

L'IA générative et la profession de journaliste

Bonne ou mauvaise nouvelle ?



AUTRICES ET AUTEURS :

Vincent Pasquier
Catherine Lespérance
Xavier Parent-Rocheleau
Nicolas Turcotte-Légaré
Marie-Claude Gaudet
Antoine Bujold

Autrices et auteurs :

Vincent Pasquier

Professeur agrégé, Département de gestion des ressources humaines, HEC Montréal

Catherine Lespérance

Stagiaire postdoctorale, Département de gestion des ressources humaines, HEC Montréal

Xavier Parent-Rochelleau

Professeur agrégé, Département de gestion des ressources humaines, HEC Montréal

Nicolas Turcotte-Légaré

Candidat au doctorat, Département de gestion des ressources humaines, HEC Montréal

Marie-Claude Gaudet

Professeure agrégée, Département de gestion des ressources humaines, HEC Montréal

Antoine Bujold

Candidat au doctorat, Département de gestion des ressources humaines, HEC Montréal

Remerciements

Nous souhaitons exprimer toute notre gratitude aux organisations partenaires qui nous ont soutenus dès les premières étapes de ce projet de recherche et dont l'engagement a grandement facilité sa réalisation : la Fédération Nationale des Communications et de la Culture (FNCC-CSN), l'Association des Journalistes Indépendants du Québec (AJIQ), la Guilde Canadienne des Médias (GCM) et la Fédération Professionnelle des Journalistes du Québec (FPJQ). Nos remerciements vont également à Colette Brin, professeure à l'Université Laval, à l'équipe opérationnelle de l'Obvia, ainsi qu'aux nombreux experts, journalistes et gestionnaires qui ont généreusement partagé leurs connaissances et réflexions sur les mutations en cours dans la profession de journaliste.



Produit avec le soutien financier du Fonds de recherche du Québec



ISBN : 978-2-925138-87-7
DOI : [10.61737/DYBK1597](https://doi.org/10.61737/DYBK1597)

Pour citer ce document: Pasquier, V., Lespérance, C., Parent-Rochelleau, X., Turcotte-Légaré, N., Gaudet, M.-C. et Bujold, A. (2025). *L'IA générative et la profession de journaliste - Bonne ou mauvaise nouvelle ?* Obvia. <https://doi.org/10.61737/DYBK1597>

Table des matières

Résumé exécutif	4
Liste des figures	5
Introduction	6
1 Qui utilise l'IAG ?	7
2 Pourquoi et comment les outils d'IAG sont-ils utilisés ?	11
3 Comment l'usage de l'IAG transforme-t-il le rapport à la profession ?	16
4 Comment le contexte façonne-t-il les usages de l'IAG ?	23
Perspectives	28
Annexe	31

Résumé exécutif

Depuis l'irruption de ChatGPT en novembre 2022, l'intelligence artificielle générative (IAG) transforme progressivement la profession de journaliste. L'objectif de ce rapport est de dégager les premières tendances concernant l'usage de l'IAG et ses effets sur la profession. Menée auprès de 400 journalistes canadiens et internationaux, cette étude s'intéresse aux profils des utilisateurs, aux transformations de leur travail, à leurs perceptions de ces outils ainsi qu'aux enjeux liés à leur régulation. Cinq constats majeurs s'en dégagent :

→ Une adoption encore émergente, davantage portée individuellement par les (jeunes) journalistes que par leurs organisations

L'usage de l'IAG apparaît déjà largement répandu, deux tiers des journalistes sondés déclarant y avoir eu recours dans leur travail. Le processus d'adoption semble néanmoins encore en phase émergente, porté davantage par des initiatives individuelles et exploratoires que par des politiques organisationnelles. L'IAG est principalement utilisée pour la collecte et l'analyse de données, ainsi que pour la production et l'édition de textes. Elle est, en revanche, moins mobilisée dans les phases d'idéation et de distribution. Ce sont surtout les jeunes journalistes (moins de 30 ans et/ou avec moins de cinq ans d'expérience) ainsi que les pigistes, qui tendent à adopter l'IAG plus facilement que leurs aînés ou leurs homologues employés.

→ Une perception globalement positive des effets de l'IAG sur la qualité du travail et la productivité

La recherche de gains de productivité et l'amélioration de la qualité des contenus constituent les principales motivations à l'usage de l'IAG, le gain de temps étant l'argument le plus fréquemment cité. Les journalistes qui utilisent ces outils se déclarent globalement satisfaits des bénéfices qu'ils en retirent.

→ Un sentiment de dépendance à l'IAG déjà significatif, notamment chez les plus jeunes journalistes

Les apports de l'IAG sont tels que près d'un quart de ses utilisateurs se déclarent déjà en situation de dépendance. Cette situation interroge d'autant plus qu'elle concerne principalement les jeunes journalistes, dont le début de carrière a pu se construire avec ces outils.

→ Une forte inquiétude pour le futur de la profession, mais atténuée chez les utilisateurs réguliers et dépendants de l'IAG

Les journalistes expriment un fort niveau de préoccupations éthiques, notamment en lien avec le respect des obligations professionnelles, telles que la qualité et l'authenticité des informations produites avec l'IAG. Ces préoccupations apparaissent toutefois moins marquées chez les utilisateurs réguliers, en particulier ceux qui se déclarent dépendants, ce qui soulève des interrogations sur une possible baisse de leur vigilance éthique.

→ Une régulation par les employeurs et les syndicats encore tâtonnante

À ce jour, seul un tiers des journalistes interrogés déclarent que leur organisation a mis en place une politique encadrant l'usage de l'IAG. Symptomatique d'un encadrement encore embryonnaire, ils sont même plus nombreux (36 %) à ne pas savoir si leur organisation dispose d'un tel outil de régulation. Lorsqu'ils existent, ces outils influencent déjà les pratiques, en orientant, encourageant ou restreignant certains usages.

Enfin, la présence syndicale ne semble pas encore avoir d'effet significatif sur l'adoption de l'IAG. Ce constat suggère que les syndicats sont eux aussi encore en phase d'appropriation des enjeux liés à l'IAG, et que leur rôle dans la mise en place d'outils de régulation reste, dans une large mesure, à construire.

Liste des figures

Figure 1 : Fréquence d'utilisation de l'IAG	9
Figure 2 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon l'âge	9
Figure 3 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon l'expérience dans le journalisme	10
Figure 4 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon le statut d'emploi	10
Figure 5 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon le niveau de diplôme	10
Figure 6 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon le genre	10
Figure 7 : Répartition des usages de l'IAG par type et fréquence	13
Figure 8 : Répartition des usages de l'IAG selon le statut d'emploi	13
Figure 9 : Motivations à utiliser l'IAG	14
Figure 10 : Productivité au travail avec l'IAG	15
Figure 11 : Qualité du travail avec l'IAG	15
Figure 12 : Dépendance à l'IAG	18
Figure 13 : Dépendance à l'IAG selon l'expérience en journalisme	18
Figure 14 : Dépendance à l'IAG selon le type de tâche et l'expérience dans le journalisme	18
Figure 15 : Dépendance à l'IAG selon la perception de ses effets sur le travail	19
Figure 16 : Préoccupations éthiques	19
Figure 17 : Préoccupations éthiques (en général) selon la fréquence d'utilisation de l'IAG	20
Figure 18 : Dépendance à l'IAG en fonction des préoccupations éthiques	20
Figure 19 : Crainte du remplacement par l'IAG	20
Figure 20 : Crainte du remplacement par l'IAG selon le statut professionnel	21
Figure 21 : Divulgateion de l'usage	21
Figure 22 : Attachement à la profession	22
Figure 23 : Investissements organisationnels dans l'IAG	25
Figure 24 : Changements dans le travail selon le niveau d'adoption organisationnelle de l'IAG	25
Figure 25 : Crainte du remplacement selon le niveau d'adoption organisationnelle de l'IAG	25
Figure 26 : Existence de politiques organisationnelles visant à encadrer l'IAG	26
Figure 27 : Orientation perçue des politiques organisationnelles sur l'IAG	26
Figure 28 : Usage de l'IAG selon l'orientation perçue des politiques organisationnelles	26
Figure 29 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon le type de gouvernance	27
Figure 30 : Adoption organisationnelle de l'IA selon le type de gouvernance	27
Figure 31 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon l'appartenance syndicale	27

Introduction

Collaborer. Augmenter. Remplacer. Aliéner. Entre craintes et espoirs, dans cette phase encore émergente de l'intelligence artificielle générative (IAG), notre rapport vise à apporter un peu de clarté sur les tendances qui se dessinent.

Ce tournant technologique n'épargne pas le journalisme. L'IAG s'intègre déjà à toutes les étapes de production de l'information : trouver un angle, résumer un rapport, rédiger une dépêche, illustrer un article. Certaines rédactions expérimentent activement son intégration dans leurs processus éditoriaux (Cools & Diakopoulos, 2024¹; Beckett & Yaseen, 2023²).

Si certains y voient des outils puissants pour gagner du temps ou stimuler la créativité, d'autres alertent sur leurs effets : menace sur l'emploi, perte de sens, brouillage des repères éthiques (Møller et al., 2025³).

Basée sur un sondage multicanal mené auprès de 400 journalistes canadiens et internationaux entre septembre et décembre 2024, cette étude s'intéresse à la manière dont l'IAG transforme concrètement le travail journalistique. Car derrière l'apparente neutralité de ces outils se cache une réalité bien plus nuancée, façonnée par les usages, les identités professionnelles et les contextes organisationnels.

Les résultats présentés dans ce rapport s'articulent autour de quatre grandes sections, chacune explorée à travers une question centrale :



Qui utilise l'IAG ?

Cette première section dresse un portrait des journalistes selon qu'ils recourent ou non à ces outils.



Pourquoi et comment les outils d'IAG sont-ils utilisés ?

Cette section examine les usages concrets, en mettant en lumière les modalités et les motivations des utilisateurs.



Comment l'usage de l'IAG transforme-t-il le rapport à la profession ?

