, Philadelphie, N.W. Ayer and Son, annuel.
- BEAULIEU, André et Jean HAMELIN
- 1965 *Les journaux du Québec de 1764 à 1964*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- 1966 « Aperçu du journalisme québécois d'expression française », *Recherches sociographiques*, VII, 3 : 305-346.
- BEAULIEU, André et Jean HAMELIN (dirs)
- 1971- *La presse québécoise des origines à nos jours*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, 1971-1990, 10 vol. + un index.
- BEAUREGARD, Claude
- 1998 *Guerre et censure au Canada, 1935-1945*, Sillery, Septentrion.
- BERNIER, Robert
- 1988 *Le marketing gouvernemental au Québec : 1925-1985*, Montréal, Gaëtan Morin.
- BRUNN, Denis
- 1980 « L'information des Canadiens français au milieu du XIX^e siècle : transmission et transcription des nouvelles européennes », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, XXVII, 4 : 646-657.
- BUONO, Yolande
- 1980 *Imprimerie et diffusion de l'imprimé à Montréal, de 1776 à 1820*, Montréal, Université de Montréal. (Mémoire en bibliothéconomie.)

BUXTON, William J. et Catherine MCKERCHER

- 1998 « Newspapers, magazines and journalism in Canada: Towards a critical historiography », *Acadiensis*, XXVIII, 1 : 103-126.

CAMBRON, Micheline (dir.)

- 1998 *Le journal Le Canadien : littérature, espace public et utopie 1836-1845*, Montréal, Fides.

CAMPAGNA, Christiane

- 1998 *Le rôle de la presse selon les propriétaires et rédacteurs des journaux montréalais : 1830-1880*, Montréal, Université du Québec à Montréal. (Mémoire en histoire.)

CHARRON, Jean

- 1994 *La production de l'actualité : une analyse stratégique des relations entre la presse parlementaire et les autorités politiques*, Montréal, Boréal.

CHEVREFILS-DESBIOLLES, Yves

- 1985 *John Henry Walker (1831-1899), artisan-graveur montréalais : la montée et la chute du premier médium moderne d'illustration : la gravure sur bois de reproduction*, Montréal, Université du Québec à Montréal. (Mémoire en histoire de l'art.)

COMEAU, Paul-André, Claude BEAUREGARD et Edwidge MUNN

- 1995 *La démocratie en veilleuse. Rapport sur la censure : récit de l'organisation, des activités et de la démobilisation de la censure durant la guerre 1939-45*, Montréal, Québec / Amérique.

DANSEREAU, Bernard

- 1992 *L'avènement de la linotype : le cas de Montréal à la fin du XIX^e siècle*, Montréal, VLB éditeur.

DE BONVILLE, Jean

- 1988 *La presse québécoise de 1884 à 1914 : genèse d'un média de masse*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval.

- 1995a *La presse québécoise de 1764 à 1914 : bibliographie analytique*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval.

- 1995b *Les quotidiens montréalais de 1945 à 1985 : morphologie et contenu*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture.

- 1995c « La presse dans le discours des évêques québécois de 1764 à 1914 », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, XLIX, 2 : 195-221.

- 1995d « La recherche en histoire de la presse au Québec : bilan bibliométrique », *Documentation et bibliothèques*, XLI, 3 : 169-173.

- 1996a « Le discours des évêques québécois sur la presse de 1850 à 1914 », *Études d'histoire religieuse*, LXII : 49-70.

- 1996b « Les notions de texte et de code journalistiques : définition et critique », *Communication*, XVII, 2 : 99-142.

- 1999 « Le " nouveau journalisme " américain et la presse québécoise à la fin du XIX^e siècle », dans : Florian SAUVAGEAU (dir.), *Variations sur l'influence culturelle américaine*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, 73-100.

DE BONVILLE, Jean et Ulric DESCHÊNES

- 1996 « Individu ou collectivité, diachronie ou synchronie : modèle de traitement de l'information pour concilier ces dimensions », *Histoire & mesure*, XI, 1 / 2 : 93-117.

DE BONVILLE, Jean et Gérard LAURENCE

- 1996 « Évolution sociodémographique de la presse quotidienne », dans : Yves ROBY et Nive VOISINE (dirs), *Érudition, humanisme et savoir : hommage à Jean Hamelin*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, 351-375.

DE LA GARDE, Roger

- 1975 « Profil sociodémographique des journalistes de la presse écrite québécoise », *Communication et Information*, I, 1 : 31-52.

DEMERS, François

- 1989 *Communications et syndicalisme: des imprimeurs aux journalistes*, Montréal, Méridien.

DÉOM, Esther

- 1989 *Quarante ans de syndicalisme chez les journalistes québécois*, Montréal, Agence d'ARC.

