

Mandat d'initiative sur le financement des médias

Identification

Raymond Corriveau Ph. D.

Professeur associé, Communication sociale

Département de Lettres et Communication sociale

Université du Québec à Trois-Rivières

Courriel : raymond.corriveau@uqtr.ca

www.uqtr.ca/communicationsociale

Biographie

[Raymond Corriveau](#) est un ancien président du Conseil de Presse du Québec, il est également professeur associé au département de Lettres et communication sociale de l'Université du Québec à Trois-Rivières où il a été un intervenant clé dans l'instauration des divers programmes de communication. Acteur de terrain sur plusieurs continents aussi bien que chercheur, ses intérêts gravitent depuis toujours autour de l'information. Il œuvre au développement de l'information en milieu communautaire ou autochtone de même qu'il élabore un modèle de communication qui contribue à rétablir les situations d'urgence ou aide à la promotion de la santé publique dans divers projets sur plusieurs continents. Il s'intéresse également à l'information puisqu'elle participe à l'instauration d'une société réflexive. À cet égard, il traite du rôle que jouent les médias en société en portant une attention particulière à la nécessité et à la qualité de l'information. Il s'investit aussi dans l'éducation aux médias qui demeure un processus nécessaire pour la formation d'une citoyenneté responsable. Il est membre du Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS).

MÉMOIRE

TITRE

Financement des médias et droit à l'information ; une approche globale est nécessaire

RÉSUMÉ

L'information est une donnée capitale du vivre en société. Elle n'est plus l'exclusivité des seuls médias classiques d'information d'où l'importance d'adopter une perspective citoyenne pour aborder la question de l'information en société, car la problématique dépasse le seul financement des médias. Afin de bien soupeser les enjeux en cause, il importe de définir l'information et de faire l'inventaire des droits qui sont censés la protéger. Mais les assises de la production de l'information dans les sociétés libérales avancées reposent sur des bases désormais fragiles qui entrent en contradiction avec les principes d'un droit fondamental. Les avancées du Web 2.0 n'offrent que des avenues compensatoires limitées. La numérisation généralisée des sociétés largement contrôlées par quelques empires commerciaux crée une crise de financement des médias traditionnels. L'État ne pourra résoudre ce problème en soutenant à bout de bras les actionnaires des entreprises de presse. Une autre approche devient incontournable. Pire encore, cette crise des médias se joue dans le cadre d'un impératif environnemental, un défi inédit jamais rencontré dans l'histoire de l'humanité ; celui de l'anthropocène. Alors qu'ils devraient pouvoir contribuer à développer une société réflexive pour faire face à cet enjeu majeur, les médias en raison de leur dépendance à la publicité sont condamnés à aggraver la situation actuelle. Ces profondes transformations sociales ne sont pas sans conséquences non plus sur la structuration des liens sociaux. Le rôle de l'information à cet égard est capital et la menace de fracture sociale bien réelle. Les québécois ont payé plusieurs exercices publics (tournée, mandat d'initiative, commission, etc.) pour obtenir des réponses aux différentes crises de l'information. Une relecture des solutions proposées est plus que nécessaire.

TABLE DES MATIÈRES

I La nécessaire perspective citoyenne	4
II Ce qu'est l'information	5
III L'implacable fil de l'histoire	8
IV Le droit à l'information	11
V La déontologie ; un passage obligé	15
VI Le Web 2.0 comme alternative ?	21
VII De la publicité	22
VIII L'information régionale pour éviter la fracture sociale	28
IX Les solutions	32
X En guise de conclusion	47

I La nécessaire perspective citoyenne

Penser l'information toujours dans la perspective des entreprises de presse ou dans celle des journalistes est insuffisant pour respecter ce droit fondamental qu'est le droit à l'information. Il faut donc emprunter une perspective citoyenne. Le représentant du peuple peut difficilement échapper à une telle orientation s'il se veut le témoin fidèle de ses électeurs.

La perspective citoyenne n'envisage pas

La perspective citoyenne n'envisage pas l'information du point de vue des journalistes. Tout en appréciant le travail de rigueur des journalistes, cette approche ne va pas considérer les journalistes comme seule source d'information. Cette perspective conçoit encore moins l'information comme le font les entreprises de presse. Ce n'est pas une variable dans une équation commerciale.

Ce qu'est l'information

L'information est un matériel cognitif permettant une structuration de l'opinion qui conduit éventuellement à une décision politique, économique ou idéologique (souvent les trois, ex : l'environnement). Ce matériel provient de diverses sources ; journalistes, relationnistes (gouvernementaux ou pas), groupes de pression, scientifiques, organisations sociales, etc. Bien que l'imprimé soit encore très présent (médias écrits), ces matériaux sont de plus en plus numérisés et possèdent divers aspects (médias électroniques, sites Web, réseaux sociaux, etc.).

Mais avant tout

La perspective citoyenne entrevoit l'information comme une composante essentielle à l'émancipation des individus et des collectivités, elle est donc consacrée au développement du bien commun. Ce ne sera donc pas uniquement la situation des entreprises de presse qu'il faut considérer, mais bien la situation de l'information partout sur le territoire du Québec.

II Ce qu'est l'information

L'information est un terme tellement utilisé qu'il en devient polysémique et ses assises finissent par s'étioler au fil des usages. Il importe d'en souligner le sens premier, car les enjeux qui y sont rattachés sont de taille.

Rappelons brièvement quelques grands principes¹. Quéré (2000, 354) nous apprend que « l'information est normalisée au sens où elle est traitée en fonction de significations sociales déjà existantes ». Une information a donc besoin d'informations pour être comprise et assimilée. Appliqué à une large échelle, ce principe fait peur dans la mesure où s'il advenait dans un pays que l'information de masse devienne lacunaire, les gens finiraient par ne plus s'en apercevoir faute de significations sociales préexistantes. Nous² n'avons pas, par exemple, l'information nécessaire à comprendre un ouvrage de physique quantique. Pour certaines personnes, c'est le monde politique qui leur est inaccessible. Il pourrait aussi arriver que des significations sociales préexistantes « normaliseraient » une situation qui serait inacceptable. Des phénomènes actuels, comme la *peoplisation* de l'information, la désinformation ou encore l'orientation politique de la nouvelle au mépris des faits, constituent des dangers de grande envergure.

Quéré (2000, 355) dira aussi : « l'information est ce qui spécifie les significations et les valeurs fonctionnelles ». Les valeurs fonctionnelles sont ce qui permet « le repérage de tout organisme vivant dans un environnement et c'est vrai pour les formes de réflexivité et les dispositifs d'action collective propre à notre société ». On soupçonne ici l'effet pervers que produit un décalage entre les gens qui ont un accès à l'information et ceux qui n'en ont pas, ceux qui ont droit à de la bonne information et ceux qui n'y ont pas droit. Ici, c'est la mécanique de décision qui se voit interpellée. L'information, c'est de savoir qu'il existe telle ou telle exemption d'impôt, par exemple, et de pouvoir en profiter. L'information c'est aussi d'avoir les bonnes études scientifiques qui démontrent le danger réel de l'utilisation de tel ou tel produit. Prendre une décision en étant mal informé, cela veut dire faire le mauvais choix de placement (comme ce fut le cas pour nombre de personnes lors

¹ Nous avons abordé cette question dans Corriveau, Sirois, 2012.

² Nous utiliserons le « nous » de politesse.

de la crise financière de 2008). Une mauvaise information qui interfère dans le processus décisionnel conduira même à voter pour un candidat qui ne protège pas vos intérêts, etc. Bref, une mauvaise décision produite par une mauvaise information c'est aussi l'assise de toute la violence symbolique³, comme l'a démontré Bourdieu (1977).

Mais cette information sert également à établir des liens et Burt (2005), quant à lui, fait référence à la quantité de capital social détenue par un individu. Le capital social est d'autant plus élevé que la personne dispose d'informations que les autres n'ont pas, ce qui la met en position de force. Si je sais qu'un investissement majeur aura lieu à proximité d'un terrain, comme acheteur je détiens un avantage certain sur le vendeur qui l'ignore. Dans le même esprit, Bertacchini (2004) fera référence à une intelligence territoriale qu'il définira comme

... un processus informationnel et anthropologique, régulier et continu, initié par des acteurs locaux physiquement présents et/ou distants qui s'approprient les ressources d'un espace en mobilisant puis en transformant l'énergie du système territorial en capacité de projet. (Bertacchini, 2004, 13)

Il ne faudra donc pas se surprendre que lors de la tournée du Conseil de presse (CPQ) de 2008⁴, celles et ceux qui ont exercé un jugement le plus sévère envers l'état actuel de l'information au Québec étaient justement des acteurs de développement qui voyaient les conséquences des lacunes en information. Ces quelques lignes mettent en lumière les enjeux cruciaux autour de questions comme : qui va contrôler l'intelligence territoriale, au profit de qui et à partir de quelle information ?

Ajoutons à tout cela la notion d'*affordance* de Gibson (1979) qui met l'accent sur le lien entre information et action. Voulant survivre dans son environnement, ce qui est fort

³ Selon Bourdieu, la violence symbolique est un processus de soumission par lequel les dominés perçoivent la hiérarchie sociale comme légitime et naturelle.

⁴ En 2008, pour la première fois dans l'histoire du Québec, nous avons organisé, comme président du Conseil de presse, une tournée qui s'est étendue à l'ensemble du territoire afin de faire l'inventaire de la situation de l'information. Le constat fut sévère. Un tel exercice mériterait d'être effectué dans chaque pays. Le rapport est disponible à https://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2013/01/2008-11-10_etat-situation-mediatique_avis-du-public.pdf, consulté le 31 mars 2019.

légitime, l'être vivant va attribuer à toute nouvelle information une signification orientée sur l'action, de manière à mieux cohabiter dans le lieu où il évolue. Mais si le contexte d'évolution est pathogène, ce ne sera pas la valeur intrinsèque de l'information qui aura priorité, mais bien son potentiel d'adaptation. Si on m'indique une fausse information (une fausse rumeur sur un candidat) mais qui m'offre une possibilité d'action (d'éliminer une prétendue corruption), je vais privilégier l'action possible à la vérification de l'information (je vais donc voter pour un candidat qui s'appuie sur une fausse rumeur). On comprend donc toute la mécanique normative et ses conséquences que possède une nouvelle information.

Ces quelques précisions sur le fondement de l'information mettent déjà en relief les notions de contrôle de la vie quotidienne, d'orientation des grandes décisions politiques tout comme les principes sur lesquels le développement social s'effectuera. L'information est d'un potentiel fantastique et indispensable à la vie. Son importance est telle qu'elle devrait être considérée comme un bien public relevant d'un capital collectif. Une forme de patrimoine essentiel de chaque société.

III L'implacable fil de l'histoire

Selon le modèle de développement de nos sociétés libérales avancées, la grande majorité de l'information est véhiculée par les médias. Même si certains prétendent avoir un accès direct à la population grâce aux nouvelles technologies (Web, médias sociaux, etc.), cet accès n'est possible que par l'entremise d'entreprises hyper concentrées comme les GAFA⁵ de ce monde. L'information est donc une *marchandise* entre les mains de conglomérats toujours plus puissants. Lorsque l'on cherche à comprendre ce qui se passe dans le champ médiatique, un bref rappel des grands moments de l'évolution médiatique est nécessaire, car l'évolution historique ne pardonne pas.

