

Mémoire sur l'avenir des médias d'information

Présenté aux membres de la Commission de la culture et de l'éducation

Par

Département Techniques de communication dans les médias
du Cégep de Jonquière

10 mai 2019



TECHNIQUES DE COMMUNICATION
DANS LES MÉDIAS

Le Cégep de Jonquière a été le premier établissement au Québec à offrir un programme d'études en journalisme. Autorisé par le ministère de l'Éducation en 1968, le programme *Techniques journalistiques* a connu de nombreuses transformations afin de couvrir un plus large éventail de professions liées au domaine des communications. Dès 1969, la photographie est jumelée à l'information et les options Radio et télévision ainsi que Publicité et graphisme s'ajoutent au programme. Les transformations apportées par la suite ont permis de s'adapter aux réalités changeantes du milieu des communications. En 1975, le programme devient *Art et technologie des médias (ATM)* et offre quatre voies de spécialisation : l'information écrite, la radio, la télévision et la publicité. Ce programme existera jusqu'à la révision effectuée à la fin des années 1990 et qui a conduit à la création de deux programmes distincts : *Techniques de production et de postproduction télévisuelles (TPPT)* et *Techniques de communication dans les médias (TCM)*. Ces deux programmes ont été implantés en 2003.

C'est dans le programme *Techniques de communication dans les médias*, où se trouvent les options *Journalisme*, *Animation et production radiophoniques* et *Conseil et coordination publicitaires*, que le Cégep de Jonquière continue de former une partie de la relève en information.

Le département *Techniques de communication dans les médias* compte une vingtaine de professeurs et deux techniciens de travaux pratiques. Chaque année, il accueille 125 nouveaux élèves qui proviennent de partout au Québec et aussi de l'étranger. Environ 90 élèves complètent leurs trois années de formation, dont près de 40 dans l'option *Journalisme*.

Au fil de leur existence, ATM et aujourd'hui TCM, ont tissé des liens étroits avec les entreprises du milieu des communications situées sur l'ensemble du territoire québécois et ailleurs au Canada, dont les médias d'information. Chaque année, ces entreprises accueillent les élèves pour un stage de 5 semaines et nombreuses sont celles qui les emploient au terme de leur formation.

C'est ce contexte qui incite le département *Techniques de communication dans les médias* à participer aux auditions de la Commission de la culture et de l'éducation afin de contribuer à la réflexion sur l'avenir des médias d'information.

Parmi les défis identifiés par la Commission de la culture et de l'éducation, la présence régionale et la valorisation du rôle local de l'information et la viabilité des modèles d'affaires à l'ère du numérique sont ceux qui interpellent davantage le département Techniques de communication dans les médias.

Nous voulons d'abord signifier notre inquiétude quant à l'avenir des médias d'information et particulièrement ceux situés dans les régions. Depuis les dernières années, nous avons assisté à la fermeture de nombreux journaux hebdomadaires. Pour leur part, les entreprises de presse actuelles s'affairent à trouver de nouveaux modèles d'affaires pour assurer leur viabilité dans un contexte où le partage de l'information sur les réseaux sociaux gagne du terrain.

C'est un fait, la nouvelle génération s'informe davantage sur les plateformes web, délaissant les médias traditionnels. Les jeunes adultes prennent connaissance des informations qui apparaissent sur leur téléphone cellulaire via les réseaux sociaux auxquels ils sont abonnés et sur les applications mobiles des médias.

Pour atteindre les jeunes générations, les médias traditionnels n'ont d'autre choix que d'envahir les réseaux sociaux et d'y offrir gratuitement leurs contenus, ce qui se traduit par une absence de revenus.

Ces pertes de revenus ont un impact direct sur les conditions de travail des journalistes et particulièrement ceux œuvrant dans les régions. Ainsi, il n'est pas rare de ne compter qu'un seul journaliste dans une salle de nouvelles radio ou dans un hebdomadaire local. En raison des conditions de travail difficiles, il y a un fort taux de roulement parmi les journalistes. Cette situation met en péril la qualité de l'information diffusée, le journaliste n'ayant ni le temps ni les moyens d'analyser correctement l'information. Cette situation a aussi pour conséquence l'absence de couverture d'enjeux locaux et régionaux.