DEWALT, Bryan

- 1995 *Technology and Canadian Printing : A History from Lead Type to Lasers*, Ottawa, National Museum of Science and Technology.

DULUDE, André

- 1978 *Politiques comparées des syndicats de journalistes de quelques quotidiens du Québec et du Canada anglais*, Montréal, Université de Montréal. (Mémoire en relations industrielles.)

DUMONT, Fernand, Jean HAMELIN et Jean-Paul MONTMINY (dirs)

- 1971 *Idéologies au Canada français, 1850-1900*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval.
1978 *Idéologies au Canada français, 1930-1939*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval.
1981 *Idéologies au Canada français, 1940-1976 : Tome 1^{er} La presse - La littérature*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval.

DUMONT, Fernand, Jean HAMELIN, Fernand HARVEY et Jean-Paul MONTMINY (dirs)

- 1974 *Idéologies au Canada français, 1900-1929*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval.

ELKIN, Frederick

- 1973 *Rebels and Colleagues*, Montréal, McGill-Queen's University Press.

GALARNEAU, Claude

- 1984 « La presse périodique au Québec de 1764 à 1859 », *Mémoires et comptes rendus de la Société royale du Canada*, 4^e série, XII : 143-166.

GOHEEN, Peter G.

- 1989 « Communications and urban systems in mid-nineteenth century Canada », *Urban History Review / Revue d'histoire urbaine*, XIV, 3 : 235-245.
- 1990 « The changing bias of inter-urban communications in nineteenth-century Canada », *Journal of Historical Geography*, XVI, 2 : 177-196.

GOSSELIN, André

- 1986 *Sociologie d'une profession : les journalistes québécois*, Montréal, Université de Montréal. (Mémoire en sociologie.)

GOSSELIN, Line

- 1995 *Les journalistes québécoises, 1880-1930*, Montréal, Regroupement des chercheurs-chercheuses en histoire des travailleurs et travailleuses du Québec.

HARDY, Dominic L.

- 1998 *Drawn to Order : Henri Julien's Political Cartoons of 1899 and His Career with Hugh Graham's « Montreal Daily Star », 1888-1909*, Peterborough, Trent University. (Mémoire en histoire.)

HARE, John et Jean-Pierre WALLOT

- 1967 *Les imprimés dans le Bas-Canada, tome 1 : 1801-1810*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal.
- 1983 « Les imprimés au Québec (1760-1820) », dans : Yvan LAMONDE (dir.), *L'imprimé au Québec : aspects historiques (18^e-20^e siècles)*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 77-125.

HÉBERT, Pierre

- 1998 « Où est l'univers concentrationnaire ? : Le Devoir et les paradigmes de la censure, 1920-1960 », *Voix et Images*, XXIII, 2 : 229-247.

HÉBERT, Pierre et Jacques COTMAN

- 1995 « La Gazette littéraire (1778-1779) : notre première œuvre de fiction ? », *Voix et Images*, XX, 2 : 294-312.

HÉBERT, Pierre avec la collaboration de Patrick NICOL

- 1997 *Censure et littérature au Québec : le livre crucifié, 1625-1919*, Montréal, Fides.

HEINTZMAN, Ralph Ripley

- 1977 *The Struggle for Life : The French Daily Press and the Problem of Economic Growth in the Age of Laurier, 1896-1911*, North York, York University. (Thèse de doctorat en histoire.)

HILL, Robert A.

- 1968 « A note on newspaper patronage in Canada during the late 1850s and early 1860s », *The Canadian Historical Review*, LXIX, 1 : 44-59.
- 1998 *Robert Sellar and The Huntingdon Gleaner. Voice of the Vanishing Minority : 1863-1919*, Montréal, McGill-Queen's University Press.

JOURNAULT, François

- 1997 *La censure de la presse durant la Deuxième Guerre mondiale au Canada : fonctionnement de l'appareil de censure et comportement de la presse*, Montréal, Université du Québec à Montréal. (Mémoire en histoire.)

KESHEN, Jeffrey A.

- 1996 *Propaganda and Censorship During Canada's Great War*, Edmonton, University of Alberta Press.

KESTEMAN, Jean-Pierre

- 1979 « *Le Progrès* » (1874-1878) : étude d'un journal de Sherbrooke, Sherbrooke, Université de Sherbrooke, Groupe de recherche en histoire des Cantons-de-l'Est.

LACROIX, Lucien

- 1967 *Une nouvelle association professionnelle : le Publicité-Club : étude monographique de la professionnalisation du publicitaire canadien-français à Montréal, dans le contexte du développement de cette industrie au Canada*, Montréal, Université de Montréal. (Mémoire en sociologie.)

LAMONDE, Yvan

- 1989 *L'histoire des idées au Québec, 1760-1960 : bibliographie des études*, Montréal, Bibliothèque nationale du Québec.