Les médias furent à leurs débuts des joueurs incontestables dans la multiplication des points de vue et dans la propagation des idées neuves. Habermas (1962) dans sa réflexion sur l'espace public⁶ décrit très bien la naissance des premiers journaux. Le feuillet distribué dans les cafés se transforme au fil du temps en publication plus régulière et structurée. L'imprimé prendra de l'expansion, augmentera ses collaborateurs et deviendra un journal dans la Cité. Les capacités techniques de diffusion (chemin de fer, télégraphe, reproduction de l'image, etc.) transformeront à nouveau le média en quotidien national jouant un rôle de plus en plus important dans la vie des États.

L'électricité allait permettre (en multipliant les plates-formes médiatiques avec l'apparition de la radio puis de la télévision) la naissance des médias de masse comme nous l'avons connu jusqu'à tout récemment. L'évolution des structures de diffusion ne pourra se faire toutefois que par l'apport toujours plus grand de frais de fonctionnement ce qui aura

⁵ Ce sont les géants du Web, voir à ce sujet WIKIPEDIA disponible à https://fr.wikipedia.org/wiki/Géants_du_Web, consulté le 31 mars 2019.

⁶ L'espace public est un lieu non physique aux contours non rigoureusement définis où l'on retrouve un échange et une confrontation des idées comme des opinions. C'est ce qui se discute dans une société à un moment donné de son histoire. Le rôle des médias y sera déterminant et c'est ce que nous identifierons comme l'espace médiatique. Mais les médias se feront également le relais d'autres voix qui s'expriment en société, en ce sens l'espace public n'est pas que médiatique. Une manifestation monstre, par exemple, constitue en soi l'expression d'une opinion et qui rejoint l'espace public.

comme conséquence de resserrer la propriété des médias aux mains de groupes de presse de plus en plus imposants, éliminant ainsi le propriétaire unique. C'est la disparition quasi totale de cet individu-proprétaire un peu aventurier et souvent animé d'un idéal démocratique. Chaque évolution technique entraîne des charges de plus en plus lourdes, ce qui produit indirectement non seulement une concentration de la propriété, mais également une accréation des voix dans les mains d'un nombre de plus en plus restreint de personnes. Les bénéficiaires d'exploitation ne pouvant assumer les coûts du processus technique, la publicité viendra à la rescousse au point de devenir indispensable à la bonne santé financière des médias. Au cumul de ces évolutions naîtra l'entreprise de presse.

Cette tendance à la concentration va s'accroître avec l'apparition des médias sociaux. Du média de masse, nous allons passer au média de masse individualisé où seuls quelques grands joueurs ont pu s'établir dans le cadre de la dernière des évolutions technologiques, celle de la numérisation généralisée. La loi de la diffusion au plus grand nombre résultant de cette concentration de la propriété ne favorise pas l'information relative aux régions, voire même à chaque pays. Pour ces méga entreprises, il s'agit ici d'assurer à la *merchandise information* une diffusion transnationale comme les entités qui les portent. Sans information, sans discussion publique à l'échelle des acteurs locaux et régionaux on affaiblit donc l'intelligence territoriale, on affaiblit le développement régional.

La crise du financement des médias traditionnels aura comme conséquence la disparition de nombreux acteurs du champ médiatique ; radios, quotidiens, magazines, etc. (Martel 2018), la suppression de postes et l'attrition des budgets liés au journalisme d'enquête⁷. La crise chez le producteur de nouvelles s'est mutée en crise généralisée de l'information.

Cette crise de l'information a des assises beaucoup moins publiées et pourtant fort bien

⁷ La Fédération nationale des communications (CSN) du Québec dresse un bilan intéressant et étudie les pistes de solutions à l'échelle internationale. Le document est disponible à http://www.fncom.org/wp-content/uploads/2017/10/2016-05_analyse-avenir-information_FNCCSN.pdf . Consulté le 4 septembre 2018. Voir aussi le rapport du PEW Center disponible à <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/08/21/5-facts-about-the-state-of-the-news-media-in-2017/>. Consulté le 4 septembre 2018.

connues. Le problème existait depuis longtemps et les nouveaux épisodes troubles ne font que souligner les assises boiteuses de ce qui est en place dans nos sociétés libérales avancées comme mécaniques d'information. Au Canada, par exemple, plus de 19 commissions d'enquête, tournées, rapports, etc. ont révélé de sérieuses lacunes informationnelles. Presque toutes les recommandations émises pour corriger la situation furent totalement écartées (Corriveau, 2015). Une des carences fondamentales était liée au fait que l'information était redevable à la rentabilité de l'entreprise. Pas de marché, voulait dire (et veut toujours dire) pas d'information et pas de profit voulait aussi dire (et veut toujours dire) pas d'information. Cela crée une incroyable injustice pour le citoyen payeur de taxes, car des pans entiers du pays, par exemple, étaient soit absents du regard médiatique, soit peu touchés par les médias. Étant moins visibles, nombre de problématiques régionales aux causes ou conséquences souvent mondiales furent passées sous silence. Car, ne l'oublions pas, le silence médiatique se traduit souvent en silence politique⁸. La très grande majorité des questions soulevées à l'Assemblée nationale le sont à la suite d'une révélation médiatique. C'est ce qui nous fait dire que sans couverture médiatique les problématiques régionales risquent fort de demeurer dans l'oubli. La ligne du temps ne semble pas facile à inverser et la délocalisation des revenus publicitaires ne semble pas vouloir s'atténuer, car les pratiques d'information des nouvelles générations semblent irréversibles.

Il nous faudra donc penser l'accès à l'information autrement que l'unique financement des médias par l'État. Une privation indirecte aussi indirecte soit-elle, n'est ni souhaitable, ni réaliste dans le cadre financier que nous connaissons. S'attaquer aux carences de l'information en se limitant qu'aux entreprises de presse ne fera que perpétuer le problème. La solution ne peut être unique, elle se doit d'être variée et faire appel aux diverses ressources de la société y compris celles dont l'État dispose.

⁸ Ce lien entre le silence médiatique et politique nous a été clairement démontré lors de la tournée de 2008 (voir Note 2).

IV Le droit à l'information

Pourtant, malgré ce que nous venons de dire, des efforts considérables ont été faits pour établir des assises solides au droit à l'information. Ce droit est reconnu par de nombreux textes législatifs, pensons à [La Déclaration universelle des droits de l'homme](#)⁹, pensons aussi à des textes à portée juridique qui veulent garantir de manière spécifique le droit du citoyen à recevoir de l'information. [La Charte canadienne des droits à l'article 2 b](#)¹⁰ aborde la chose un peu différemment en garantissant le droit à diffuser de l'information, ce qui laisse supposer que les personnes sont libres de recevoir cette information sans entrave. L'UNESCO dresse un [portrait](#)¹¹ assez complet du cadre législatif qui prévaut à cet égard en Amérique latine et dans les Caraïbes. À ces textes législatifs, d'autres déclarations viendront ajouter un appui moral. [La déclaration des Devoirs et droits des journalistes](#)¹² de Munich en 1971 statue sur la nécessaire véracité de l'information, mais aussi sur la capacité à pouvoir la diffuser.

La question de la véracité de l'information n'est pas anodine puisque pendant des décennies aux États-Unis, par exemple, prévalait le souci d'une équité de parole ; les points de vue opposés devaient être entendus ou exposés. Cette préoccupation présente dès 1927 dans l'attribution des licences de radiodiffusion, fut érigée en règle en 1949 sous le titre de *Fairness Doctrine* par la *Federal Communication Commission* (FCC)¹³ avant d'être abrogée en 1987 par Ronald Reagan (Randall, 2016 ; 80) laissant ainsi libre cours à des postures discursives plus que discutables, telles que celles adoptées par Fox News rattaché

⁹ Document disponible à https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/frn.pdf. Consulté le 4 septembre 2018.

¹⁰ Document disponible à <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/Const/page-15.html>. Consulté le 4 septembre 2018.

¹¹ Document disponible à <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/freedom-of-expression/freedom-of-information/foi-in-latin-america-and-the-caribbean/>. Consulté le 4 septembre 2018.

¹² Document disponible à <https://j-source.ca/article/declaration-des-devoirs-et-des-droits-des-journalistes-munich-1971/>. Consulté le 4 septembre 2018.

¹³ Document disponible à <https://www.britannica.com/topic/Fairness-Doctrine>. Consulté le 4 septembre 2018.

au groupe Murdoch.

Un autre visage du même questionnement prendra la forme de la liberté de la presse. La liberté de la presse est considérée par la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) comme une composante de la liberté d'expression ([article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme](#)¹⁴). Dans la foulée de la liberté de la presse, on retrouve désormais le principe de la protection des sources journalistiques. Au Québec comme au Canada, par exemple, deux nouvelles législations sont récemment apparues à la suite de [révélations troublantes](#)¹⁵. Au Québec, cela a conduit à la mise sur pied de la Commission Chamberland. Dans le rapport de cette commission, on retrouve une excellente rétrospective des législations un peu partout dans le monde qui traitent de ce sujet ([Riendeau, 2017](#)¹⁶). Le corollaire de la protection des sources journalistiques est évidemment la protection des lanceurs d'alerte. Même une institution comme l'[OCDE](#)¹⁷ favorise la protection des lanceurs d'alerte.

À la production et à la diffusion sans entrave de l'information, un autre principe fondamental est venu se greffer ; celui de l'accès à l'information. Actuellement, plus de 60 pays ont entériné la déclaration de [La Journée internationale du droit à l'information en Bulgarie en 2002](#)¹⁸ qui veut garantir l'accès à l'information de source gouvernementale. La Commission nationale de l'informatique et des libertés en France, quant à elle, aborde un tout autre aspect du droit à l'information, soit celui de [la protection de l'information privée dans l'univers numérique](#)¹⁹. Plusieurs pays, dont le Canada, ont des lois sur la

¹⁴ Document disponible à https://fr.wikipedia.org/wiki/Article_10_de_la_Convention_europ%C3%A9enne_des_droits_de_l%27homme. Consulté le 4 septembre 2018.

¹⁵ Voir le récapitulatif de Louise Leduc, disponible à <http://www.lapresse.ca/actualites/justice-et-faits-divers/actualites-judiciaires/201704/03/01-5084855-protection-des-sources-journalistiques-petit-guide-pour-comprendre-la-commission-chamberland.php>. Consulté le 4 septembre 2018.

¹⁶ Document disponible à https://www.cepcsj.gouv.qc.ca/fileadmin/documents_client/documents/CEPCSJ_Annexes_Acces_sible.pdf. Consulté le 4 septembre 2018.

¹⁷ Document disponible à <http://www.oecd.org/fr/corruption/whistleblower-protection.htm>. Consulté le 4 septembre 2018.

¹⁸ Document disponible à <http://www.oic-ci.gc.ca/rtk-dai-fra/>. Consulté le 4 septembre 2018.

¹⁹ Document disponible à <https://www.cnil.fr/fr/les-missions-de-la-cnil>. Consulté le 4 septembre 2018.

protection de la vie privée et des renseignements personnels, mais l'affaire [Cambridge Analytica](#)²⁰ en a démontré les limites.

D'autres organisations de la société civile comme ACRIMED (2013) voudront aussi appuyer le droit à l'information en y ajoutant des précisions de taille telles que [le droit à l'information échappant à l'emprise des conglomérats](#)²¹. Nous pourrions enchaîner ainsi nombre d'autres déclarations nationales ou internationales qui proclament l'importance cruciale de l'information. Rappelons-nous la grande rétrospective que les [Mattelarts \(2004\)](#) ont effectuée sur les débats internationaux ayant l'information comme enjeu, du « village global » de McLuhan, en passant par le rapport McBride et jusqu'à la Convention sur la diversité culturelle.