Ici, l'analyse porte sur la manière dont ces outils influencent la perception de la profession et les pratiques journalistiques.



Comment le contexte façonne-t-il les usages ?

Enfin, cette dernière section interroge l'impact des dynamiques organisationnelles sur les usages de l'IAG.

Ces quatre sections offrent un regard croisé - individuel et organisationnel - sur l'impact de l'IAG sur la profession de journaliste et ouvrent des pistes de réflexion pour imaginer des actions concrètes face à ces mutations.

Qu'est-ce que l'IAG⁴ ?

L'IAG est : « un système d'intelligence artificielle capable de générer du texte, des images, de l'audio, de la vidéo ou d'autres contenus en réponse à des requêtes formulées par l'utilisateur. Il utilise des techniques d'apprentissage automatique pour produire de nouvelles données présentant des caractéristiques similaires à celles sur lesquelles il a été entraîné [...], générant ainsi des résultats souvent difficiles à distinguer de contenus créés par des humains [...] ».

Alan Turing Institute, 2025

1 Cools, H., & Diakopoulos, N. A. (2024). Uses of generative AI in the newsroom: Mapping journalists' perceptions of perils and possibilities. *Journalism Practice*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2394558>

2 Beckett, C., & Yaseen, M. (2023). *Generating Change: A global survey of what news organisations are doing with AI*. JournalismAI. Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science. <https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change>

3 Møller, L. A., Cools, H., & Skovsgaard, M. (2025). One size fits some: How journalistic roles shape the adoption of generative AI. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2484622>

4 Dans ce rapport, nous utilisons l'acronyme IAG pour désigner l'intelligence artificielle générative - et non l'intelligence artificielle générale.

1

Qui utilise l'IAAG ?



Résultats en un clin d'œil

Cette section aborde une première grande question : « Qui utilise l'IAG ? ». Elle dresse le portrait des journalistes ayant recours à ces outils, laissant entrevoir une intégration progressive de l'IAG dans les pratiques professionnelles : près des deux tiers des répondants déclarent en faire usage.

Toutefois, cet usage demeure inégal et varie selon des facteurs générationnels et professionnels. Les journalistes plus jeunes, moins expérimentés et pigistes figurent parmi les principaux utilisateurs, ce qui suggère que l'IAG répond à des besoins ou contraintes spécifiques à ces groupes. En revanche, le genre ne semble pas avoir d'influence significative sur son utilisation.



Près de deux tiers des journalistes interrogés utilisent l'IAG parfois ou souvent.



L'usage est plus fréquent chez les journalistes jeunes, peu expérimentés et pigistes.

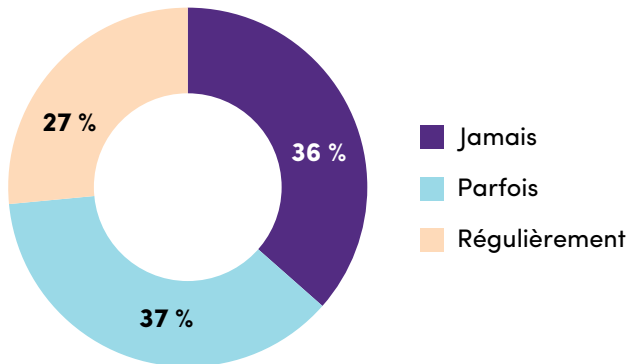


Le genre a peu d'incidence sur l'utilisation de ces outils.

1.1 Une utilisation déjà bien implantée dans les pratiques

À peine plus de deux ans après le lancement de ChatGPT, près des deux tiers des journalistes interrogés (64 %) déclarent avoir déjà utilisé l'IAG dans le cadre de leur travail (cf. Figure 1).

Figure 1 : Fréquence d'utilisation de l'IAG
(N=400)



Ces données semblent confirmer, à l'échelle de la profession, un constat déjà établi à celle de la société dans son ensemble : l'adoption des outils d'IAG se fait à une vitesse inédite, surtout en comparaison avec les précédentes ruptures technologiques (Accenture, 2024⁵).

Cette diffusion rapide ne semble pas relever d'un simple engouement passager. Plusieurs journalistes soulignent au contraire que l'IAG s'inscrit dans une dynamique à plus long terme. Comme le résume l'un d'eux : « *L'IA Générative est là pour rester.* »^{6,7}

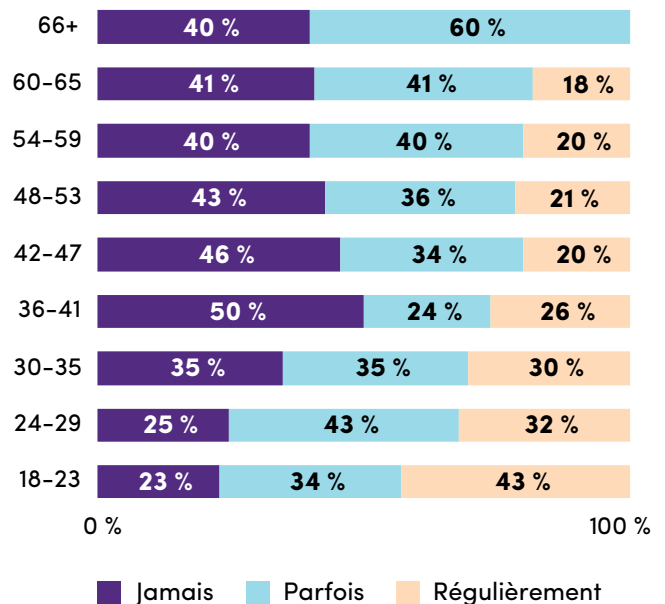
Il reste toutefois prématuré de parler d'un usage généralisé de l'IAG chez les journalistes. Bien que son adoption puisse sembler rapide étant donné la nouveauté de ces outils, 36 % des journalistes ne les ont encore jamais utilisés. Et seuls 27 % y ont recours de manière régulière (plus de trois fois par semaine), tandis que 37 % s'en servent seulement de façon occasionnelle.

1.2 Une utilisation plus fréquente chez les jeunes générations

La fréquence d'utilisation de l'IAG est indéniablement marquée par un effet générationnel.

Les jeunes journalistes sont nettement plus enclins à utiliser ces outils (cf. Figure 2) : près de 75 % des journalistes de moins de 30 ans les utilisent, dont une part significative de manière régulière. La fréquence d'utilisation décroît avec l'âge, jusqu'à se stabiliser autour de 40 ans. À partir de cette tranche d'âge, environ 40 % ne les utilisent jamais, tandis qu'environ 20 % y ont recours régulièrement.

Figure 2 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon l'âge
(N=338)



5 Accenture. (2024). *Reinventing enterprise operations: How reinvention-ready companies are driving growth and relevance with gen AI.* https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/accenture-com/document-3/Reinventing_Enterprise_Operations.pdf

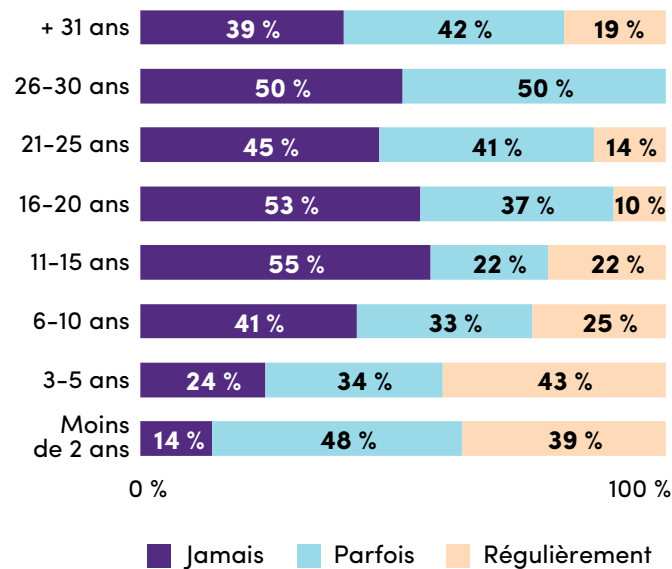
6 Traduit de l'anglais.

7 Les citations présentes tout au long du rapport sont issues des réponses aux questions ouvertes du sondage.

L'analyse selon l'expérience en journalisme (cf. Figure 3) confirme cette tendance : les répondants ayant moins de 5 ans d'expérience – soit ceux arrivés dans la profession au moment de l'émergence de l'IAG – sont de loin les utilisateurs les plus réguliers. Au-delà de 10 ans d'expérience, la fréquence d'utilisation se stabilise : entre 40 % et 50 % des journalistes sondés déclarent ne jamais utiliser ces outils.

« Je suis empêché de l'utiliser pour la majorité de mon travail, mais de toute façon, je ne choisirais pas de le faire – je suis un journaliste de l'ancienne génération. »⁸

Figure 3 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon l'expérience dans le journalisme
(N=342)

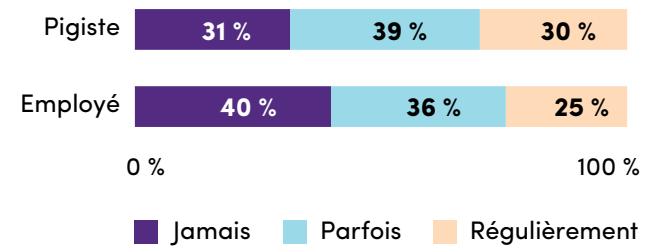


1.3 Une fréquence d'utilisation variable selon le statut d'emploi, le niveau de diplôme et le genre

Au-delà de l'âge et de l'expérience professionnelle, la fréquence d'utilisation de l'IAG varie aussi en fonction du statut d'emploi et du niveau de diplôme. Ces deux facteurs semblent exercer une influence sur l'adoption de ces outils.