LAPOINTE, Pierre-Louis

- 1975 « La nouvelle européenne et la presse québécoise d'expression française (1866-1871) », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, XXVIII, 4 : 517-537.

LAPOINTE, Raoul

- 1969 *Histoire de l'imprimerie au Saguenay (1879-1969)*, Chicoutimi, Société historique du Saguenay.

LAVOIE, Elzéar

- 1969 « La clientèle du *Courrier du Canada* », *Culture*, XXX, 4 : 299-399 ; XXXI, 1 : 40-57.

LEBEL, Jean-Marie

- 1982 *Ludger Duvernay et La Minerve : étude d'une entreprise de presse montréalaise de la première moitié du XIX^e siècle*, Sainte-Foy, Université Laval. (Mémoire en histoire.)

LEISS, William, Stephen KLINE et Sut JHALLY

- 1988 *Social Communication in Advertising : Persons, Products and Images of Well-being*, Scarborough, Nelson Canada, 217-236.

LEMIRE, Maurice

- 1991-1999 *La vie littéraire au Québec*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, tomes 1 à 4.

MARQUIS, Dominique

- 1998 *La presse catholique au Québec, 1910-1940*, Montréal, Université du Québec à Montréal. (Thèse de doctorat en histoire.)

MARTIN, Jean-Paul

- 1975 *Villes et régions du Québec au XIX^e siècle : approche géographique*, Strasbourg, Université Louis-Pasteur. (Thèse de 3^e cycle en géographie.)

MOUILLAUD, Maurice

- 1968 « Le système des journaux : théorie et méthode pour l'analyse de la presse », *Langages*, XI : 70-83.

NICHOLS, M.E.

- 1948 *The Story of the Canadian Press*, Toronto, The Ryerson Press.

OUELLET, Marc

- 1993 *La clé du succès : le discours publicitaire au Québec du tournant du siècle à la crise*, Sainte-Foy, Université Laval. (Mémoire en histoire.)

PARKER, George L.

- 1985 *The Beginnings of the Book Trade in Canada*, Toronto, University of Toronto Press.

PELLETIER, Jean-Guy

- 1963 « La presse canadienne française et la guerre des Boers », *Recherches sociographiques*, IV, 3 : 337-349.

ROSS, Line

- 1990 *L'écriture de presse : l'art d'informer*, Montréal, Gaëtan Morin.

ROY, Fernande

- 1988 *Progrès, harmonie, liberté : le libéralisme des milieux d'affaires francophones à Montréal au tournant du siècle*, Montréal, Boréal.

- 1993 *Histoire des idéologies au Québec aux XIX^e et XX^e siècles*, Montréal, Boréal.

ROY, Fernande et Jocelyn SAINT-PIERRE

- 1996 « La haute rédaction des quotidiens québécois entre 1850 et 1920 », dans : Yves ROBY et Nive VOISINE (dirs), *Érudition, humanisme et savoir : actes du colloque en l'honneur de Jean Hamelin*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, 401-423.

SAINT-PIERRE, Jocelyn

- 1993 *Les chroniqueurs parlementaires, membres de la Tribune de la presse de l'Assemblée législative de Québec : 1871-1921*, Sainte-Foy, Université Laval. (Thèse de doctorat en histoire.)

SAVARD, Pierre

- 1972 « Un type de laïc au Canada français traditionnel : le journaliste catholique », dans : *Le laïc dans l'Église canadienne-française de 1830 à nos jours*, Montréal, Fides, 175-183.

SOTIRON, Mirko

- 1987 *An Annotated Bibliography of Works on Daily Newspapers in Canada, 1914-1983 = Une bibliographie annotée des ouvrages portant sur les quotidiens canadiens, 1914-1983*, Montréal, s.n.
- 1997 *From Politics to Profit : The Commercialization of Canadian Daily Newspapers, 1890-1920*, Montréal, McGill-Queen's University Press.

STEPHENSON, H.E. et Carlton MCNAUGHT

- 1940 *The Story of Advertising in Canada : A Chronicle of Fifty Years*, Toronto, Ryerson Press.

TEYSSIER, Grégoire

- 1996 *La distribution postale de la presse québécoise, 1851-1911*, Sainte-Foy, Université Laval. (Mémoire en communication publique.)

TREMAINE, Marie

- 1952 *A Bibliography of Canadian Imprints*, Toronto, University of Toronto Press.

VITTOZ, Ed.

- 1921 *Journalistes et vocabulaire*, Paris, Payot.

WARD, Norman

- 1963 « The press and the patronage : An exploratory operation », dans : J.H. ATCHISON (dir.), *The Political Process in Canada*, Toronto, Toronto University Press, 3-16.