Normand Landry dans son volume sur les [Droits et enjeux de la communication \(2013\)](#) illustre tout au long de son ouvrage le rôle essentiel que joue l'information et sa mécanique communicationnelle dans l'établissement des droits de l'homme. S'inspirant des travaux du [Sommet mondial sur la société de l'information](#),²² il énonce :

Il est désormais acquis que la communication constitue un « processus social fondamental, un besoin essentiel de l'être humain et la base de toute organisation sociale », qu'elle se présente comme une condition de l'épanouissement des individus et de l'organisation harmonieuse de sociétés démocratiques. (Landry, 2013 ; 17)

L'ouvrage de Landry reprendra cette idée forte et fera une démonstration articulée et non équivoque de l'importance des liens entre droits humains et communication. Nul doute n'est possible. L'information, étant indissociable de l'acte communicationnel, constitue un socle fondamental de nos sociétés. Pourtant nous pouvons aisément dénombrer de

²⁰ Wikipédia fournit un bon résumé de cette affaire https://fr.wikipedia.org/wiki/Cambridge_Analytica. Consulté le 4 septembre 2018.

²¹ Voir le dossier Transformer les médias. Repéré à <http://www.acrimed.org/Transformer-les-medias>. Consulté le 4 septembre 2018.

²² Déclaration de principes tirée de L'union Internationale Des Télécommunications, **Construire la société de l'information : un défi mondial pour le nouveau millénaire**, Produit par le Sommet mondial sur la société de l'information, art. 4, Genève, 12 décembre 2003. Le document est disponible à <https://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/dop-fr.html>. Consulté le 4 septembre 2018.

multiples incartades²³ à ce droit fondamental que constitue le droit à l'information.

Comment alors justifier qu'un droit aussi fondamental repose sur le profit des actionnaires? Le droit à l'information, nous l'avons vu, c'est de pouvoir prendre des dizaines de décisions adéquates chaque jour, et ce dans tous les domaines de la vie, en environnement comme ailleurs. Le droit à l'information c'est le façonnement juste et équilibré des visions du monde, mais c'est aussi le pouvoir d'imaginer le monde autrement. Comment tout cela peut-il reposer sur la satisfaction financière de quelques-uns? L'idée n'est pas de condamner ces personnes, mais bien de faire un constat qui illustre un anachronisme inacceptable. Cela a fonctionné pendant un certain temps, mais force est de reconnaître que le modèle actuel repose sur des assises désormais trop lacunaires pour être réconciliable avec les impératifs d'un droit fondamental. Par la force des choses, le droit à l'information semble nous obliger à imaginer autrement l'accès à l'information.

²³ Nous avons dans un article cité quelques exemples éloquentes. Voir Corriveau (2017).

V La déontologie : un passage obligé

Faire l'inventaire des droits et invoquer des principes sont une chose, mais rien de cela ne fait sens si les institutions démocratiques ne sont pas respectées ou détournées de leurs mandats d'origine. Lorsque l'on voit le président des États-Unis faire 4682 fausses affirmations²⁴ (sans compter les redites des mêmes fausses informations) depuis son arrivée à la Maison-Blanche, la fragilisation des institutions devient préoccupante. Le droit à l'information sera bien orphelin dans un contexte où les institutions politiques, légales et judiciaires sont absentes ou détournées de leur sens premier. Les droits et les principes invoqués précédemment risquent dans une conjoncture pathogène de ne pas pouvoir être respectés. En fait, nous sommes aux confins de problématiques assez denses où la désinformation peut devenir contributive au détournement de l'information destinée à l'émancipation des citoyens ou, pire encore, elle peut contribuer à légitimer des instances publiques et sociales qui ne mériteraient pas de l'être. Le comportement déontologique de celui qui traite l'information devient alors crucial.

La première chose qui nous vient à l'esprit lorsque l'on parle de source d'information est l'espace médiatique,²⁵ là où les médias écrits aussi bien qu'électroniques cohabitent dans une compétition sans merci. C'est dans cet espace jamais bien défini qu'évoluent les journalistes. C'est une profession qui trouve sa légitimité dans une pratique déontologique²⁶ qui a comme assise l'information libre et de qualité pour l'ensemble de la population. Les journalistes se perçoivent souvent comme les yeux et les oreilles du citoyen qui doit vaquer à d'autres occupations pour assurer sa survie. Il faut prendre garde d'abord de ne pas confondre journaliste et entreprise de presse. Si les deux sont contributifs à l'espace médiatique, l'intérêt de l'entreprise de presse réside, comme son nom l'indique, dans une opération mercantile. L'étanchéité des salles de rédaction est supposément

²⁴ La compilation de Daniel Dale augmente au fil du temps, nous l'avons consultée à <http://projects.thestar.com/donald-trump-fact-check/>. Le 28 mars 2019.

²⁵ Pour compléter sa compréhension de l'espace public et de l'espace médiatique le lecteur pourra compléter sa compréhension en se référant à Corriveau, Aubin (2016)

²⁶ Pour faire le tour de la question déontologique, nous conseillons vivement la lecture de Bernier (2014).

assurée, mais il arrive que les impératifs publicitaires orientent la production, le choix ou le traitement de la nouvelle. L'intrusion dans le monde de l'information est aussi fréquemment réalisée en fonction d'orientations politiques. Ces affirmations furent largement documentées dans la première enquête²⁷ faite sur l'état de l'information réalisée sur l'ensemble du territoire québécois. Les télévisions publiques n'échappent pas non plus aux influences de toutes sortes, qu'elles soient marchandes, idéologiques ou politiques. Une enquête de Nathalie Villeneuve réalisée pour le Conseil de presse et curieusement jamais publiée confirmera quelques années plus tard²⁸ aussi bien nos inquiétudes envers le Conseil de presse que sur l'indépendance journalistique en général.

Pour assurer une permanence dans la qualité de l'information, le journaliste devrait pouvoir profiter d'un soutien à la formation continue et de lois visant à la protection de ses sources. En contrepartie, les médias et les créateurs de nouvelles devraient accepter des structures de vigilance qui peuvent avoir diverses formes selon les régions du monde. Pensons à un conseil de presse authentique, à un ordre professionnel, ou à des tribunaux administratifs.

La question de la surveillance déontologique mérite quelques lignes. Il y a, à ce sujet, une certaine crispation des acteurs en place, nous pensons aux journalistes aussi bien qu'aux entreprises de presse. Encore une fois pour mieux comprendre il faut se donner un peu de perspective. Pour éviter une loi malgré la pression publique, Robert Bourassa avait forcé²⁹ le consensus des entreprises de presse afin d'instaurer un Conseil de presse qui se devait d'être autonome financièrement grâce à une fondation. La perte de pouvoir du gouvernement a empêché la contribution des sommes prévues à la fondation. Très rapidement le Conseil s'est vu précarisé financièrement³⁰. Si pendant de nombreuses années un certain équilibre a pu être maintenu de peine et misère, la situation actuelle, voire toute récente, discrédite le Conseil de presse comme instance déontologique crédible. Les

²⁷ Voir note 2 sur la tournée du Québec.

²⁸ Villeneuve, N. (2013). *Des intrus dans la salle de nouvelles; comment publicité, corporatisme et intérêts commerciaux sapent l'indépendance journalistique*, Montréal, Conseil de presse.

²⁹ Tiré d'une confidence faite par un patron de presse lors de notre passage à la présidence du CPQ.

³⁰ Dans les archives du Conseil de presse on peut lire une préoccupation du tout premier président sur le financement de l'organisation.

derniers développements ne sont peut-être que l'illustration d'un vice de structure incontournable. La lettre parue dans le Devoir du 25 août 2018 résume très bien la situation. Nous en étions l'auteur, il importe de la reprendre ici.

Quelle ne fut pas ma surprise d'apprendre, en 1995 à mon arrivée au conseil d'administration comme représentant du public, qu'aucune loi ou aucun décret ne garantissait l'existence du Conseil de presse ! Cela était d'autant plus surprenant que le rôle social du Conseil semblait partagé par tous. Depuis la première tournée du Québec sur l'état de l'information qui avait envenimé nos relations avec les entreprises de presse, la présence du Conseil dans l'espace public s'est faite de plus en plus discrète, pour ne pas dire absente. Pourtant, ce ne sont pas les sujets qui auraient mérité des prises de position sur toutes les plates-formes médiatiques qui manquent. Cela va des infidélités policières envers les journalistes jusqu'aux subventions accordées à certains médias et pas à d'autres. Cette inoccupation de l'espace public s'est aussi accompagnée d'une série de gestes qui mettaient le citoyen à distance des activités du Conseil.

Bien que sur le site Web du Conseil on indique un hyperlien sur les droits et responsabilités de la presse, la nouvelle référence déontologique n'emprunte pas du tout cette avenue. Désormais, il n'y a plus de définition du genre journalistique et la préoccupation citoyenne a été totalement évacuée. Ces deux exemples sont tirés d'un article³¹ où j'ai analysé l'ancienne et la nouvelle version du guide déontologique. J'en suis venu à la conclusion que le nouveau guide était tellement orienté vers l'intérêt des entreprises de presse que cela remettait à mes yeux en question la pertinence d'un financement public. C'est sans compter qu'une étape d'acceptation d'une plainte a été ajoutée au processus pour porter plainte, et ce, dans l'intérêt évident des entreprises de presse. Pire encore, on accepte désormais des « audiences » fermées où le plaignant ne peut assister aux représentations

³¹ Corriveau, R. (2016). La déontologie du Conseil de presse du Québec, une mutation bénéfique ? Actes des travaux du Comité de Recherche « Sociologie de la communication » Congrès AISLF – CR 33, Montréal, Canada, 12-22. Repéré à https://web.univ-pau.fr/RECHERCHE/SET/AISLFCR33/DOCS_SOCIO/2016/Actes_AISLF_CR33_2016_Montr_eal.pdf

des médias et des journalistes. Une partie de la preuve échappe donc au plaignant. Michel Lemay, sur son blogue Wapizagonke, en fait une analyse très détaillée.

Et que dire d'une organisation privée qui est financée à plus de 60 % par les entreprises de presse, celles-là mêmes qui sont au banc des accusés ? Vous feriez confiance, vous, à un juge financé à 60 % par la partie qui vous affronte ? C'est devenu une parodie où la notion d'intérêt public n'est plus que prétexte. Et comme si ce n'était pas encore assez, certaines décisions prises en appel louvoient sérieusement avec les principes de l'appel en faveur de deux importants contributeurs financiers, dont l'un avait publiquement menacé de retirer son appui financier si la décision de la première instance était maintenue à l'égard de son journaliste. Cette nouvelle orientation qui prend ses distances du service public, le Conseil ne s'en cache nullement puisqu'il écrit sur sa page Web qu'il est un organisme privé, chose que nous n'aurions jamais osé affirmer à l'époque.

Dans un pareil contexte, faut-il se surprendre des motifs invoqués par TVA, à savoir que le Conseil ne représente que ses propres membres et non pas la société civile, ce qui en diminue largement la portée morale. La société civile doit se réjouir des récentes lois qui garantissent la protection des sources journalistiques. La quête d'information réalisée dans l'intérêt public se voit ainsi dotée d'un nouvel appui. Après le dépôt des recommandations de la commission Chamberland, Brian Myles, dans un éditorial, s'étonnait (ou se réjouissait) que l'on ait octroyé tant de privilèges aux journalistes sans exiger la création d'un ordre professionnel. L'allusion n'était pas anodine et soulève une question centrale en ce qui a trait à la garantie éthique nécessaire qui devrait normalement découler des nouveaux privilèges accordés au monde des médias.