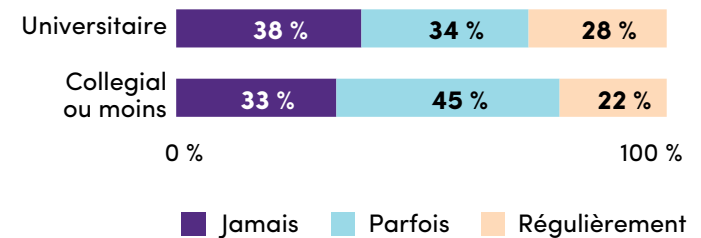
Les journalistes pigistes sont proportionnellement plus nombreux à utiliser l'IAG de façon régulière que leurs homologues employés (cf. Figure 4).

Figure 4 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon le statut d'emploi
(N=376)



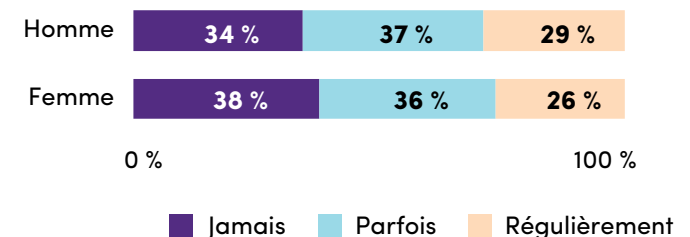
Les journalistes moins diplômés semblent également recourir plus fréquemment à l'IAG (cf. Figure 5).

Figure 5 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon le niveau de diplôme
(N=367)



À l'inverse, le genre ne semble pas constituer un facteur déterminant dans les pratiques déclarées : les résultats rapportés pour les hommes et les femmes (cf. Figure 6) sont largement similaires.

Figure 6 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon le genre
(N=359)



⁸ Traduit de l'anglais.

2

**Pourquoi et comment
les outils d'IA
sont-ils utilisés ?**



Résultats en un clin d'œil

Cette section aborde une deuxième grande question : « Pourquoi et comment les outils d'IAG sont-ils utilisés ? ». Elle propose un état des lieux des usages déclarés, en examinant leur fréquence, les écarts liés au statut des journalistes, ainsi que les motivations qui sous-tendent le recours à ces outils.

Les résultats montrent que l'IAG est perçue à la fois comme un outil de productivité et un moyen d'améliorer la qualité des contenus produits, tout en étant mobilisée de manière exploratoire et variée. Le statut d'emploi apparaît comme un facteur différenciant : les pigistes et les journalistes employés se distinguent tant par la fréquence que par la répartition de leurs usages. Enfin, si le gain de temps demeure la motivation la plus fréquemment évoquée, l'utilisation de l'IAG soulève des interrogations quant à ses implications pour le métier de journaliste.



L'IAG est utilisée de manière exploratoire et variée, surtout à des fins de productivité, mais aussi pour l'amélioration des contenus produits.



Les usages varient selon le statut d'emploi, avec des différences marquées entre pigistes et journalistes employés.



Le gain de temps est la principale motivation déclarée.

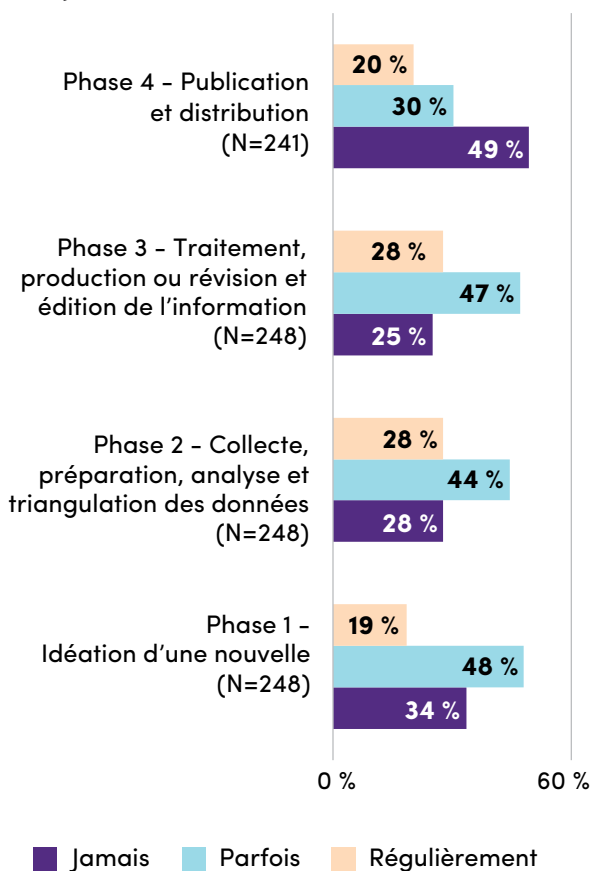
2.1 Une mobilisation centrée sur la collecte d'information et la rédaction-révision

L'IAG est susceptible d'être mobilisée à chacune des phases du cycle de production de l'information journalistique : de l'idéation d'article, à la collecte de données en passant par l'écriture, la révision de texte ou encore la stratégie de diffusion.

Comme le montre la Figure 7, les journalistes mobilisent l'IAG de manière inégale selon les phases du processus de production de l'information.

Figure 7 : Répartition des usages de l'IAG par type et fréquence

(N=248)



L'IAG est principalement utilisée pour les phases de collecte et d'analyse de données (Phase 2) ainsi que pour la production et l'édition de textes (Phase 3). À l'inverse, ces outils sont beaucoup moins sollicités lors des phases d'idéation (Phase 1) et encore moins au moment de la publication et de la distribution (Phase 4).

La fréquence et la diversité des usages observés suggèrent que l'IAG est encore utilisée de manière exploratoire. Que ce soit lors de l'idéation (Phase 1), de la collecte et de l'analyse (Phase 2), ou de la production et de l'édition de textes (Phase 3), l'IAG ne semble pas encore faire partie des routines professionnelles : à chaque étape du travail, la grande majorité des journalistes-utilisateurs y ont recours parfois, voire jamais.

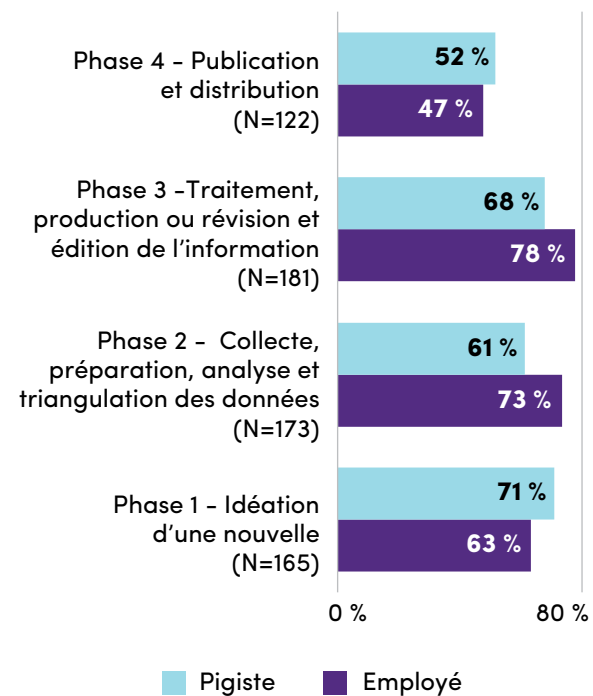
Cette diversité d'usage est illustrée par le témoignage suivant : « Elle [l'IAG] est bonne pour donner des idées; j'ai déjà utilisée pour me fournir des idées de titres accrocheurs quand j'étais bloquée. Elle m'aide parfois à écrire des courriels en anglais aux personnes à interroger. Je ne l'utilise pas comme un traducteur, mais comme un améliorateur de phrase. »

2.2 Des pratiques qui varient selon le statut d'emploi

Les pigistes ont tendance à mobiliser davantage ces outils lors des phases d'idéation (Phase 1), ainsi qu'au moment de la publication et de la distribution (Phase 4), comparativement à leurs homologues employés (cf. Figure 8).

Figure 8 : Répartition des usages de l'IAG selon le statut d'emploi

(N=248)



À l'inverse, les journalistes employés utilisent plus fréquemment l'IAG pour les tâches centrales du processus de production de l'information, notamment lors de la collecte et de l'analyse (Phase 2) ainsi que de la production et de l'édition de textes (Phase 3).

2.3 Un outil pour travailler plus vite ... Et parfois mieux

Si les usages varient selon le statut d'emploi, la recherche de gain de temps reste une motivation largement partagée.

« L'utilisation de l'IA a amélioré mon efficacité et m'a permis de faire plus en moins de temps. »

La principale motivation des journalistes à utiliser l'IA est liée aux gains de productivité : 66 % des utilisateurs déclarent y recourir principalement pour gagner du temps (cf. Figure 9).

Si les motivations « productivistes » dominent, une part significative des journalistes utilise l'IA en raison des compétences qu'ils lui attribuent.

Pour 33 % des utilisateurs, l'IA est jugée tout simplement meilleure, et pour 26 %, elle permet d'accomplir des tâches qu'ils ne maîtrisent pas eux-mêmes.

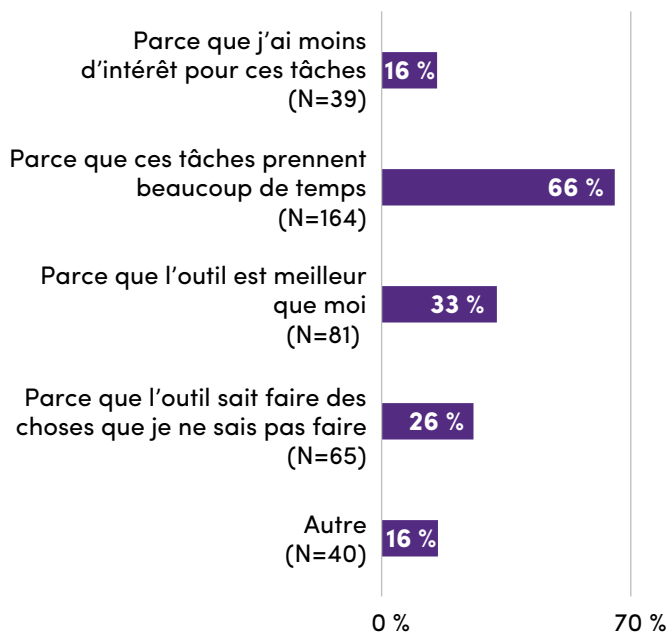
À noter que seuls 16 % des répondants déclarent recourir à l'IA par manque d'intérêt pour certaines tâches. Ce dernier point nuance (voire contredit) l'hypothèse selon laquelle l'IA serait mobilisée avant tout pour se délester de tâches perçues comme aliénantes ou à faible valeur ajoutée.

