

Gouvernement du Québec
Commission de la culture et de l’éducation
Madame, Monsieur,

Je vous remercie de cette invitation à contribuer à la réflexion concernant l’avenir des médias d’information au Québec. Déjà, en 2011, dans le rapport¹ que j’ai remis à la ministre de la Culture de l’époque, madame Christine Saint-Pierre, « *L’information au Québec, un intérêt public* », je concluais qu’un effort collectif s’imposait pour assurer la pérennité de l’information professionnelle au Québec et confirmer à la population du Québec qu’elle bénéficiera d’une information de qualité, un fondement de la participation citoyenne, et que cette information sera équitablement répartie.

1. INTRO

Je me permets de rappeler d’entrée de jeu que nous avons recommandé, après plus d’un an de travaux et des rencontres multiples avec plus de 200 personnes issues du milieu, une intervention financière de l’État vigoureuse et rapide. Il y avait sur cette question une adhésion très large en 2011, mais les modalités d’application du financement n’ont pas permis de faire tenir ce quasi-consensus. Cela illustre bien, s’il fallait le vérifier de nouveau, que le sujet que vous aborderez dans vos travaux est complexe et sensible. Il est complexe parce que l’information est au centre d’un véritable écosystème. Ainsi lorsqu’on déplace l’un des éléments de ce système, on s’aperçoit rapidement qu’il faut aussitôt compenser ou agir aussi ailleurs. Les divers éléments sont tributaires les uns des autres.

Ce sujet est également sensible parce que l’information doit être libre. Elle doit s’exercer avec comme seul objectif l’intérêt public. Non seulement doit elle être

¹ <https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/media/rapport-Payette-2010.pdf>

libre, mais cette liberté doit apparaître aux yeux de la population, de manière à maintenir la crédibilité de la presse, ce qui est particulièrement crucial en ces temps troublés où circulent beaucoup de rumeurs et d'informations trafiquées.

2. LA CRISE EST STRUCTURELLE

Nous assistons au Québec comme dans beaucoup d'autres pays dans le monde à une importante crise structurelle des entreprises de presse. En fait, depuis plusieurs années, le marché publicitaire se désintéresse de l'information qu'on appelle soit « généraliste », soit « sociopolitique », soit encore « hard news », c'est-à-dire de cette information qui permet les débats politiques et sociaux, bases et fondements des démocraties. Nous l'avons appelée l'information d'intérêt public. C'est aussi le type d'information qui coûte le plus cher à développer. Elle repose notamment sur des reportages terrain réalisés par des reporters, ou sur des recherches et enquêtes approfondies qui demandent du temps et ne rapportent pas toujours, et souvent pas à court terme. En fait, notamment pour éviter ces coûts liés à la production d'information d'intérêt public le nombre de joueurs qui se consacrent à produire ce type d'information ne cesse de diminuer. On serait tenté de croire que cette information d'intérêt public qui peine à faire ses frais dans les médias traditionnels trouverait plus facilement son financement par la publicité dans les médias issus des nouvelles technologies. Comme si le marché publicitaire s'éloignait du contenant parce qu'il serait devenu désuet. Il n'en est rien. Des données récentes montrent que la publicité ne suit pas le passage des organes de presse sur Internet, et que l'information d'intérêt public ne sera pas leur véhicule pour le faire, du moins pas à court terme ni dans les conditions actuelles.

3. LES EFFETS DE LA CRISE

Je ne reviendrai pas davantage sur la nécessité d’obtempérer à la demande d’intervenir financièrement pour rétablir l’équilibre perdu dans l’écosystème de l’information. Sachons cependant que ces pressions économiques exercées sur les entreprises de presse ont également des répercussions importantes sur les conditions de travail des journalistes. Dans certains cas, ces conditions permettent de moins en moins un travail de qualité, notamment lorsque les délais de production deviennent trop courts pour répondre aux exigences de base de la méthode journalistique, soit la vérification des faits. Cette situation rend aussi plus vulnérables aux pressions de toute sorte des entreprises de presse fragilisées et leurs journalistes. Il est plus difficile de maintenir le cap sur l’intérêt public et le respect des règles déontologiques auxquelles la population s’attend de la part des journalistes et des entreprises de presse, lorsque ce sont les impératifs économiques qui prennent le dessus.

4. COMMENT INTERVENIR ?

La question la plus fondamentale qui se pose aujourd’hui est : Intervenir, oui, mais comment ? En effet, cette difficulté résulte notamment du grand paradoxe — bien identifié par des spécialistes de l’économie des médias — qui caractérise la production de l’information d’intérêt public : la production d’un bien collectif (l’information), essentiel au fonctionnement de la démocratie, est dévolue à des entreprises privées astreintes à une logique commerciale légitime dans le système économique qui prévaut au Québec. Ainsi continuons-nous collectivement d’attribuer une mission sociale essentielle à l’information pour une démocratie effective et efficiente, tout en protégeant la liberté commerciale

des entreprises chargées d'assurer cette mission. Selon cette conception, le marché devait pouvoir assurer ce mandat, cette mission. Mais que se passe-t-il lorsque le marché est déséquilibré ou ne permet plus d'assurer cette mission ?