Disons d'entrée de jeu que pas mal de monde en société protège le public et que la sempiternelle prétention des médias à sauver la démocratie, sans être totalement fausse, relève d'un abus de sens qui devient agaçant. La protection de la démocratie, c'est se faire élire, c'est faire des lois, les faire respecter, enseigner le sens de l'équité et de la justice aux plus jeunes comme aux plus vieux, c'est aussi payer ses taxes, éviter le travail au noir, c'est également la nécessité de sanctionner, mais aussi celle de sauver des vies, de soigner

des vies. Bref, la démocratie n'est pas l'affaire d'une caste ou d'un groupe, c'est tout le travail du vivre ensemble réalisé par chaque membre de la société. Autrement dit, si les médias prétendent protéger le public, qui protège le public des médias ?

Il est difficile de nier la pertinence de la question posée à la fin de la lettre d'opinion, mais avec un nouvel apport de deniers publics, elle devient incontournable. Crispation et intérêt public ne semblent pas faire bon ménage. Le lecteur pourra consulter à la fin de ce mémoire les diverses avenues que la société civile a formulées pour régler cet épineux problème.

La néfaste ingérence de l'état est souvent invoquée dans la négation de tout acte législatif. Cet argument a très peu résisté à l'examen du juge Leveson mandaté pour diriger une enquête (Leveson, 2012) sur toute la question déontologique à la suite d'un scandale sans précédent qui a éclaboussé le champ médiatique, politique et policier en Grande-Bretagne. Il consacre le chapitre cinq de son rapport à cette question en particulier. Le juge Leveson répond de la manière suivante à cet argument:

The first version of this argument posits that any change to the law by Act of Parliament to require or restrict any behaviour by the press, or to increase its accountabilities, regardless of the content or justification of any such change, is intolerable in a democracy as an act of state control. I understand this argument, but believe that it completely lacks merit. It seems to rely, at some level, on a mistaken conflation of state censorship with the ordinary democratic processes of making and applying statute law (Leveson, 2012; 67)

La première version de cet argument postule que toute modification de la loi par une loi du Parlement imposant ou limitant tout comportement de la presse ou augmentant ses responsabilités, indépendamment du contenu ou de la justification de tout changement de ce type, est intolérable en démocratie, un acte de contrôle de l'État. Je comprends cet argument, mais je crois qu'il manque complètement de mérite. Il semble s'appuyer, à un certain niveau, sur une confusion de la censure étatique et des processus démocratiques ordinaires d'établissement et d'application de la loi. (Google traduction)³²

³² Nous avons utilisé ce mode de traduction après avoir vérifié sa cohérence. Le résultat nous a semblé satisfaisant.

Leveson (2012) étayera son argumentation sur plusieurs pages, faisant valoir que la presse obéit déjà à de multiples impératifs de la loi, et cela va des lois sur la fiscalité jusqu'aux divers éléments du Code criminel. Les gens qui justifient le droit à protéger leurs sources du regard policier et juridique par la défense de l'intérêt public devraient être conséquents et accepter une contrepartie sociale aux privilèges qui leur sont accordés.

À cet égard, une autre conception erronée assez généralisée est d'imputer les impératifs déontologiques qu'aux journalistes. La déontologie journalistique doit s'appliquer à tous les artisans de production de la nouvelle. Le patron de presse comme le titreur, par exemple, ne devraient pas pouvoir déroger aux guides de bonnes pratiques. Mais, depuis quelques années, l'espace médiatique est occupé par une horde³³ de relationnistes. Ils produisent une information trop souvent orientée par l'organisme qui les contracte ou les engage. Il y a bien quelques écoles de formation qui encouragent d'abord l'intérêt public comme celle de l'Université du Québec à Montréal, mais elles sont loin d'être majoritaires. Il faut quand même admettre que les relationnistes fournissent de nombreuses informations utiles aux citoyens en alimentant les médias ou en s'affichant directement sur des sites Web. L'information gouvernementale en est un bon exemple. Dans l'esprit de notre argumentation, les relationnistes aussi devraient se doter d'une forme de vérification déontologique. S'afficher pour la défense de l'intérêt public est une chose, le garantir en est une autre.

³³ Pour une profession qui n'existait pas formellement il y a quelques décennies, au Québec par exemple, on compte maintenant six fois plus de professionnels des relations publiques que de journalistes.

Stéphane Baillargeon, Le Devoir, 4 octobre 2014
<https://www.ledevoir.com/culture/medias/420237/freres-ennemis>, consulté le 31 mars 2019.

VI Le Web 2.0³⁴ comme alternative ?

Mais le défi nouveau qui interpelle tous les acteurs de l'espace public est sans contredit les médias sociaux. Peuvent-ils devenir une alternative à la presse traditionnelle ? Dans une recherche, menée avec France Aubin (Corriveau, Aubin 2018), nous avons tenté de voir si le Web 2.0 pouvait compenser au verrou médiatique que sont les médias traditionnels. Pour mesurer cette hypothèse, nous avons pris l'information comme objet de recherche et nous nous sommes demandé si les médias sociaux permettent à un texte qui critique le droit à l'information et met en cause les assises des entreprises de presse d'avoir accès à l'espace public sans passer par les entreprises de presse. L'idée nous est venue justement parce qu'un texte improbatif envers les médias n'avait pas été accepté pour publication. La conclusion de notre évaluation du Web 2.0 est sans appel. L'accès à l'espace public d'un texte étant porteur d'une critique sociale de type universitaire par le biais des médias sociaux est loin d'être acquis. La pluralité des voix serait-elle réservée qu'aux discours complaisants, amusants ou spectaculaires ? Ces résultats nous ont fait produire une recommandation proposant que chaque société doive impérativement mettre sur pied un organisme appuyé par la société civile qui traite de l'examen des médias sociaux, de l'espace médiatique et de l'espace public. Le Web 2.0 ne peut donc être considéré actuellement comme une alternative aux carences informationnelles que nous avons identifiées.

Dans une autre recherche (Corriveau, Aubin 2016) nous avons examiné le potentiel des médias sociaux comme instance pouvant contribuer à l'imputabilité de l'espace médiatique. Nos travaux nous permettent d'en arriver à une conclusion forte. Le Web 2.0 n'a pas de code déontologique reconnu et ni appliqué par tous et les mesures récemment prises par Facebook, par exemple, pour garantir une forme d'éthique se sont révélées risibles. On se souvient du blocage de certaines toiles en raison de la nudité qu'on y retrouve, même si ces peintures sont ni plus ni moins des icônes civilisationnelles. Les initiatives de Facebook produisent des non-sens et traduisent des biais culturels

³⁴ Wikipédia donne une définition adéquate du Web 2.0. Disponible à https://fr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0. Consulté le 6 septembre 2018.

inadmissibles. Le monde des réseaux sociaux pourra-t-il survivre sans se donner des règles dans la manière d'informer ? La pollution physique de la planète sera-t-elle accompagnée d'une pollution tout aussi généralisée des idées ? Ce serait un cocktail explosif.

Mais il faut dire que l'adoption d'un cadre directif soumis à la discussion publique est une chose qui est déjà discutée sur le Web ; la Charte mondiale des médias libres³⁵ promulguée à Tunis en 2015 en est une illustration. Cette charte en son point no 3 réclame des cadres déontologiques démocratiquement établis. Le seul fait de décrier certaines mauvaises pratiques saura-t-il à lui seul jouer le rôle d'un code déontologique ? Le vivre-ensemble médiatique exige un certain nombre de règles à partir desquelles les dénonciations peuvent être faites. Le chacun pour soi n'est absolument pas viable. Pire encore, la dimension perceptuelle, ou l'effet de mode peut conduire à des condamnations outrancières. Le Far West déontologique ne conduit à aucune forme d'émancipation sociale. Le Web 2.0 peut devenir une formidable mécanique d'alerte, mais à cela certains préalables sont nécessaires. Il faut tout d'abord un cadre déontologique discuté publiquement, alors le Web 2.0 pourra jouer un rôle significatif. Ici tout reste à faire et le laisser-aller conduit à des excès inimaginables il y a encore quelques années. Il est indéniable toutefois que le Web 2.0 peut jouer un rôle formidable dans la diffusion d'information, la promotion de pratiques journalistiques responsables comme d'une gouvernance médiatique équitable ; voilà donc un autre chantier à entreprendre.

La plus grande force du Web 2.0 demeure sa capacité à exprimer le sentiment citoyen sans le filtre politique ni économique du pouvoir. Cette capacité ne sera effective que dans la mesure où le champ des opinions ne sera pas totalement colonisé au préalable par le pouvoir lui-même. Bien que l'espace individuel authentique soit toujours possible, le potentiel du Web 2.0 ne pourra s'exprimer vraiment que s'il est encadré par une démarche citoyenne. Si l'information est essentielle au monde vécu³⁶, la garantie qu'elle soit produite selon un cadre déontologique est loin d'être assurée et ce peu importe sa source.

³⁵ Document disponible à <http://www.fmml.net/spip.php?article139>. Consulté le 30 mars 2019.

³⁶ Pour une rapide explication conceptuelle voir Mari Cherba disponible à <http://com3109.pbworks.com/w/page/8622951/Jürgen%C2%A0Habermas-%C2%A0Monde%C2%A0vécu>. Consulté le 30 mars 20

VII De la publicité

Loin de s'éloigner de notre propos, la présente section s'intéresse à la source principale de financement des médias, soit la publicité. Si la crise de l'information que nous avons documentée dans un premier temps était liée aux adhérences du passé, le volet que nous comptons aborder maintenant se projette dans l'avenir. Aux carences de nos démocraties libérales pour informer s'ajoute un autre problème qui est lui aussi rattaché au revenu publicitaire. Les deux crises se mutualisent l'une et l'autre.

Les étudiants en communication sont toujours surpris lorsqu'on leur apprend qu'un média est toujours vendu deux fois, la première fois aux publicitaires et ensuite aux consommateurs. Ils apprennent aussi que les quotidiens sont plus volumineux le mercredi afin de pouvoir placer les annonces qui vont permettre le rituel d'achat de fin de semaine, rituel qui lui commence dès le jeudi. Dans un autre texte³⁷, nous avons détaillé la place capitale qu'occupe désormais la publicité dans l'existence du média. Sans publicité, nous l'avons dit, plus aucun média ne peut survivre, même les médias publics en sont désormais truffés. Cet incontournable économique aura des conséquences sur le contenu médiatique. Dans le cadre de nos travaux, nous avons rappelé diverses études (Hardy, 2014 ; Williams, 1990) qui démontrent que la publicité agit non seulement comme filtre de contenu, mais même comme forme de licence. En effet, Curran (1996) qualifiait le pouvoir des agences de publicité comme une forme d'attribution de « licence » en faisant référence à la sélectivité issue de l'impératif publicitaire pour les médias. La logique est toute simple, le média doit développer un auditoire compatible avec le marché que vise le publicitaire qui le fait vivre. Ainsi, de larges portions d'individus ne sont plus sous le radar médiatique et ne sont plus considérées comme des lecteurs ou auditeurs valables puisqu'ils sont trop précarisés financièrement pour aspirer à être des consommateurs potentiels. De larges strates de la population deviennent donc sans intérêt pour les médias. On ne crée pas d'émissions pour eux, pas plus qu'on leur donne l'information dont ils pourraient avoir besoin. Ce constat s'accommode mal avec une perspective citoyenne de l'information et plaide pour élargir le champ de l'intervention de l'État de manière à ce que chaque citoyen

³⁷ Cette section a été développée en détail dans Corriveau (2016).

possède l'information préalable nécessaire comme le disait Quéré (2000) afin de garantir une démocratie authentique.