Enfin, parmi les autres motifs (16 %) évoqués par les répondants figurent l'aide à la stimulation de la créativité (11 répondants) et l'expérimentation de la pertinence de l'outil (6 répondants).

Figure 9 : Motivations à utiliser l'IA

(N=248)

En réponse à la question : « Pourquoi utilisez-vous l'IA dans les tâches citées précédemment ? »



Pour la majorité des répondants, les attentes de productivité et d'amélioration de la qualité du travail semblent globalement satisfaites.

« L'IAG est un outil puissant pour stimuler la créativité et la productivité. »

Comme le montrent les Figures 10 et 11, les outils d'IAG sont, de manière générale, perçus comme un appui au travail journalistique : 68 % des répondants estiment qu'ils améliorent leur productivité, et 58 % considèrent qu'ils contribuent à une meilleure qualité de leur travail. L'IAG est perçue à la fois comme un outil de productivité et un levier pour améliorer la qualité des contenus.

Néanmoins, les effets négatifs de l'IAG sur le travail journalistique ne sont pas marginaux : 13 % des répondants estiment que ces outils ne leur permettent pas de travailler plus rapidement (cf. Figure 10), et 19 % des utilisateurs jugent que leur usage n'améliore pas la qualité de leur travail (cf. Figure 11).

Figure 10 : Productivité au travail avec l'IAG
(N= 239)

En réponse à la question : « L'utilisation de l'IA générative améliore ma productivité. »

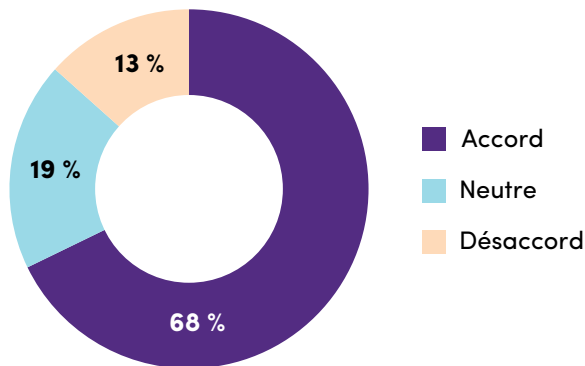
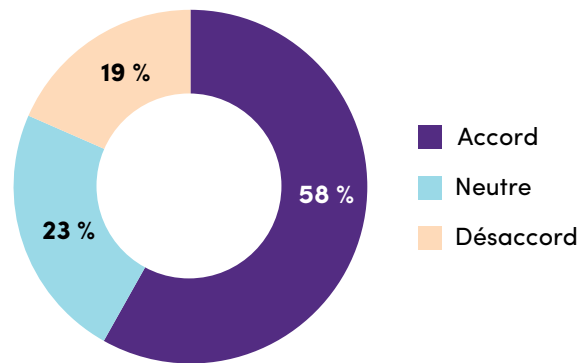


Figure 11 : Qualité du travail avec l'IAG
(N=239)

En réponse à la question : « L'utilisation de l'IA générative me permet de produire un travail de meilleure qualité. »



3

Comment l'usage de l'IAG transforme-t-il le rapport à la profession ?



Résultats en un clin d'œil

Cette section aborde une troisième grande question : « Comment l'usage de l'IAG transforme-t-il le rapport à la profession ? ». Elle examine la relation qu'entretiennent les journalistes avec leur profession ainsi que leur rapport au travail.

Les résultats révèlent une forme d'ambivalence : les moins expérimentés apparaissent plus dépendants à l'IAG, tandis que les pigistes expriment davantage d'inquiétudes face au risque de remplacement technologique. Ces écarts traduisent une transformation inégale de la profession. Les enjeux éthiques, en particulier ceux relatifs à la qualité et à l'authenticité de l'information, restent des préoccupations centrales pour les journalistes.

Par ailleurs, ces préoccupations semblent s'estomper chez les utilisateurs les plus réguliers et les plus dépendants et à l'inverse, elles restent plus vives chez ceux qui l'utilisent peu.



La dépendance à l'IAG concerne un quart des journalistes interrogés, en particulier les moins expérimentés.



Les préoccupations éthiques sont multiples et portent principalement sur les obligations professionnelles des journalistes; les craintes liées au remplacement technologique sont plus marginales.



La dépendance à l'IAG s'accompagne d'une moindre sensibilité éthique - et inversement.



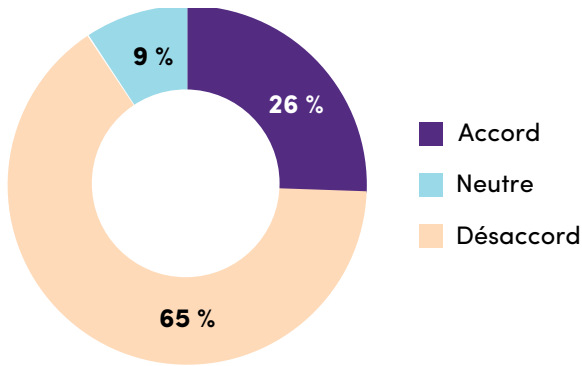
L'utilisation de l'IAG n'affecte pas la relation que les journalistes entretiennent avec leur profession.

3.1 Une dépendance plus marquée chez les moins expérimentés

À peine deux ans après sa mise à disposition, environ un quart (26 %) des répondants se déclarent déjà dépendants de l'IAG pour accomplir certaines tâches liées à leur travail (cf. Figure 12).

Figure 12 : Dépendance à l'IAG
(N= 378)

En réponse à la question : « Je dépends de l'IA générative pour réaliser certaines activités liées au travail. »

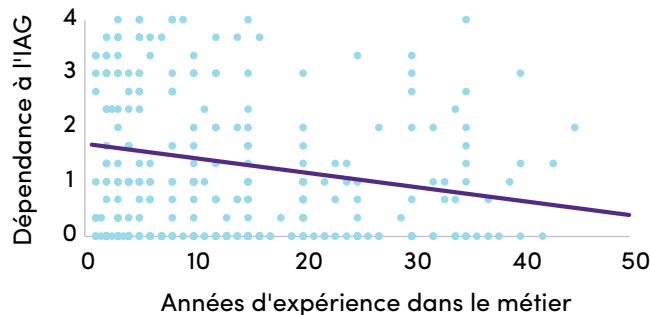


Cette dépendance est particulièrement marquée chez les journalistes les moins expérimentés (cf. Figure 13). À mesure que l'ancienneté dans le métier augmente, le sentiment de dépendance tend à diminuer.

Ces résultats confirment la présence d'un effet générationnel, déjà observé dans la fréquence d'utilisation et les effets associés à ces outils (cf. section 1).

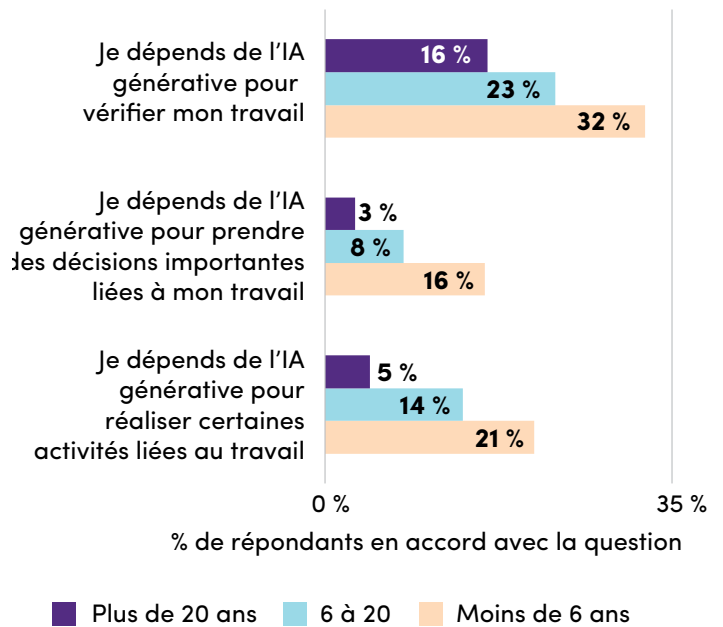
Figure 13 : Dépendance à l'IAG selon l'expérience en journalisme
(N= 378)

Sur une échelle de 0 à 6 allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord »



Une analyse plus fine de la relation de dépendance des jeunes journalistes à l'IAG montre que ces outils sont avant tout utilisés pour réaliser des tâches liées au métier, plutôt que pour prendre des décisions ou pour vérifier le travail (cf. Figure 14).

Figure 14 - Dépendance à l'IAG selon le type de tâche et l'expérience dans le journalisme
(N= 342)

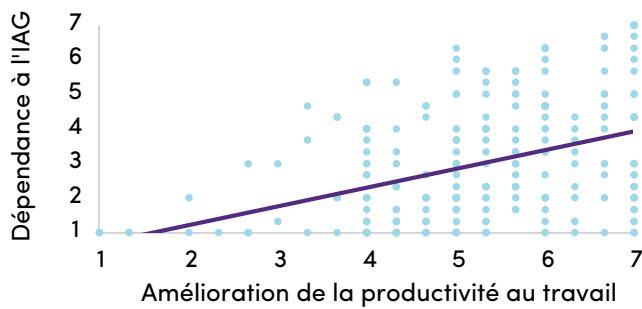


Par ailleurs, la dépendance à l'IAG est associée à la perception selon laquelle ces outils permettent de travailler plus rapidement, tout en améliorant la qualité du travail fourni (cf. Figure 15).