5. QUE SOUTENIR ?

L'État se doit d'intervenir afin d'assurer que l'offre d'information et les conditions de pratique du journalisme professionnel ne se détériorent pas davantage. Des réflexions ont été menées sur ces sujets dans de nombreux pays. Entre les impératifs économiques et les exigences démocratiques de l'information, la plupart des pays occidentaux ont fait des choix en développant leurs politiques publiques de soutien à la presse, et surtout, de soutien de l'État à la mission sociale de la presse. Le lecteur intéressé trouvera dans « *L'information au Québec, un intérêt public* » des analyses commentées par des chercheurs locaux, sous la supervision du Centre d'études sur les médias de l'Université Laval, des diverses politiques de soutien dans plusieurs pays du monde.

6. LES QUESTIONS DE BASE

6.1 Qu'est-ce qu'une entreprise de presse ?

En Amérique du Nord, cependant, dans des régimes de presse ultralibéraux, comme le nôtre, cette aide à la presse professionnelle se complique à cause de plusieurs aspects spécifiques de notre système. Ainsi, il faudra répondre à la question de base : Qu'est-ce qu'une entreprise de presse ? Et comment définir ce qu'est une entreprise de presse sans agir de manière arbitraire ? Ou encore : Quel organisme sera habilité à définir ce qu'est une entreprise de presse ? Est-ce le Conseil de

presse qui pourrait être amené à définir ce statut d'entreprise ? Si c'est le cas, sa loi constitutive devra être modifiée. Il ne suffira pas – contrairement à ce qui existe en Europe – de se dire que ce sont des entreprises qui emploient des journalistes accrédités, puisque l'accréditation n'existe pas. Le fait d'être membre de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec ne peut évidemment pas suffire puisqu'il s'agirait d'une tautologie. En effet, pour être membre de cette organisation *bona fide*, pour correspondre à la définition de cette organisation, il suffit d'être à l'emploi d'une ou de plusieurs entreprises de presse.

6.2 Qu'est-ce qu'un journaliste ?

De la même manière, il sera donc difficile – dans le cadre actuel - de déterminer qui est vraiment journaliste au Québec. Travailler pour une entreprise de presse ne peut pas, en effet, être la seule réponse. Il faudra bien finir par distinguer ce qui détermine ce statut professionnel et il me semble que ce ne peut pas être autre chose que le respect des règles et pratiques et de la déontologie de la profession.

Selon certains juristes, ce statut ne peut pas être réduit à un Ordre professionnel. Les entreprises de presse ne peuvent pas être obligées de n'embaucher que des journalistes membres d'un éventuel Ordre professionnel de journalistes comme c'est le cas, par exemple, dans le domaine de la santé. Une clinique ne peut pas embaucher une infirmière qui n'est pas en règle avec son Ordre. Dans le cas des médias, cette obligation ne résisterait pas longtemps. Il suffirait semble-t-il, d'invoquer

devant les tribunaux les clauses protégeant la liberté d'expression et la liberté de la presse.

6.3 CONCLUSION PRÉLIMINAIRE

Il faudra donc trouver une manière de rééquilibrer l'écosystème médiatique en *cernant* qui est journaliste et ce qu'est une entreprise de presse si l'on veut soutenir la mission sociale des médias tout en dépensant judicieusement et équitablement des fonds publics.

En 2011, nous avons recommandé au gouvernement une réforme assez vaste pour permettre cette intervention, soit de créer un statut de journaliste professionnel auquel serait associé suffisamment d'avantages pour qu'il soit intéressant pour des journalistes de le réclamer. Par exemple, on pourrait choisir de n'accorder qu'aux journalistes professionnels le secret des sources, ce qui simplifierait l'application des nouvelles lois, et/ou un droit d'accès à l'information privilégié, soit deux revendications historiques des journalistes. Un regroupement de journalistes aurait la responsabilité d'établir la manière dont ce statut serait attribué et de la mettre en action. Un examen en déontologie ? Un diplôme universitaire incluant la réussite d'au moins un cours en déontologie ? L'État n'aurait évidemment aucun droit de regard sur ces décisions.

Parallèlement, ne bénéficieraient de l'aide gouvernementale que des entreprises de presse ayant à leur emploi 50 % ou plus de journalistes professionnels. Ces entreprises devraient également faire impérativement partie du Conseil de presse qui, lui, serait libre de les accepter ou non, en

fonction de ses propres critères. L'État n'aurait pas d'intervention à ce chapitre.

Faudrait-il créer une instance d'appel ? Sans doute. Des entreprises refusées par le Conseil de presse pourraient en appeler de cette décision de même que des journalistes à qui l'on refuse ce statut de journaliste professionnel ou à qui on le retire à la suite d'un nombre de fautes déontologiques déterminées ou selon la gravité de ces fautes.

L'État obtiendrait ainsi un cadre pour son intervention financière qui serait défini par d'autres que lui, mais qui permettrait une reddition de comptes face à la population. Cette manière d'intervenir éviterait l'arbitraire. L'État ne pourrait pas sélectionner les médias qu'il veut soutenir, préservant ainsi une distance raisonnable et protégeant l'indépendance des médias. Par ailleurs, cette intervention contribuerait à ramener la déontologie au cœur des pratiques journalistiques. Bien consciente des questions que ces quelques pages soulèvent, je demeure à votre entière disposition pour discuter de ces éléments ou pour en développer davantage certains aspects.

Dominique Payette, Ph.D.
Professeure titulaire
Université Laval
Département d'information et de communication
Pavillon Louis-Jacques Casault, bur. 4558
Québec