À cette première forme d'influence de tendance de la publicité sur le contenu médiatique s'en substitue une autre peut-être beaucoup plus importante. Celle de la promotion d'un mode de vie nocif pour l'écologie planétaire. Il nous faut bien admettre qu'avec ses milliards de dollars de dépenses en Occident, le publicitaire est indéniablement celui qui fait le plus grand usage de la parole publique. À titre indicatif, notons que pour l'année 2018 *l'Advertising Expenditure Forecasts*³⁸ évalue à 579 milliards de dollars (US) la dépense publicitaire mondiale. Certains diront certes, mais en quoi est-ce un problème ? Le problème prend sa source dans le fait que la publicité doit promouvoir la consommation de manière toujours plus grande puisque c'est l'effort de vente de biens et services qui la fait vivre. Ce faisant, elle contribue à ce que (Pharo, 2018 ; Moati, 2016 ; Fossaert, 1983) l'on appelle la promotion de besoins stimulés.

Nous voilà bien loin comme l'expliquait Williams (1990) de la publicité comme régulateur de la production. Cette promotion constante de besoins stimulés par l'achat de biens qui sont loin d'être toujours essentiels constitue la base même de notre mode de vie occidental. Si cela nous comble à merveille dans l'immédiat, mais cela crée aussi un sérieux problème à moyen et à long terme. Les ressources de la planète ne peuvent soutenir un tel mode de vie et l'échéancier de la catastrophe annoncée se rapproche d'une année à l'autre³⁹. Giddens (1994, 2003) et Beck (2001) ont, dans leur réflexion sur la société du risque, plaidé pour la mise en place d'une société réflexive, c'est-à-dire une société capable d'assumer son mode de développement et apte à prendre les dispositions nécessaires afin d'éviter le risque de catastrophes. L'anthropocène qui est la première ère géologique créée par l'homme est désormais un fait historique dont les conséquences risquent d'être aussi

³⁸ Document disponible à <https://www.zenithmedia.com/wp-content/uploads/2018/03/Adspend-forecasts-March-2018-executive-summary.pdf>. Consulté le 31 mars 2019.

³⁹ L'agence indépendante *Global Footprint Network* calcule l'impact de divers modes de vie sur l'environnement. Elle compare la consommation annuelle de l'humanité et les capacités de la planète à restaurer ses ressources après cette consommation. Cette année nous avons épuisé les ressources de la planète dès le 21 août! Document disponible à <https://www.footprintnetwork.org>. Consulté le 31 mars 2019.

historiques. Le seul problème est que celles et ceux qui profitent de la situation actuelle risquent de ne pas subir les conséquences de leurs décisions ou des décisions qu'ils n'auront pas prises.

Beck (2001) mais surtout Giddens (2003) ont clairement démontré le rôle capital que doivent jouer les médias dans le changement de mentalité plus que jamais nécessaire à l'avènement d'une société réflexive. Le changement de mentalité doit venir du monde de l'éducation, plaident-ils, mais aussi sinon surtout de l'univers médiatique. Cette responsabilité des médias tient au fait, selon eux, que le jeune adulte aura passé beaucoup plus d'heures devant les médias⁴⁰ de toutes sortes que devant une classe qui leur apprendrait la citoyenneté responsable. On se doit d'admettre qu'au programme scolaire s'en substitue un autre beaucoup plus intensif et séduisant⁴¹, celui de la publicité médiatique. Ce « programme » porté par les entreprises de presse ne peut qu'offrir un mode de vie orienté sur la promotion du besoin stimulé puisque le discours publicitaire y est généralisé. C'est justement là que se situe la faille qui entrave la réflexivité. Les médias de par leur mode de fonctionnement ne peuvent mettre le discours sur les besoins stimulés de côté. Ce faisant (survie oblige), ils se trouvent à délaisser, marginaliser ou encore inonder de manière radicale tout autre discours qui voudrait faire la promotion d'une société réflexive axée sur une consommation réfléchie. On se doit d'admettre que les quelques appels à la réflexivité se voient noyés dans un océan publicitaire. Cette charge discursive se mesure en milliards de dollars comme nous venons de le dire. Comme discours alternatif à une consommation éclairée, c'en est un de taille. À ce chapitre, une solide éducation aux médias s'impose. Elle permettrait de compenser le cursus publicitaire orienté sur la surconsommation.

⁴⁰ Nous avons documenté le nombre d'heures que les jeunes passent devant les médias. (Corriveau, 2013). En 2010, l'exposition à tous médias confondus d'un jeune de 8 à 18 ans est de 8h33 par jour soit un total de 33 000 heures. C'est beaucoup plus que les 18 000 heures d'école. Huit ans plus tard cet écart a explosé en raison des la présence des médias sociaux. Anne-Isabelle Lévesque donne des conséquences de cette augmentation sur la santé mentale des jeunes. Document disponible à <http://rire.ctreq.qc.ca/2018/02/33835/>. Consulté le 31 mars 2019.

⁴¹ Voir le document intéressant intitulé *Les réseaux sociaux à la conquête des jeunes*, disponible à <https://ici.radio-canada.ca/premiere/emissions/l-heure-du-monde/segments/chronique/49923/reseaux-sociaux-jeunes-facebook-snapchat-instagram-twitter>. Consulté le 31 mars 2019.

Comby (2009, 2013), quant à lui, a examiné le discours journalistique sur les problèmes de l'environnement et a constaté des choses très intéressantes. Il a identifié une attitude culpabilisante des articles envers le lecteur tout en tenant un propos très aseptisé quant aux grands responsables politiques et industriels. Il y a de quoi se surprendre puisque 100 entreprises (presque totalement pétrolières) seraient responsables de 71 % des émissions globales de gaz à effet de serre⁴² ! Dans cette confrontation des discours, il nous est toujours apparu curieux de ne pas voir de plan de communication à l'échelle de pays ou de la planète tout entière pour que chacun puisse travailler, entreprises comme citoyens, à la limitation de gaz à effet de serre.

Il est clair que le discours publicitaire n'est pas univoque et certains messages publicitaires sont aussi d'intérêt public. Mais cet argument ne doit pas masquer la tendance lourde orientée vers la surconsommation. On le voit, le moteur du système médiatique possède un effet pervers qu'il devient de plus en plus difficile à occulter. Une chose devient évidente, il serait fort peu éthique d'envisager l'augmentation de la charge publicitaire comme solution à la crise financière des médias.

⁴² Tiré de *Carbon Disclosure Project* document disponible à <https://b8f65cb373b1b7b15feb-c70d8ead6ced550b4d987d7c03fcdd1d.ssl.cf3.rackcdn.com/cms/reports/documents/000/002/327/original/Carbon-Majors-Report-2017.pdf>. Consulté le 10 septembre 2018.

VIII L'information régionale pour éviter la fracture sociale

On se souvient des paroles de Robert Bourassa qui affirment avec force l'existence de la nation québécoise : « quoi qu'on dise et quoi qu'on fasse, le Québec est, aujourd'hui et pour toujours, une société distincte, libre et capable d'assumer son destin et son développement »⁴³. Les récents développements de l'information risquent de mettre à mal cette profession de foi historique. Encore une fois un rapide coup d'œil dans le rétroviseur n'est pas inutile.

Avec l'apparition de la télévision, un peuple a commencé à se reconnaître de manière symbolique au-delà de l'Église catholique. L'idée d'une nation refaisait surface dans des médias qui réfèrent à un passé commun et surtout dans une langue commune (téléromans, etc.). Quelques générations plus tard, dans un revirement comme seule l'histoire peut le faire, les médias sociaux sont venus changer la donne. Ne pouvant que se référer à une psyché américano-mondiale comme les entités qui la portent, les nouveaux médias ont mis de côté la notion de nation. On veut promouvoir un individu malléable qui ne se reconnaît que dans des amis souvent fictifs et dans l'acquisition amnésique de biens sans se poser de question sur qui les produisent, dans quelles conditions, et encore moins sur les conséquences écologiques de cette course au fantasme de l'objet. Dans cette promotion l'ego-roi, l'idée de nation risque de s'évanouir dans la consommation. Le lancement de la boutique Adidas, en anglais seulement, l'illustre assez bien. Les sociologues nous mettent pourtant en garde contre la délégitimation des niveaux organiques de solidarité sociale.

Le jugement de Thériault (2019) est catégorique et il emprunte à Habermas un bilan aussi synthétique que lapidaire.

Ce à quoi l'on assiste présentement, c'est à la porosité des multiples souverainetés de l'État-nation. L'État contemporain, rappelle Jürgen Habermas dans *Après l'État-nation*, est de moins en moins capable d'assurer sa souveraineté dans les grands domaines d'action qu'il contrôlait. 1) Quant à la mondialisation des risques et à la mobilité, il y a une perte du contrôle administratif et fiscal, 2) quant à la montée en

⁴³ Paroles prononcées à l'Assemblée Nationale du Québec le 22 juin 1990 à la suite de l'échec de l'accord du Lac Meech.

puissance d'organismes internationaux (juridiques ou politiques), il y a une délégitimation des souverainetés étatiques sur un territoire, 3) quant aux migrations et à l'individualisation, un déficit de capacité d'intégration culturelle se déploie, et 4) sur cette perte de capacité d'intégration culturelle se développe une crise de légitimité démocratique où le processus démocratique peut de moins en moins s'appuyer sur une homogénéité culturelle ou historique (un monde vécu traditionnel). (Thériault, 2019 ; 56)

Habermas résume bien tous les coups de boutoir que l'on assène à l'État. Cela ne sera pas sans conséquence et elles commencent à se faire sentir ici et là. Le Brexit est en partie redevable à ces mesures administratives et réglementaires supranationales que l'Europe a imposées à ses membres (Guilluy, 2018). Habermas parle aussi de la disparition de l'homogénéité culturelle et des difficultés que cela exerce sur le lien social. À bien des égards, le Québec vit un clivage significatif entre les régions et les grands centres, surtout entre Montréal et les régions. Depuis une décennie déjà plusieurs déplorent la *montréalisation* de l'information. Si l'on veut éviter une fracture sociale, il faudra non seulement que les régions disposent de modalités régionales d'information permettant une intelligence territoriale, mais également que les gens de la métropole aient accès à ce qui se vit ailleurs au Québec, au-delà des murs de la planète Montréal. Il faut éviter à tout prix l'éclatement social et le fractionnement de l'espace public. La France a connu un tel schisme et le résultat ne peut qu'inquiéter.

Guilluy (2018) pointe du doigt les principaux protagonistes de l'espace public comme responsables de cet éclatement social. Comme spécialiste de la géographie humaine, il a identifié l'accentuation de la disparition de la classe moyenne dans les régions françaises. Un tel clivage aura des conséquences sur le potentiel de développement des régions. Il porte un jugement sévère sur les élites intellectuelles et médiatiques.

Pendant que la classe médiatique et académique poursuit son entreprise d'occultation et/ou de minimisation du phénomène (disparition de la classe moyenne), le petit monde d'en haut, des élites, des classes supérieures, des métropoles sait désormais qu'il est entouré d'un monde périphérique majoritaire hostile et dont le poids s'alourdit au rythme de la sortie de la classe moyenne des catégories qui en faisaient partie (Guilluy, 2018 ; emplacement 277).

Guilluy (2018), ayant identifié la classe moyenne comme principal acteur de l'intégration des nouveaux arrivants, verra dans sa disparition un obstacle majeur à leur incorporation sociale, ouvrant ainsi la porte à la ghettoïsation et au communautarisme. Un certain discours des élites ne pourrait donc que contribuer au fractionnement social. Le dernier découpage électoral est-il l'illustration d'un processus similaire au Québec ?