Figure 15 : Dépendance à l'IAG selon la perception de ses effets sur le travail (N=239)

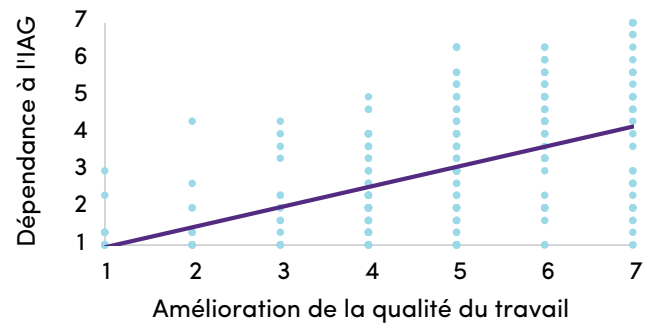
Selon l'amélioration perçue de la productivité au travail

Sur une échelle de 1 à 7 allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord »



Selon l'amélioration perçue de la qualité du travail

Sur une échelle de 1 à 7 allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord »



3.2 Des préoccupations éthiques importantes, mais moindres chez les utilisateurs réguliers

Si l'IAG est perçue comme un outil utile, son utilisation dans le journalisme n'en soulève pas moins diverses préoccupations.

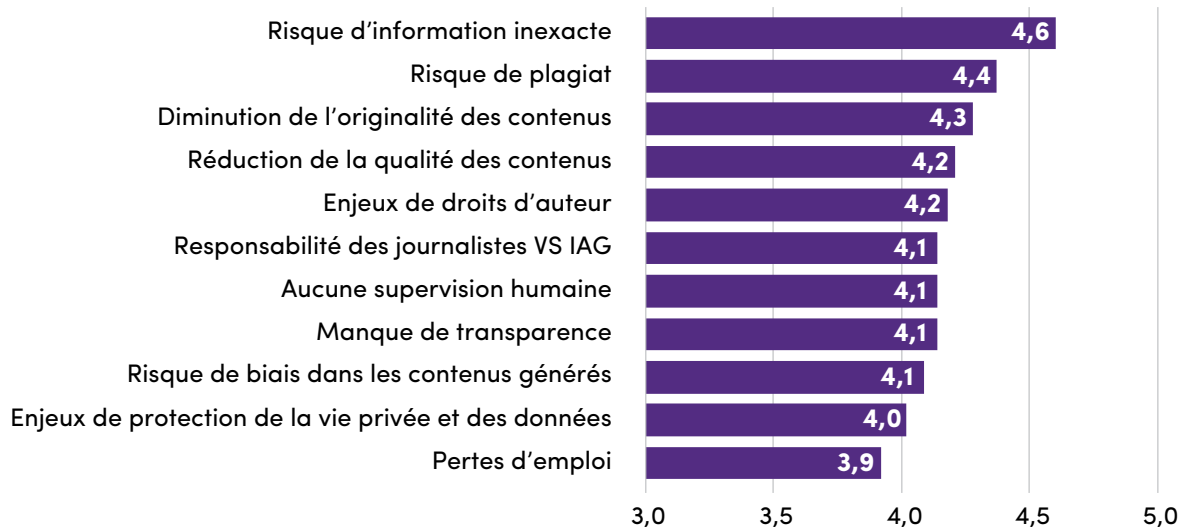
Comme le montre la Figure 16, les préoccupations exprimées par les journalistes interrogés concernent avant tout leurs obligations professionnelles – notamment les risques liés à la diffusion d'informations inexactes, à la perte d'originalité et à la dégradation de la qualité des contenus produits. Elles portent également sur le modèle d'affaires des médias, mis sous pression par l'émergence de nouveaux acteurs liés à l'IAG, avec des inquiétudes concernant le plagiat et les enjeux de droits d'auteur.

« Les IA génératives me semblent des machines à plagiat. Leur habitude à halluciner des réponses en font des outils peu fiables pour le journalisme. »

Figure 16 : Préoccupations éthiques (N=383)

En réponse à la question « Pour chacun des énoncés, veuillez indiquer dans quelle mesure l'utilisation de l'IA générative dans le journalisme vous préoccupe en utilisant l'échelle indiquée. »

Sur une échelle de 0 à 6 allant de « pas du tout préoccupé » à « très préoccupé »



Les préoccupations éthiques sont étroitement liées à la fréquence d'utilisation de l'IAG par les journalistes (cf. Figure 17) : plus les préoccupations éthiques sont élevées, moins ces outils sont utilisés. Inversement, la fréquence d'usage est également associée au niveau de préoccupation.

Autrement dit, plus on les utilise, moins on s'en méfie - et inversement.

Figure 17 : Préoccupations éthiques (en général) selon la fréquence d'utilisation de l'IAG

(N=383)

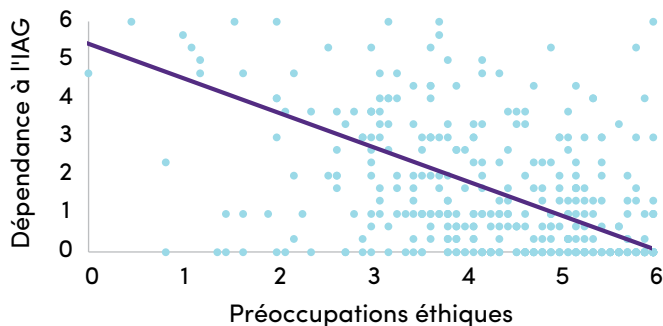
Sur une échelle de 0 à 6



De manière plus marquée encore, les journalistes se déclarant dépendants de l'IAG expriment moins de préoccupations éthiques (cf. Figure 18). Cette corrélation suggère que la dépendance est associée à de moins fortes préoccupations.

Figure 18 : Dépendance à l'IAG en fonction des préoccupations éthiques

(N = 378)



3.3 Une crainte de remplacement présente, mais marginale

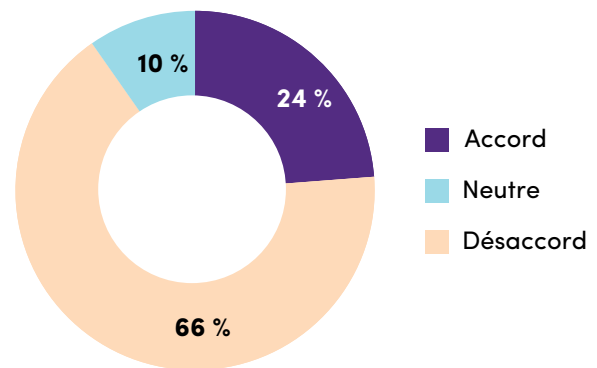
Bien que la crainte du remplacement par l'IAG ne figure pas parmi les principaux enjeux éthiques perçus par les journalistes, elle n'en demeure pas moins une crainte bien réelle dans la profession.

Les résultats du sondage indiquent que près d'un quart des journalistes interrogés (24 %) redoutent que ces outils se substituent à leur emploi (cf. Figure 19).

Figure 19 : Crainte du remplacement par l'IAG

(N=370)

En réponse à la question : « Je crois que l'IA pourrait me remplacer dans mon travail. »

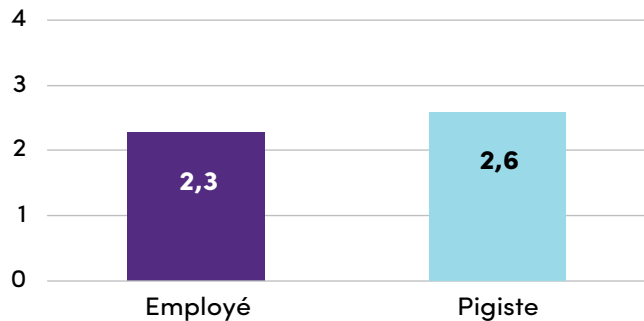


Cette crainte est légèrement plus marquée chez les pigistes, qui apparaissent comme plus exposés et vulnérables face à cette perspective (cf. Figure 20).

Figure 20 : Crainte du remplacement par l'IAG selon le statut professionnel

(N=370)

Sur une échelle de 0 à 6 allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord »



Pour certains, cette insécurité nourrit une remise en question de leur parcours professionnel, voire un doute quant à la possibilité de construire une trajectoire stable dans la profession.

« J'aime mon travail, mais en tant que jeune journaliste, j'ai actuellement beaucoup de difficultés à envisager des opportunités professionnelles dans un avenir proche. »⁹

3.4 Un usage encore peu divulgué

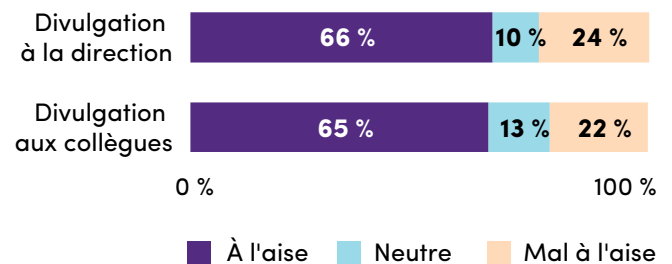
L'utilisation de l'IAG reste socialement sensible : elle soulève de nombreuses préoccupations éthiques et fait l'objet d'un encadrement encore relativement peu structuré.

Ainsi, malgré les gains en productivité et en qualité qu'elle peut offrir, près d'un quart des journalistes sondés la considèrent comme un sujet tabou ou difficile à assumer dans leur environnement de travail (cf. Figure 21).

Figure 21 : Divulgence de l'usage

(N=246)

En réponse à la question : « Je suis à l'aise que mes collègues/direction sachent que j'utilise l'IA générative dans le cadre de mes fonctions. »



L'importance de la réputation dans la profession pourrait freiner l'usage : une part notable de journalistes hésitent à divulguer leur recours à l'IAG, que ce soit auprès de leurs collègues (22 %) ou de leur direction (24 %).

Elle pourrait traduire une crainte de fragiliser leur légitimité professionnelle, souvent liée à un fort attachement au métier. Elle pourrait également contribuer à sous-estimer l'ampleur réelle de l'usage de l'IAG dans les pratiques journalistiques.

⁹ Traduit de l'anglais.