Le rôle essentiel que jouent les médias d'information dans les régions a été maintes fois démontré et nous n'insisterons jamais assez sur l'importance d'une couverture locale et régionale de l'actualité. Le but de notre mémoire n'est pas d'en faire la démonstration, mais de soulever un autre aspect essentiel de leur présence en région: leur contribution au développement de la relève journalistique. La disparition de médias régionaux en raison du contexte économique difficile réduit effectivement le nombre de milieux de stage pour nos élèves. Par ailleurs, l'apparition de nouvelles plateformes de diffusion a cependant permis la création de nouveaux emplois de créateur de contenu et de gestionnaire des réseaux sociaux.

Les défis sont de taille pour assurer un avenir de qualité aux médias régionaux et nationaux. Ceux-ci doivent emprunter la voie de la transformation numérique. Il en va de la responsabilité de l'État de les appuyer dans ce virage car toute société démocratique repose sur la présence de médias qui agissent dans l'intérêt public.

Les allègements fiscaux annoncés dans le dernier budget fédéral et l'intention du premier ministre du Québec de venir en aide aux médias écrits sont un pas dans la bonne direction.

Dans ce contexte, il va sans dire que la liberté de presse devra être maintenue de même que l'indépendance des médias face aux gouvernements en place.

L'éducation aux médias

Si on déplore la fermeture de plusieurs médias et la précarité de certains, on ne peut toutefois nier la propagation de nouvelles de manière continue sur les plateformes numériques. Il n'a jamais été aussi facile d'obtenir rapidement une information en seulement quelques clics. Toutefois, encore faut-il que cette information soit juste. Dans le flot de fausses nouvelles diffusées, il est difficile pour l'internaute de reconnaître l'information vérifiée par des journalistes professionnels.

Saluons ici l'initiative de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) qui a entrepris une tournée dans les écoles du Québec pour lutter contre la désinformation. L'atelier #30 secondes avant d'y croire a été présenté à plus de 8000 jeunes jusqu'à maintenant. Des journalistes se sont déplacés dans les classes afin d'expliquer leur profession à la nouvelle génération. On parle ici d'éducation aux médias et, à notre avis, il s'agit de l'une des pistes de solution pour l'avenir des médias.

Les jeunes qui ont participé à ces ateliers ont appris tout le travail qui se cache derrière une information vérifiée et réelle: recherche de sources fiables, collecte de faits, de données, analyse et mise en contexte et rédaction. Ces démarches ne peuvent s'effectuer sans frais pour une entreprise. Les gens doivent savoir que l'information a un coût. Ils doivent être sensibilisés au fait que, pour exercer leur rôle de citoyen, ils doivent être informés de la bonne manière par des professionnels de l'information.

Plus tôt ils en seront conscients, plus tôt ils sauront reconnaître la valeur de l'information et celle des médias qui les entourent. Il nous apparaît nécessaire de multiplier ce genre d'initiatives et de mettre sur pied des programmes d'éducation aux médias destinés aux élèves du primaire et du secondaire. La population en général doit également être visée par certaines interventions.

En tant que maison d'enseignement, nous sommes disposés et motivés à contribuer à cette démarche. Celle-ci contribuera à faire de nos jeunes et de nos concitoyens des personnes informées, en mesure de développer leur pensée et de prendre des décisions éclairées pour leur avenir et celui de la société. Elle leur permettra aussi de créer une habitude de consommation de l'information auprès de médias employant des journalistes professionnels et qui sait, de développer leur intérêt pour l'information de proximité.

Hélène Roberge,
Directrice adjointe aux études,
responsable des programmes ATM

Michèle Gagnon,
Responsable de la coordination
départementale, TCM