Toujours sur la situation française, Rimbart (2019), quant à lui, met en lumière l'insensibilité d'une certaine élite vis-à-vis la difficulté de ceux que l'on identifierait en terme québécois du monde ordinaire.

Journalistes et experts n'ont-ils pas des décennies durant célébré les transformations qui ravageaient un monde ouvrier présenté comme dépassé et déphasé. (Rimbart, 2019 ; 4)

Les deux dernières citations soulèvent une question difficile à laquelle chacun aura sans doute une réponse différente. À la lumière de ce que nous venons de lire, il apparaît qu'en France une élite intellectuelle et médiatique se soit accaparée une vision du monde et que cette vision a négligé de prendre en considération les préoccupations du monde ordinaire. Une fracture sociale en aurait résulté, c'est en tout cas ce que les auteurs cités laissent entendre. Au Québec, sommes-nous dans une situation semblable ? Peu importe les réponses, cela soulève tout de même le danger que comporte la restriction des points de vue dans les mains de quelques individus ou groupes d'individus. Dans les régions l'expression « téléplateau » circule déjà depuis un bon moment. L'absence du point de vue des régions dans un écosystème médiatique concentré à Montréal constitue à cet égard une inquiétude légitime.

Contrairement à ailleurs, plusieurs partis politiques prétendent se porter à la défense de la classe moyenne et de ses préoccupations. Peut-être éviterons-nous le clivage vécu en France et dans d'autres pays d'Europe ? Dans la structure de mondialisation actuelle, il semble évident que très peu d'instances peuvent protéger la classe moyenne. Le seul outil

dont nous disposons réellement est le domaine politique. Il est ironique de constater que cette idée de nation tant honnie par une certaine presse a pourtant été porteuse de mesures sociales les plus progressistes (assurance médicaments, automobile, CPE, etc.). Ces mesures profitent encore aujourd'hui aux plus fragiles d'entre nous qui sont souvent, par ailleurs, les nouveaux arrivants.

Sans la contribution des médias, l'idée de nation portée notamment par sa langue risque de ne plus trouver la cohérence nécessaire et laisser le champ libre à des forces économiques qui, on le sait, prennent souvent les ressources, épuisent le sol, l'air et l'eau, puis déménagent. La dénationalisation du Québec n'est pas une exception, elle est devenue la norme. Pour éviter ce clivage social on doit favoriser une réappropriation des territoires par une intelligence collective. Il importe donc qu'une pluralité des points de vue bidirectionnels puisse s'exprimer dans l'espace public entre Montréal et les régions. La télévision d'État québécoise semble toute désignée pour relever ce défi.

Comme premier réalisateur de la régionalisation de l'ancêtre de Télé-Québec, faut-il se surprendre que je considère que ce qui s'y fait est très bien, mais que le soutien financier lui manque gravement pour faire autre chose ? Ce concept de nation s'incarne grâce à une information expliquée et discutée non seulement en région, mais partagée à l'ensemble du Québec. Ce partage est nécessaire à la cohésion nationale et indispensable à son développement. On s'ennuie d'un *Maisonneuve à l'écoute*. C'est bien dans la contribution de tous, celles et ceux qui y vivent, qu'une nation prend forme. Un peuple est toujours composite et n'est pas la propriété d'un seul parti. L'urgence pour sauver les médias ne doit pas devenir que l'urgence financière de quelques-uns, mais bien celle d'une volonté de maintenir une information autorisant une intelligence territoriale. À cet égard, venir à la rescousse de l'information régionale et des médias régionaux est impératif, car dans ce vacuum de références partagées, le Québec risque de ne plus s'expliquer à lui-même, ses frontières psychologiques s'effacent. Si par malheur nous ne savions plus qui nous sommes, personne ne pourra le savoir à notre place.

IX Les solutions

Après plus d'un siècle où les assises de l'information ont gravité autour du même principe, la colonisation des esprits nous empêche peut-être de nous imaginer autrement. Il n'est pas simple de modifier un état de situation dans un contexte global où nombre de personnes, très souvent victimes de violence symbolique, acceptent la situation présente. Des pistes furent toutefois lancées, elles méritent d'être explorées. Dans cette section, nous n'avons pas voulu faire la synthèse des propositions qui circulent actuellement puisque les tenants de ces propositions viendront sans doute exposer leurs propres points de vue. C'est le cas, pensons-nous, de la Fédération nationale des communications, par exemple.

Notre sélection s'est effectuée d'abord selon une certaine chronologie pour voir les contributions évoluer dans le temps. Nous avons aussi donné une place privilégiée au Québec. Plusieurs des propositions retenues sont celles qui s'appuient sur de grandes enquêtes. Nous avons ajouté à cela des textes contemporains pour illustrer les tendances actuelles. Nous tentons de résumer tout cela dans les tableaux suivants.

UPTON SINCLAIR

LA FABRIQUE DES IDÉES, *The Brass Check. A Study of American Journalism*, autopublication, Pasadena, 1919. (p.372 et suivantes et 401et suivantes)

Sinclair propose :

1. Une loi qui défend de falsifier les messages télégraphiques ou câblés.
2. Il prône la propriété publique (État, municipalités, etc.) des moyens de production.
3. L'État devrait assurer la distribution et l'impression des journaux.
4. Pour la publication, il opte pour une démarche plus individuelle laissant place à l'initiative personnelle.
5. Il propose aussi la fondation d'un hebdomadaire consacré uniquement à la nouvelle, n'ayant ni publicité ni texte éditorial, exempt de toute propagande.

Commentaires

Avec le recul du temps, on constate que certains progrès ont pu être faits. Nous ne

dépendons plus que d'une ou deux sources d'information (télégraphe ou câble) bien que cela ne nous garantisse pas toujours une couverture exempte de biais idéologiques voire de falsification de la réalité. On dénote aussi un engouement chez Sinclair envers la propriété étatique des médias, voyant cette option comme une panacée. Cet engouement est aujourd'hui beaucoup plus limité. On doit se féliciter toutefois d'avoir de la radio et de la télévision publique de grande qualité. Mais le biais fondamental signalé par Sinclair demeure d'une cuisante actualité.

The difference is that today the world's resources are in the hands of a class, and this class has a monopoly of self-expression. The problem of transferring such power to the people must be studied as the whole social problem, and not merely as the problem of the press.

Sinclair, 1919; 373

La différence est qu'aujourd'hui, les ressources du monde sont entre les mains d'une classe et que cette classe a le monopole de l'expression de soi. Le problème du transfert de ce pouvoir au peuple doit être étudié comme un problème social dans son ensemble, et pas simplement comme un problème de presse.

(Google traduction)

L'accès à l'espace public, qui se trouve indirectement réclamé ici, pose en effet toujours problème.

ARMANDE ST. JEAN, BÉDARD, J. P., LECLERC, J. C., DEMERS, F., PICHETTE, H.
DÉSILETS, E., PICHETTE, M., DUBUC, J. G., RAUDSEPP, R., FORTIN, P.
Comité-conseil sur la qualité et la diversité de l'information
Rapport final, Tome 1, (synthèse, p. 31)
Les effets de la concentration des médias au Québec : Analyse et recommandations, Janvier 2003.

RECOMMANDATIONS

CONCENTRATION

1. Adoption de mesures de vigilance :
 - a) étude systématique des transactions.
 - b) modification à la loi sur la Caisse de dépôt et placement.
 - c) examen public des transactions touchant les médias bénéficiant du Fonds d'aide à l'information.
2. Audiences publiques de la Commission de la culture
Audiences à intervalle régulier sur le droit du public à l'information, la concentration et les autres aspects de l'information.
- DISPOSITIONS GÉNÉRALES
3. Adoption d'une Loi sur l'information
Pour affirmer le droit du public à l'information et poser des obligations à l'État, aux journalistes et aux entreprises :
 - a) déclaration de principes et engagement public,
 - b) déontologie : adopter un code et le rendre public,
 - c) transparence : administrateurs et gestion
4. Création d'un Conseil de l'information
– conseil d'administration multipartite

– place prépondérante aux membres du public
– financement assuré par l'État
– mandats multiples : greffe, observatoire, éducation aux médias et gestion du Fonds d'aide à l'information
5. Élaboration d'une Charte de l'information
6. Vérification de la conformité des codes de déontologie avec la Charte de l'information

AUTORÉGLEMENTATION DES ENTREPRISES

7. Obligation de garantir l'autonomie des salles de rédaction :
 - contrat du directeur de l'information
 - rapport annuel à déposer au Conseil de l'information
 - médias communautaires et indépendants : cadre plus strict

DÉONTOLOGIE DES JOURNALISTES

8. Obligation d'élaborer un code de déontologie conjointement avec chaque entreprise

RECOURS

9. Nécessité d'un tribunal d'honneur multipartite, indépendant et autonome comme mécanisme de recours pour le public ; instance appropriée : le Conseil de presse du Québec
10. Adhésion obligatoire au tribunal d'honneur, financement accru et participation de l'État au financement au nom du public

FONDS D'AIDE

11. Création d'un Fonds d'aide à l'information à partir de mesures compensatoires sur la publicité pour soutenir et susciter les initiatives régionales en matière d'information.

CONCLUSION

12. Campagne d'information et vaste consultation publique. Ce rapport doit être rendu public le plus rapidement possible.

Commentaires

C'est une réponse très complète aux divers problèmes liés à l'information. L'information comme élément central d'une démocratie est ici vraiment prise au sérieux. Pour la première fois, le Québec se voit doté de propositions structurées qui s'adressent à diverses facettes de la problématique liée à l'information. Il est surprenant de voir qu'aucune de ces recommandations ne fut jamais mise en place. Cela laisse passablement songeur quant à l'influence des entreprises de presse. Pourtant la crise actuelle que vivent les principaux médias ouvre la voie à la redécouverte de ces propositions et à leur mise en œuvre. La plupart des recommandations nécessitaient l'intervention de l'État. Est-ce le signe des temps ou déjà le rôle de l'État devenait incontournable ?

LEONARD DOWNIE, JR., AND MICHAEL SCHUDSON
The Reconstruction of American Journalism
Reconstruction — October 19, 2009, 11:00 AM
http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php

- 1) La survie de l'information locale (tous médias confondus) est une grande préoccupation et demeure un défi de taille.

On propose que :

- a. Les organisations locales s'associent avec les journaux (*complete and collaborate*).
 - b. Les médias publics effectuent un changement de culture drastique de manière à améliorer la couverture locale d'information.
- 2) Les auteurs prétendent avoir vu, dans la production de la nouvelle aussi bien que dans les anciennes organisations, des pistes pour la reconstruction du journalisme. Ces pistes sont :
 - a. Profiter des avantages qu'offre le numérique pour les médias traditionnels et les nouveaux médias (Voice of San Diego qui est centré sur la nouvelle locale).
 - b. Améliorer la collaboration entre les divers journaux, les organisations d'information à but non lucratif, les universités (Le Tampa Bay Times appartient au Poynter Institute), les blogueurs et avec leur public.
 - 3) Le modèle du National Public Radio (NPR) qui est à but non lucratif est à retenir. L'émission *Morning Edition* possède une cote d'écoute de 12 millions d'auditeurs et fournit des émissions nationales et internationales à 800 radios publiques aux États-Unis.
 - 4) Encourager une contribution accrue du milieu universitaire, des écoles de journalisme, mais aussi d'autres disciplines en prenant comme exemple des étudiants au doctorat en linguistique qui ont créé le site *GovTrack.us* qui inventorie les votes du Congrès américain.
 - 5) Contribution accrue des fondations et des organisations philanthropiques qui soutiennent la production de la nouvelle.
 - 6) Une contribution accrue des citoyens qui s'impliquent dans la production de la nouvelle par des organisations à but non lucratif

Sans le rappeler spécifiquement dans leur conclusion, les auteurs mettent en exergue dans leur texte que la *Federal Communications Commission* (FCC) a appuyé la circulation de l'information d'intérêt public là où le marché ne pouvait la soutenir, ils soutiennent que l'information locale devrait bénéficier d'un même appui.