3.5 Un attachement à la profession globalement inchangé

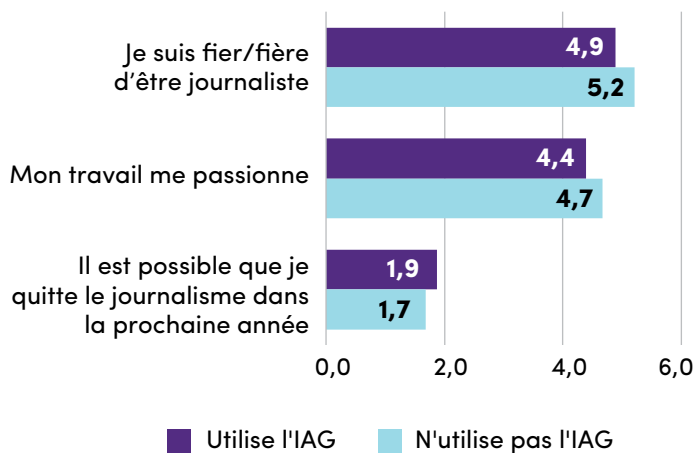
Enfin, l'IAG ne semble pas nuire aux liens forts que les journalistes entretiennent globalement avec leur métier.

Qu'ils soient utilisateurs ou non de l'IAG, les journalistes affichent un attachement comparable et élevé à leur métier (cf. Figure 22), qu'on le mesure à l'aune de leur fierté professionnelle, de la passion éprouvée à l'égard de leur profession ou de leur intention de quitter le métier de journaliste.

Figure 22 : Attachement à la profession

(N=370)

Sur une échelle de 0 à 6 allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord »



4

**Comment le contexte
façonne-t-il les
usages de l'IAG ?**



Résultats en un clin d'œil

Cette section aborde une quatrième et dernière question : « Comment le contexte façonne-t-il les usages de l'IAG ? ». L'analyse met en évidence le rôle structurant de l'environnement de travail dans l'utilisation de ces outils par les journalistes.

Au-delà des pratiques individuelles, l'IAG - et plus largement l'IA - s'inscrit dans des dynamiques organisationnelles, tant en matière d'adoption que d'encadrement. Bien que les politiques internes soient souvent peu visibles ou méconnues, leur orientation - qu'elle soit incitative ou restrictive - semble aller de pair avec les pratiques professionnelles des journalistes.

Nos résultats indiquent que l'adoption est ainsi plus fréquente dans les organisations privées, tandis que l'appartenance syndicale semble jouer un rôle secondaire.



Une part significative des répondants ne sont pas en mesure d'indiquer si leur organisation a investi dans l'IA, adopté ces outils ou mis en place des politiques encadrant leur usage.



Les transformations de l'organisation du travail liées à l'adoption de l'IA s'accompagnent d'une plus forte crainte de perte d'emploi.



Les organisations privées semblent plus promptes à adopter l'IAG, que ce soit en y investissant ou en adaptant leurs processus à ces outils.



L'appartenance à un syndicat joue un rôle secondaire : les syndicats ne semblent ni encourager ni freiner l'usage individuel de l'IAG.

4.1 Des investissements et une adoption limitée, mais des effets déjà perceptibles

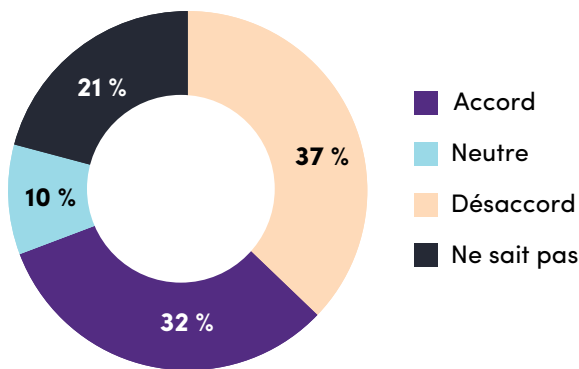
Un premier indicateur permet de mesurer l'adoption de l'IAG par les médias : celui des sommes investies dans ces outils. Seul un tiers des répondants indiquent que leur organisation a investi dans l'IAG, alors que 37 % pensent le contraire (cf. Figure 23). Toutefois, 21 % déclarent ne pas savoir, ce qui suggère que l'adoption organisationnelle de l'IAG demeure floue pour une part importante des journalistes – faute de communication interne ou en raison d'une adoption encore marginale.

Si les investissements organisationnels dans l'IAG sont perçus comme limités, leurs effets semblent bien réels là où ils ont lieu.

Figure 23 : Investissements organisationnels dans l'IAG

(N=374)

En réponse à la question : « L'organisation a investi des fonds dans le déploiement de l'IAG. »



De plus, les journalistes interrogés estiment que l'adoption croissante de l'IAG par leur organisation entraîne des changements dans leurs tâches et dans l'organisation du travail (cf. Figure 24).

Figure 24 : Changements dans le travail selon le niveau d'adoption organisationnelle de l'IAG (N= 218)

Pour les changements dans le travail :

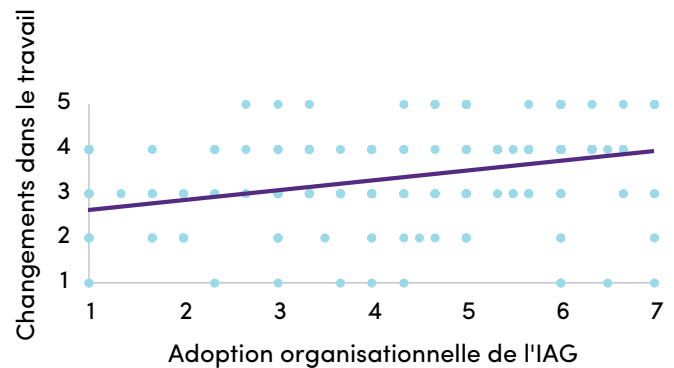
En réponse à la question : « Dans quelle mesure l'usage de l'IA générative a-t-il modifié vos tâches ou l'organisation de votre travail? »

Sur une échelle de 1 à 5 allant de « aucun changement » à « changement important »

Pour le niveau d'adoption organisationnelle :

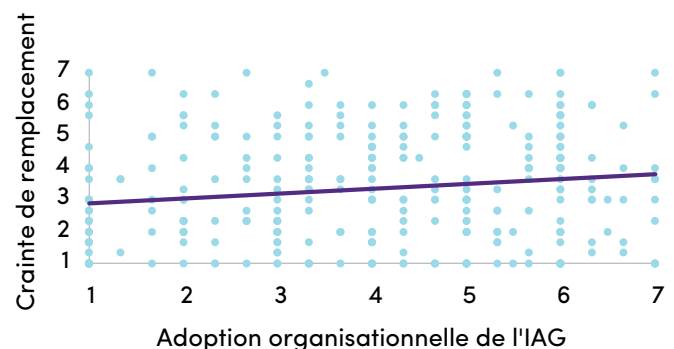
En réponse à la question suivante : « L'organisation s'est intéressée de près à l'intégration de l'IA. »

Sur une échelle de 1 à 7 allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord »



Les réorganisations liées à l'adoption organisationnelle de l'IAG s'accompagnent également de la montée des inquiétudes concernant la sécurité de l'emploi. Comme le montre la Figure 25, les journalistes travaillant au sein d'organisations engagées dans l'adoption de l'IAG expriment davantage d'inquiétudes quant à un possible remplacement technologique.

Figure 25 : Crainte du remplacement selon le niveau d'adoption organisationnelle de l'IAG (N= 324)



4.2 Des politiques d'encadrement aux visées variées... et globalement méconnues

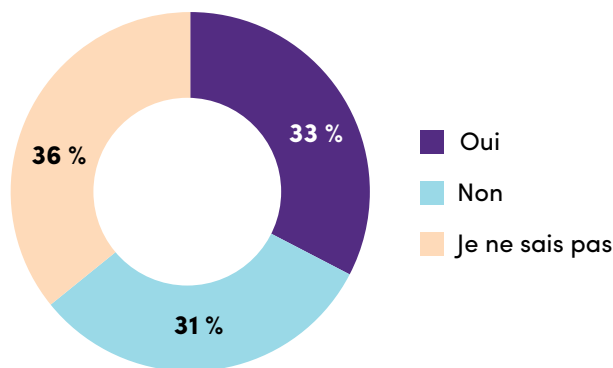
Les politiques d'encadrement de l'IAG par les médias apparaissent très hétérogènes et, dans une large mesure, floues.

« Il m'est difficile de savoir comment elle [l'IAG] est utilisée, ou quels nouveaux outils pourraient être explorés. Il existe une politique, mais elle sert surtout à fixer des limites et à maintenir ce que nous faisons. »

Les politiques d'encadrement sont mal connues par les journalistes, 36 % des répondants déclarent ne pas savoir si de telles politiques existent dans leur organisation (cf. Figure 26).

Figure 26 : Existence de politiques organisationnelles visant à encadrer l'IAG
(N=374)

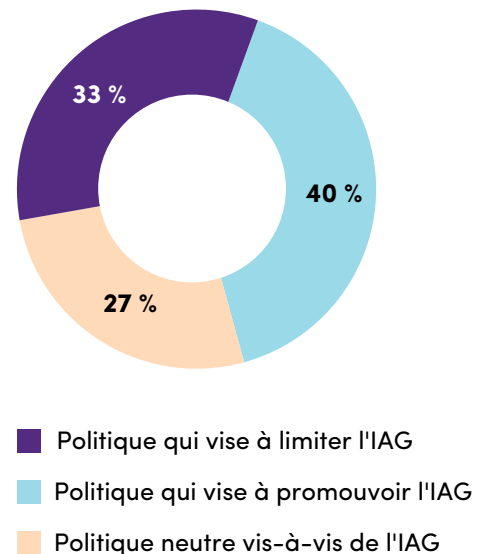
En réponse à la question : « À votre connaissance, le recours à l'IAG au sein de l'organisation est-il encadré par une politique ou un autre mécanisme ? »



Selon les journalistes, les politiques encadrant l'IAG suivent des orientations très variées, puisque 40 % d'entre elles visent à promouvoir l'usage de l'IAG, 33 % visent au contraire à le limiter et 26 % font preuve de neutralité (cf. Figure 27).