Commentaires

Ces propositions font suite à une longue analyse de la situation des médias aux États-Unis. On note, comme au Québec, de sérieuses carences au sujet de l'information locale, mais la situation diffère à divers égards, notamment au chapitre de la donation privée et de la participation collaborative des médias. Les auteurs émettent des recommandations qui n'interpellent pratiquement jamais la contribution de l'État. Il y a une trace culturelle assez prononcée à cet égard. On note aussi un sens d'économie des moyens qui est présent dans ces recommandations, un désir de ne pas gaspiller les énergies et une volonté de mutualiser les efforts, c'est très pragmatique. L'évolution de la Presse Plus semble tirée des recommandations de ce rapport. Mais la tradition caritative du Québec risque de privilégier la fondation de l'Hôpital Saint-Justine bien avant de faire vivre des journalistes assez chèrement payés avec un fonds de pension appuyé par une méga entreprise financière. L'appel à l'implication des universitaires ne devrait pas laisser le milieu insensible.

CONTRIBUTION À L'OUVRAGE COLLECTIF 2012 :
LES SOCIOLOGUES S'INVITENT DANS LE DÉBAT.

Extrait du Acrimed | Action Critique Médias, Transformer les médias
<http://www.acrimed.org/Transformer-les-medias>, Date de mise en ligne : lundi 25 février 2013

CONSTITUER ET CONSTITUTIONNALISER UN CONSEIL NATIONAL DES
MÉDIAS

- 1) Régulation de l'ensemble du secteur des médias et notamment de l'application des dispositions législatives, de l'élaboration des dispositions réglementaires et de l'affectation des ressources publiques. Bref, de la mise en œuvre de l'ensemble des dispositions qui suivent.

CONTRECARRER LA CONCENTRATION ET LA FINANCIARISATION DES MÉDIAS

- 2) Mesures législatives pour abaisser le seuil des concentrations monomédias ou multimédias.
- 3) Interdire le contrôle des actifs médiatiques par des firmes qui sont largement présentes dans d'autres secteurs d'activité économique et, en particulier, par des firmes qui dépendent de l'obtention de marchés publics. (Bouygues, Dassault et Lagardère).
- 4) S'opposer à toute nouvelle privatisation des médias publics et des infrastructures de télécommunication, mais également de remettre en cause les privatisations déjà réalisées
- 5) S'opposer à toute prise de contrôle des médias de masse par des fonds de pension ou des groupes et conglomérats multinationaux.
- 6) Limiter l'ampleur des financements par la publicité en réduisant la surface ou la durée des messages publicitaires.

CONSTITUER UN SERVICE PUBLIC DE L'INFORMATION ET DE LA CULTURE

- 7) L'information et la culture sont des biens communs. Ils ne peuvent le rester ou le devenir qu'à condition que l'ensemble de leurs moyens de production et de diffusion fassent l'objet d'une appropriation démocratique qui donne la priorité à des médias sans but lucratif (publique ou coopérative).
- 8) Cette appropriation publique devrait inclure l'AFP et les infrastructures techniques des télécommunications. Déprivatisation de TF1. Intégration de l'audiovisuel extérieur (RFI et France 24) à France Télévisions ; l'abrogation des décrets sur l'externalisation de la production et l'abandon de tous les droits dérivés et augmentation progressive de la redevance qui serait rendue proportionnelle aux revenus.
- 9) Limitation de l'aide gouvernementale à la presse écrite aux seuls médias à but non lucratif.

GARANTIR LES DROITS DES JOURNALISTES, DES CRÉATEURS ET DES USAGERS

- 10) Revue de l'ensemble des textes législatifs qui limitent le droit d'auteur, annexion des codes de déontologie aux conventions collectives et prises en considération (titre consultatif) des usagers.

Commentaires

La différence entre ce texte et le précédent est frappante. Ici, c'est uniquement une intervention de l'État qui est prônée. Des gestes forts sont réclamés, comme la déprivatisation de certaines entreprises médiatiques, par exemple. Il est aussi à noter que la limitation du rôle de la publicité constitue une première, cela présuppose toute une analyse macro-économique du financement des médias. Libérer l'information du joug financier constitue un élément de force de cette déclaration.

RAYMOND CORRIVEAU ET GUILLAUME SIROIS

Dans les suites de *L'information; la nécessaire perspective citoyenne*, PUQ, 2012 (Conclusion, p.117 et suivantes)

ENTREPRISES/ÉTATS

Production de nouvelles	Production d'information	Valorisation de l'information	Circulation d'information
Journalistes		Relationnistes	
Formation obligatoire à la déontologie dans les cours		Formation obligatoire à la déontologie dans les cours	
Formation des journalistes et des cadres pour les médias communautaires et autochtones			
Ordre professionnel – formation continue – comité de discipline		Ordre professionnel – formation continue – comité de discipline	
Amélioration du statut de journaliste (+ \$ - précaire)		Respect des directives de l'Ordre	

ACTIVITÉS RÉGLEMENTAIRES

Québec	Ottawa
– Étanchéité des salles de nouvelles	– Étanchéité des salles de nouvelles
– Limite à la convergence	– Limite à la convergence
– Redistribution satellitaire régionale	– Redistribution satellitaire régionale
– Quotas régionaux de nouvelles	– Quotas régionaux de nouvelles
– Loi sur le statut des pigistes	– Fiscalité favorisant le journalisme en région
– Éducation aux médias dans le cursus du secondaire	– Le WEB haute vitesse devient une obligation ou un service public
– Création d'agences régionales d'information pour valoriser le développement régional (idéalement sous forme coopérative entre ministères, secteurs privé et public)	– Patrimoine canadien (\$ aux périodiques) Ouvre des programmes pour favoriser le développement de l'information régionale
– Refocalisation de Télé-Québec * Territoire du Québec * Multi plates-formes * Orienté sur la nouvelle	
– Soutien accru aux médias communautaires *contre l'effet « trou de beigne » des grandes agglomérations *contre la répartition marchande de l'information sur le territoire	
– Observatoire redevable annuellement à l'Assemblée nationale * transactions * opérations * contrôle * rapports des ordres	
– Reformulation du CPQ en tribunal administratif (entreprises)	

Commentaires

Ces propositions furent énoncées dans un ouvrage paru en 2012, mais elles s'inspirent fortement de l'enquête tenue par le Conseil de presse en 2008. Les suites à donner à cette tournée furent toutefois contrecarrées par les entreprises de presse privées comme publiques. L'approche ici postule qu'aucun geste législatif ne pourra survivre à la pression des entreprises de presse. Toutes les propositions s'inscrivent donc dans des entités juridiques déjà existantes ou qui sont sous le potentiel réglementaire gouvernemental déjà en place. L'accent est mis sur l'information sous toutes ses formes et non sur le seul renflouement des médias.

PAYETTE, DOMINIQUE, ANNE-MARIE BRUNELLE ET VÉRONIQUE LABONTÉ,
 (2010). *L'information au Québec : un intérêt public*, Québec, Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec, p.77 et suivantes.

NOUVEAU MODÈLE DE RÉGULATION	AUGMENTER L'OFFRE D'INFORMATION	
Statut des journalistes /indépendant	Déontologie (CPQ) Privilèges professionnels (Priorité vs accès à l'information, déductions fiscales, etc.	Formation continue, notamment au chapitre de la langue française
	Fonds du journalisme [provenant de la TVQ]	Soutien au journalisme d'enquête
État	Conseil de presse [\$]	Tribunal d'honneur Publicité et \$ de l'État réservé aux membres
	Médias communautaires + 10-15 % \$	
Modification et généralisation de la Loi sur la presse Modernisation de la loi sur le travail [briseurs de grève]	Comité pour tirer profit du potentiel de soutien par la publication des avis publics.	
Crédit d'impôt pour l'embauche de journalistes professionnels Modifier diverses lois pour faciliter l'accès à l'information [incluant le volet municipal]	Cocktail législatif obligeant les municipalités à la transparence Télé-Québec [revoir mandat et financement]	Favoriser la coopération des médias locaux Réseau d'information avec l'infrastructure de TQ
Cybergouvernement [comité pour implanter]	Développer un plan numérique	Plusieurs mesures pour généraliser l'accès au WEB haute vitesse. Soutien accru aux organismes en alphabétisation numérique Reconnaissance du journalisme numérique Bourse pour étudiants en région éloignée et abonnement incitatif
Formation à la déontologie et éducation aux médias dans les cursus scolaires conséquents Création d'un laboratoire de recherche sur l'information et les pratiques journalistiques disposant de fonds publics récurrents	Meilleure intégration au milieu professionnel [stage, conférences, etc.]	

Commentaires

De manière très succincte, retenons quelques pistes sur la cinquantaine de recommandations émises. Une des idées centrales est d'accorder un titre de journaliste professionnel selon une procédure rigoureuse. Un tel statut entraîne plusieurs obligations, notamment à l'égard des divers paliers gouvernementaux. L'accès à l'information doit être assuré au niveau municipal, national, des palais de justice, etc. Toute une série de gestes corollaires en découle également au chapitre du Conseil de presse aussi bien que de la Fédération professionnelle des journalistes. Ce statut devient le pivot de diverses obligations réciproques qui visent toutes à améliorer la situation de l'information au Québec. Comme nombre d'autres l'ont dit avant, on souhaite un Conseil de presse renforcé. La pratique des services de l'État est aussi revue, notamment par l'examen de la publication des avis gouvernementaux de manière à en optimiser l'impact économique. Une autre piste envisagée est l'utilisation de l'argent déjà dépensé en publicité par l'État pour encourager les entreprises de presse à participer au Conseil de presse. L'idée étant bien sûr de ne pas avoir à déboursier de l'argent frais comme incitatif. Ici encore, l'État est mis à contribution pour les secteurs précaires. Signe des temps, la question du numérique occupe une plus grande place dans le cadre des propositions. Une fois de plus, le rapport ne semble pas avoir ébranlé les colonnes du temple médiatico-étatique.

Notons au passage que le rapport du juge Leveson [2012] donne les balises d'un renforcement nécessaire à l'établissement d'un conseil de presse authentique.

CHRISTINE SAINT-PIERRE
« Pour une information au service de l'intérêt public »

Décembre 2011

Commentaires

Cette dernière référence peut vous sembler un peu curieuse. Elle veut souligner qu'en 2011, après la publication du rapport Payette, la ministre de l'époque, Mme Saint-Pierre avait effectué une tournée panquébécoise au sujet de l'information. Le rapport de cette tournée ne fut jamais publié. Non seulement on ne met pas en place les mesures proposées, mais nous en sommes au point où on ne propose plus rien !

PIERRE RIMBERT

« Projet pour une presse libre », <i>Le Monde diplomatique</i> , décembre 2014, pp.20-21
--

- 1) Distinguer clairement les écrits d'intérêt général et la presse commerciale [critères objectifs et solides].