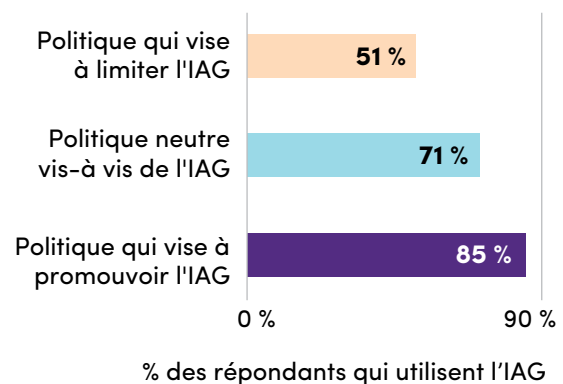
Figure 27 : Orientation perçue des politiques organisationnelles sur l'IAG
(N=117)

En réponse à la question : « À votre avis, cette politique tend-elle plutôt à promouvoir ou à limiter le recours à l'IAG ? »



De plus, l'orientation de ces politiques semble exercer une influence relative sur les pratiques des journalistes (cf. Figure 28). Dans les organisations où l'usage de l'IAG est encouragé, 85 % des répondants déclarent y avoir recours. À l'inverse, dans des contextes marqués par un encadrement plus restrictif, plus de la moitié des journalistes interrogés déclarent utiliser ces outils.

Figure 28 : Usage de l'IAG selon l'orientation perçue des politiques organisationnelles
(N= 117)



4.3 Un cadre professionnel et syndical encore peu structurant

L'adoption et l'encadrement organisationnels de l'IAG s'inscrivent dans un contexte professionnel et syndical plus large, qui influe également sur les usages individuels. Le type de gouvernance des organisations et l'appartenance syndicale des journalistes apparaissent ainsi comme deux facteurs susceptibles de moduler leur recours à l'IAG.

L'usage de l'IAG varie selon le type de gouvernance des organisations. Comme l'illustrent les Figures 29 et 30, les entreprises privées sont celles où les répondants sont les plus nombreux à utiliser régulièrement l'IAG (32 %) et à percevoir une forte adoption de l'IA par leur organisation (investissements financiers ou refonte de l'organisation du travail).

Figure 29 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon le type de gouvernance
(N=400)

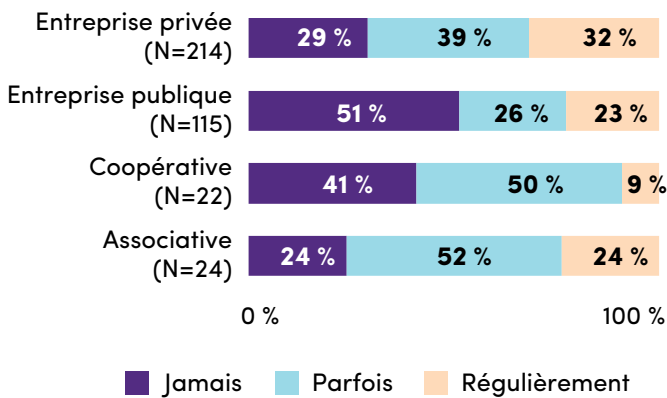
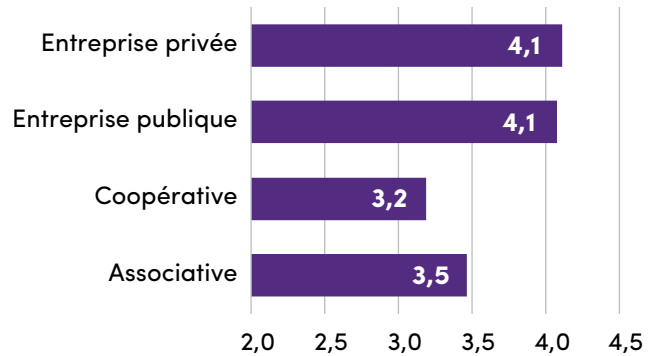
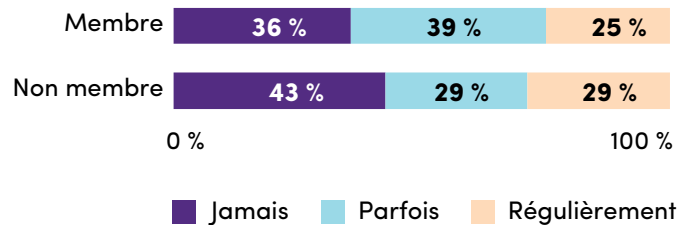


Figure 30 : Adoption organisationnelle de l'IA selon le type de gouvernance
(N=326)



Enfin, si l'usage de l'IAG varie selon le type de gouvernance, l'appartenance syndicale des journalistes semble jouer un rôle marginal. La Figure 31 montre en effet des différences minimales entre journalistes syndiqués et non syndiqués, suggérant que le fait d'appartenir à un syndicat ne constitue ni un levier ni un obstacle à l'adoption de l'IAG.

Figure 31 : Fréquence d'utilisation de l'IAG selon l'appartenance syndicale
(N=357)





Perspectives

Un peu plus de deux ans après l'irruption de l'IAG, notre étude permet d'établir un premier bilan de son usage par les journalistes et de dégager des tendances quant à ses effets possibles sur le futur de la profession. À l'instar d'autres travaux scientifiques (Diakopoulos, 2019¹⁰; Marconi, 2020¹¹), cette étude met en lumière certains bénéfices que les journalistes et les médias pourraient tirer de l'IAG. Sans minimiser ces avantages, cette dernière section met principalement l'accent sur les enjeux émergents qu'il nous semble essentiel de prendre en compte afin d'envisager un avenir souhaitable pour le journalisme. Les cinq points abordés ici doivent être compris comme des pistes de réflexion issues de tendances émergentes, plutôt que comme des conclusions définitives découlant directement de nos résultats de recherche.

Piste de réflexion #1

Prévenir une érosion potentielle des compétences critiques essentielles à la profession, notamment chez les jeunes journalistes.

Le journalisme repose sur l'acquisition progressive de compétences essentielles (pensée critique, structuration de l'information, raisonnement, apprentissage actif, etc.)¹². Or, les résultats de ce sondage laissent craindre que les utilisateurs jeunes, réguliers et déjà dépendants à l'IAG n'acquière pas cet ensemble de compétences clés.

Des études récentes, menées en contexte d'apprentissage, appuient ces préoccupations : elles montrent que, si l'IAG permet d'obtenir de meilleurs résultats à court terme, elle peut également freiner l'appropriation de compétences. À l'image d'une béquille, l'IAG permet aux utilisateurs de fonctionner en réduisant leurs efforts cognitifs. Mais l'utilisation de cette béquille peut ralentir l'acquisition des capacités métacognitives nécessaires au développement des compétences et à l'apprentissage continu. Une utilisation intensive ou prolongée pourrait alors entraîner une « paresse métacognitive » (Fan et al., 2024¹³), nuisible au développement professionnel des journalistes. Ce risque interpelle d'autant que, selon notre étude, les usagers les plus réguliers et les plus dépendants de l'IAG sont aussi ceux dont la vigilance éthique semble la moins affûtée.

Piste de réflexion #2

Anticiper le risque de polarisation de la profession.

En lien avec le point précédent, l'adoption généralisée de l'IAG fait également craindre une forme de fracture au sein de la profession. Celle-ci pourrait se polariser entre, d'un côté, des journalistes « augmentés » (ou préservés) par l'IAG, capables de conserver leur autonomie et leur savoir-faire, de l'autre, des professionnels plus exposés à l'automatisation, potentiellement rendus substituables et mis en concurrence avec la machine. En particulier, les journalistes pigistes semblent cumuler plusieurs facteurs de vulnérabilité face à cette transition technologique (accès inégal à la formation, faible influence sur les décisions éditoriales, protection syndicale limitée, flux de travail instables et contraintes économiques fortes). Les pigistes pourraient alors être particulièrement exposés à une dégradation de leurs conditions de travail et de rémunération.

10 Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.

11 Marconi, F. (2020). *Newsmakers: Artificial intelligence and the future of journalism*. Columbia University Press.

12 Gouvernement du Québec. (26 juillet, 2024). Journalistes (CNP 51113). Québec.ca. <https://www.quebec.ca/emploi/informer-metier-profession/explorer-metiers-professions/51113-journalistes>

13 Fan, Y., Tang, L., Le, H., Shen, K., Tan, S., Zhao, Y., Shen, Y., Li, X., & Gašević, D. (2024). Beware of metacognitive laziness: Effects of generative artificial intelligence on learning motivation, processes, and performance. *British Journal of Educational Technology*, 56(2), 489–530. <https://doi.org/10.1111/bjet.13544>

Piste de réflexion #3

IAG et « productivisme » : prévenir les risques sur l'emploi et l'intensification du travail.

Une logique productiviste dans l'adoption de l'IAG expose les journalistes à deux types de risques : l'intensification du travail et la suppression d'emplois.

L'intensification peut d'abord se traduire par une hausse des volumes de production attendus, mais aussi par une transformation qualitative des tâches. L'automatisation d'activités simples – comme la retranscription ou la veille – pousse les journalistes à se recentrer sur des missions à plus forte valeur ajoutée, souvent plus exigeantes sur les plans cognitif et émotionnel.

En parallèle, les gains de productivité associés à l'IAG pourraient aussi conduire à des réductions d'effectifs, notamment si ces outils sont déployés dans une logique de rationalisation. Ce risque reste peu exprimé dans les préoccupations actuelles, mais pourrait se concrétiser à mesure que l'usage de l'IAG s'intensifie. Nos données montrent d'ailleurs une corrélation significative entre l'adoption organisationnelle de l'IAG et la crainte de perdre son emploi.

Piste de réflexion #4

Assurer un partage équitable des gains de productivité permis par l'IAG.

Notre étude montre que, pour les journalistes ayant recours à l'IAG, la principale motivation réside dans la recherche de gains de productivité, en particulier sous la forme de gain de temps. D'autres travaux (Cools & Diakopoulos, 2024¹⁴, Newman & Cherubini, 2025¹⁵) indiquent que cette même motivation anime également les employeurs dans l'intégration de ces outils au sein des rédactions. Dans ce contexte, la manière dont ce temps « libéré » sera réinvesti devient une question clef : servira-t-il à produire plus, ou à produire mieux ? Et surtout, qui bénéficiera réellement de ces gains de productivité : les journalistes eux-mêmes, ou principalement les organisations qui les emploient ?

Cette question devient d'autant plus centrale lorsque des journalistes ont activement contribué au développement ou à l'entraînement de ces outils. Pour garantir un partage équitable des bénéfices, il semble donc indispensable que les projets de développement et d'intégration de l'IAG – et plus largement de l'IA – soient présentés en toute transparence et discutés en amont avec les journalistes et leurs représentants.

Piste de réflexion #5

Construire une régulation collective et proactive de l'IAG.

Alors que l'usage de l'IAG se généralise dans les rédactions, son encadrement reste largement embryonnaire. Une majorité des journalistes interrogés indiquent que leur employeur n'a mis en place aucune politique claire, ou qu'ils ignorent si de telles règles existent. La présence syndicale, quant à elle, semble encore avoir une portée limitée face à ces évolutions. Dans ce contexte d'incertitude, un constat s'impose : en l'absence d'un cadre collectif, les risques de dérives – en matière d'emploi, d'autonomie, de rémunération ou de conditions de travail – sont bien réels.

À l'échelle de la profession, l'établissement de normes requiert un processus impliquant l'ensemble des parties prenantes de l'industrie, à commencer par les associations professionnelles afin de prendre en compte la diversité des statuts et la pluralité des conditions d'exercice du métier.

À l'échelle des organisations, les projets d'expérimentation et de déploiement de l'IAG doivent associer les journalistes et leurs représentants dès les premières étapes. À ce titre, les pigistes devraient également être intégrés à ces démarches, afin de ne pas entretenir, voire amplifier, les inégalités structurelles liées à leur statut.

14 Cools, H., & Diakopoulos, N. A. (2024). Uses of generative AI in the newsroom: Mapping journalists' perceptions of perils and possibilities. *Journalism Practice*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2394558>

15 Newman, N., & Cherubini, F. (2025). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-vte1-x706>



Annexe

Méthodologie

L'étude repose sur une collecte de données multicanal, réalisée à l'aide de questionnaires électroniques entre septembre et décembre 2024. Cette collecte a permis de recueillir un total de 400 réponses provenant de journalistes canadiens et internationaux¹⁶.

L'échantillon réunit des journalistes de toutes nationalités, incluant une forte représentation de professionnels canadiens, notamment issus du Québec, ainsi que des journalistes internationaux exerçant dans divers contextes médiatiques à travers le monde.

Les participants ont été recrutés par le biais de quatre canaux de diffusion :

1. Via les organisations syndicales et professionnelles partenaires, dont la Fédération Nationale des Communications et de la Culture (FNCC–CSN), la Guilde Canadienne des Médias (GCM) et l'Association des Journalistes Indépendants du Québec (AJIQ) et la Fédération Professionnelle des Journalistes du Québec (FPJQ), qui ont relayé l'appel à participer via les canaux suivants : sites internet, comptes de réseaux sociaux, infolettres et/ou dans des courriels de sollicitations.
2. La diffusion du questionnaire sur LinkedIn, au sein de communautés professionnelles ciblées.
3. La promotion lors du congrès annuel de la Fédération Professionnelle des Journalistes du Québec (FPJQ), directement auprès des participants.
4. L'utilisation de la plateforme Prolific, pour recruter des participants à l'échelle mondiale¹⁷.

¹⁶ L'échantillon de 400 répondants comprend 370 réponses complètes et 30 réponses partielles.

¹⁷ Le sondage a été diffusé sur la plateforme Prolific auprès des membres s'étant identifiés comme journalistes.

Échantillon et profils des répondants

Les deux sous-groupes de journalistes – canadiens et internationaux – présentent une diversité notable en termes de provenance géographique, de genre, de statut professionnel et d'appartenance syndicale. Le tableau 1 ci-dessous présente les caractéristiques spécifiques des répondants de chacun de ces sous-groupes.

Tableau 1 : Profils des répondants

Répondants	Journalistes canadiens (145 répondants)	Journalistes internationaux (225 répondants)
Provenance géographique	Québec : 63 % Ontario : 20 % Reste du Canada : 17 %	États-Unis : 31 % Royaume-Uni : 24 % Afrique du Sud : 10 % Allemagne : 5 % Autres pays : 25 % Non précisé : 5 %
Genre	Femme : 54 % Homme : 43 % Non précisé : 3 %	Femme : 51 % Homme : 46 % Non précisé : 3 %
Statut d'emploi	Employé : 65 % <ul style="list-style-type: none"> • 83 % à temps plein permanent • 9 % à temps partiel permanent • 8 % contractuels ou autres Pigiste : 27 % Autre : 7 % Non précisé : 1 %	Employé : 47 % <ul style="list-style-type: none"> • 71 % à temps plein permanent • 12 % à temps partiel permanent • 17 % contractuels ou autres Pigiste : 41 % Autre : 10 % Non précisé : 2 %
Appartenance syndicale	Employés : 67 %	Employés : 38 %

Représentativité de l'échantillon

En raison du caractère non probabiliste de notre échantillon, il n'est pas possible de déterminer dans quelle mesure il reflète l'ensemble de la population journalistique. De manière générale, sa composition suit les grandes tendances du secteur. Toutefois, comme le montre le Tableau 2, certains écarts sont observables : au Québec et au Canada, notre échantillon comprend davantage de femmes, des personnes plus âgées et une légère surreprésentation de journalistes employés. À l'international, les répondants sont plus jeunes, plus souvent des femmes et plus fréquemment pigistes que dans les données de référence.

Tableau 2 : Représentativité de l'échantillon

	Québec et Canada		International		
	Notre échantillon	Comparatif	Notre échantillon	Comparatif	
				USA	Royaume-Uni
Âge	15-24 : 5 % 25-34 : 24 % 35-44 : 24 % 45-54 : 19 % 55-64 : 20 % 65 et plus : 7 %	15-24 : 4 % 25-34 : 31 % 35-44 : 25 % 45-54 : 20 % 55-64 : 17 % 65 et plus : 3 % ¹⁸	Moins de 50 : 85 % 50 et plus : 15 %	Moins de 50 : 72 % 50 et plus : 28 % ¹⁹	Moins de 50 : 65 % 50 et plus : 35 % ²⁰
Genre	Femme : 54 % Homme : 43 %	Femme : 45 % Homme : 55 % ²¹	Femme : 51 % Homme : 46 %	Femme : 41 % Homme : 58 % ²²	Femme : 40 % Homme : 59 % ²³
Statut d'emploi	Employé : 65 % Pigiste : 27 %	Employé : 58 % Pigiste : 36 % ²⁴	Employé : 47 % Pigiste : 41 %	Employé : 65 % Pigiste : 34 % ²⁵	Employé : 61 % Pigiste : 39 % ²⁶

Remarques sur l'interprétation des analyses présentées dans le rapport

La majorité des résultats présentés dans ce rapport sont exprimés en pourcentages des répondants. En raison des arrondis à l'unité près, les totaux peuvent ne pas correspondre exactement à 100 %.

Par ailleurs, des disparités peuvent exister entre les populations canadienne, québécoise et internationale, bien qu'elles ne soient pas spécifiquement analysées dans le présent rapport.

Enfin, tous les indicateurs présentés sont auto-déclarés. Certains d'entre eux – par exemple, la dépendance à l'IAG ou les préoccupations éthiques – peuvent être sujets à un biais de désirabilité sociale, c'est-à-dire une tendance à formuler des réponses perçues comme socialement valorisées ou acceptables.

18 Statistique Canada. (2021). *Population active occupée ayant travaillé toute l'année, à temps plein et ayant déclaré un revenu d'emploi en 2020, Recensement de 2021*. <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2021/dp-pd/dv-vd/occ-pro/index-fr.cfm>

19 Willnat, L., & Weaver, D. H. (2022). *The 2022 American Journalist: A national survey of U.S. journalists*. https://www.theamericanjournalist.org/_files/ugd/46a507_4fe1c4d6ec6d4c229895282965258a7a.pdf

20 Statista. (2023). *Distribution of journalists employed in the UK in 2022, by age*. <https://www.statista.com/statistics/1299240/distribution-of-journalists-employed-in-the-uk-by-age/>

21 Statista. (2023). *Distribution of journalists employed in the UK in 2022, by gender*. <https://www.statista.com/statistics/1299270/distribution-of-journalists-employed-in-the-uk-by-gender/>

22 Willnat, L., & Weaver, D. H. (2022). *The 2022 American Journalist: A national survey of U.S. journalists*. https://www.theamericanjournalist.org/_files/ugd/46a507_4fe1c4d6ec6d4c229895282965258a7a.pdf

23 Statista. (2023). *Distribution of journalists employed in the UK in 2022, by gender*. <https://www.statista.com/statistics/1299270/distribution-of-journalists-employed-in-the-uk-by-gender/>

24 Wikipédia. (n.d.). *Fédération professionnelle des journalistes du Québec*. https://fr.wikipedia.org/wiki/F%C3%A9d%C3%A9ration_professionnelle_des_journalistes_du_Qu%C3%A9bec

25 Pew Research Center. (2023, April 4). *U.S. journalists' beats vary widely by gender and other factors*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/04/04/us-journalists-beats-vary-widely-by-gender-and-other-factors/>

26 National Council for the Training of Journalists (NCTJ). (2024). *Journalists at Work 2024*. <https://www.nctj.com/wp-content/uploads/2024/09/Journalists-at-Work-2024.pdf>



obvia

obvia.ca