POUR LES ÉCRITS D'INTÉRÊT GÉNÉRAL

- 2) Les éditeurs d'intérêt général sont à but non lucratif [pas de redevances aux actionnaires].
- 3) Interdiction de posséder plus qu'un titre dans un domaine [Presse, site Web, presse électronique, etc.].
- 4) Interdiction de publicité.
- 5) Création d'un service mutualisé de production et de distribution de l'information : presses collectives, serveurs partagés, service de distribution mutualisée, services administratifs, comptables, juridiques, plate-forme commune d'abonnement, agence de presse — France Presse —, etc. [la masse salariale du média ne serait que journalistique].
- 6) Cotisation sociale « Information » versée avant prélèvement du salaire.

Commentaires

On peut s'étonner de la proposition de Rimberty, mais à partir du moment où dès le départ, il établit une distinction capitale entre les écrits d'intérêt général et la presse commerciale, sa logique tient la route. Ici encore on retrouve le souci d'une économie d'échelle par la création de services mutualisés. L'idée n'est pas aussi saugrenue qu'on le pense, la Presse canadienne fonctionne sous ce principe. Ici encore l'État doit jouer un rôle au chapitre de l'application de certaines interdictions, mais aussi en prélevant la fameuse cotisation sociale à la communication. Lorsque l'on voit la timidité des mesures proposées au Québec et pourtant non appliquées, la faisabilité de telles propositions nous paraît faible. L'idée de distinguer les écrits d'intérêt général et ceux de la presse commerciale ne devrait toutefois pas sombrer dans l'oubli.

JULIA CAGÉ					
<i>Sauver les médias ; capitalisme, financement participatif et démocratie, Paris, Seuil, La République des idées, 2015. [chapitre 3]</i>					
		Société par actions	*Société de Média	**Société de Média [avec avantages fiscaux]	
	Participation \$	% vote	% vote	Participation \$	% vote
FONDATEUR # 1	400 000	20 %	14 %	500 000	14 %
FONDATEUR # 2	400 000	20 %	14 %	500 000	14 %
FONDS INVESTISSEMENT	1 000 000	50 %	40 %	0	0
SALARIÉS [40 salariés x 5 000]	200 000	0,25 % [10 %]	16 % [Société de salariés]	40 x15 000 600 000	31 %***
FINANCEMENT PARTICIPATIF [2 000 participants x 100]	200 000	0 % [sous le seuil]	16 % [Société de donateurs]	6 000 participants x 100 600 000	41 %
TOTAL	2 200 000			2 200 000	

*Suppose une mécanique de délégation.

**Avec des avantages fiscaux, il serait possible d'augmenter ces 2 types de participation et d'éliminer le fonds d'investissement.

*** Suppose des règlements visant la valorisation du financement participatif.

Diminution régressive du droit de vote au-delà de détention de 10 % du capital.

Le simulateur : <http://sauver-les-medias.com>

Commentaires

Cagé prend une tout autre avenue, elle tente de sauver la presse en s'adaptant au modèle économique actuel. L'examen de sa proposition révèle la nécessité d'obtenir, au préalable, des modifications législatives (diminution régressive du droit de vote en fonction du capital investi, bénéfices fiscaux, etc.). Si l'idée semble séduisante, elle repose sur certains postulats non encore démontrés, pensons à la capacité financière des fondateurs et au potentiel du financement participatif à une pareille échelle, par exemple. Pour le Québec, en tout cas, la chose semble difficile.

X En guise de conclusion

À la lecture de l'ensemble des propositions de solutions, il est évident que l'État doit jouer un rôle quant à la mise en place des moyens pour assurer le droit fondamental à l'information. La crise actuelle des médias soulève à nouveau cette question. Il serait injustifiable toutefois que les solutions envisagées n'engagent le gouvernement du Québec que dans une assistance financière à certains grands groupes de presse. Les solutions à la crise des médias nous les connaissons et le citoyen québécois a déjà payé pour les avoir. Les solutions doivent être multiples, orientées vers plus d'un acteur, profitables à l'ensemble des citoyens du Québec, et ce dans un esprit d'efficacité. Pensons ici à toutes les recommandations du rapport St-Jean pour ne nommer que celui-là. Si les rapports produits dans le cadre des enquêtes publiques vont dans tant de directions, c'est tout simplement qu'il y a un sérieux ménage à faire.

Toute la question de l'accès à l'information doit être revue, et ce, de la simple municipalité jusqu'à l'ensemble de l'appareil gouvernemental de l'État québécois. Les journalistes doivent avoir des privilèges pour exercer leur métier comme l'indique le rapport Payette, mais les journalistes ont à aussi de sérieuses questions à se poser. Qui sont-ils en premier lieu ? Quels sont les pouvoirs dont ils ont besoin et surtout quelles garanties déontologiques peuvent-ils offrir à la population pour exercer adéquatement ces privilèges ? L'absence de paramètres rigoureux dans l'exercice de la profession journalistique est devenue insoutenable. Le rôle accru des relationnistes dans la mécanique informationnelle rend leur position tout aussi injustifiable.

Les pratiques sociales au temps du numérique ont bousculé l'industrie de la presse. L'univers de la presse écrite aussi bien qu'électronique a connu une migration et un reformatage des contenus sur des supports numérisés. Les réseaux sociaux ont accentué davantage l'éclatement des modèles classiques d'audience (Payette, 2011 ; Brin et Saint-Pierre 2013). Cette métamorphose de la pratique médiatique s'est déroulée sur un fond de crise économique générée par l'abstraction spéculative/titrisation (Michel, 2013). Cette crise allait ralentir de façon drastique le marché publicitaire (Newspaper Death Watch, 2016 ; Cayouette, 2015). L'effet combiné de ce ralentissement au déplacement de l'offre publicitaire vers les nouveaux médias numériques a bouleversé les médias d'information traditionnels. Ces bouleversements ne suffisent cependant pas à éliminer ni à compenser les grandes contradictions sur lesquelles repose le droit à l'information

(Payette, 2015 ; Corriveau 2012). Cette crise a tout de même le mérite de mettre en lumière le dysfonctionnement structurel de l'information dans la démocratie libérale, et c'est bien à cela qu'il faut s'attaquer.

Raymond Corriveau

RÉFÉRENCES

- ACRIMED. (2013). *Transformer les médias*. Repéré à [http : //www.acrimed.org/Transformer-les-medias](http://www.acrimed.org/Transformer-les-medias), Consulté le 4 septembre 2018.
- Beck, U. (2001). *La société du risque : sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Aubier.
- Bernier, M.F. (2004). *Éthique et déontologie du journalisme*, Québec, Presses de l'Université Laval (PUL).
- Bertacchini, Y. (2004). Entre information et processus de communication : l'intelligence territoriale, *Humanisme et entreprise*, n° 267, 1-17.
- Bourdieu, P. (1977). Sur le pouvoir symbolique, *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, vol. 32, no 3, 405-411.
- Burt, R. S. (2005). *Brokerage and Closure: An Introduction to Social Capital*, Oxford, Oxford University Press.
- Comby, J.-B. (2009). Quand l'environnement devient médiatique, *Réseaux*, Vol. 5, no 157-158, p. 157-190.
- Comby, J.-B. (2013). Les journalistes, l'écologie et le capitalisme dans Les journalistes, l'écologie et le capitalisme — Acrimed | Action Critique Médias, 16 septembre, p. 1-8. Publié en ligne. Disponible à <http://www.acrimed.org/article4139.html>. Consulté le 4 septembre 2018.
- Corriveau, R., Aubin, F. (2019). Les médias sociaux et l'accès à l'espace public. Actes du colloque *Numérisation généralisée de la société : acteurs, pratiques, discours et enjeux*, à paraître.
- Corriveau, R. (2017). Le droit à l'information ; un colosse au pied d'argile. *Les cahiers du CRICIS*, Numéro spécial, 2017-1, [Méta] morphoses numériques de la culture et des médias : quelques pistes de réflexion, 160-175. 2017. Repéré à http://www.cricis.uqam.ca/wp-content/uploads/2017/10/Cahiers2017_VF.pdf. Consulté le 10 septembre 2018.
- Corriveau, R., Aubin, F. (2016). L'imputabilité des médias et les leçons de l'histoire. Dans Bernier, M.F. (dir.), *Le cinquième pouvoir : La nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics* (p.63-89). Québec, PUL.
- Corriveau, R. (2016). L'éducation aux médias : entre nécessité et contradiction. Dans Landry, N. et Lettelier, A.S. (dir.), *Éducation aux médias : fondations, enjeux et politiques*, (p.133-146). Montréal, Presses de l'Université de Montréal (PUM).
- Corriveau, R. (2015). Quand les entreprises de presse font la sourde oreille. Dans George, E. (dir.), *Concentration des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information* (p.249-268). Québec, PUL.
- Corriveau, R. (2013). L'universitaire et la parole publique ; entre risque et nécessité. Dans Létourneau, A. (dir.), *L'universitaire et les médias : une collaboration risquée, mais nécessaire*, p. 23-38. Montréal, Liber.

- Corriveau, R. et Sirois, G. (2012). *L'information ; la nécessaire perspective citoyenne*, Québec, Presses de l'Université du Québec (PUQ).
- Curran, J. (2014). Mass Media and Democracy Revisited dans *Mass Media and Society*, Arnold, 1996, cité dans *Mass Media and Society* de HARDY, Jonathan, *Critical Political Economy of the Media*, Routledge.
- Fossaert, R. (1983). *La société : les structures idéologiques*, Paris, Seuil.
- Gibson, J.. J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*, Boston, Houghton-Mifflin.
- Giddens, A. (1994). *Les conséquences de la modernité*, Paris, L'Harmattan.
- Giddens, A. (2003). *Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives*, Routledge, New-York.
- Guilluy, C., (2018). *No Society: La fin de la classe moyenne occidentale*. Paris, Flammarion.
- Habermas, J. (1962). *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot.
- Hardy, J. (2014). *Critical Political Economy of the Media*, New York, Routledge.
- Landry, N. (2013). *Droits et enjeux de la communication*, Québec, PUQ.
- Leveson, H.L. (2012). *An Inquiry into the Culture, Practices and Ethics of the Press*. London, Britain: The Stationery Office.
- Martel, M. E. (2018). *Extinction de voix*, Montréal, Somme toute.
- Mattelart, A. et Mattelart, M. (2004). *Histoire des théories de la communication* (3^e ed.), Paris, La Découverte.
- Moati, P. (2016). *La société malade de l'hyperconsommation*, Paris, Odile Jacob.
- Pharo, P. (2018). *Le Capitalisme addictif*, Paris, Presses universitaires de France (PUF).
- Quéré, L. (2000). Au juste, qu'est-ce que l'information ?, *Réseaux*, vol. 18, n° 100, 331-357.
- Randal, S. (2016). Le principe d'impartialité, *Manière de voir 146*, Paris, Le Monde diplomatique, p. 80-81.
- Riendeau, V. (2017). La protection des sources journalistiques à l'étranger, dans Commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques, *Les Publications du Québec*.
- Rimbert, P. (2019). Un mot qui signifie « panique » dans *Tous Populistes !*, Le Monde diplomatique, Manière de voir, Numéro 164. Bimestriel. Avril-mai, p.4.
- Thériault, J. Y. (2019). *Sept leçons sur le cosmopolitisme ; Agir politique et imaginaire démocratique*, Montréal, Québec Amérique.

Wagner, A-C. (2018). Champ, dans Les 100 mots de la sociologie, *Sociologie* [En ligne], mis en ligne le 01 février 2016. Disponible à <http://journals.openedition.org/sociologie/3206>. Consulté le 31 mars 2019.

Williams, R. (1990). Publicité : le système magique, *Réseaux*, Vol. 8, n°42, p 73-95.
