



Communications et Société

Mémoire

Mémoire présenté par *Communications et Société*

dans le cadre de la consultation publique

« Pour une information au service de l'intérêt public »

du Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine

Le 26 septembre 2011

PRÉSENTATION DE COMMUNICATIONS ET SOCIÉTÉ _____	3
Histoire et mission de l'organisme _____	3
Contexte et visée de notre intervention _____	3
A. ORIENTATION : POUR UN NOUVEAU MODÈLE DE RÉGULATION DES MÉDIAS _____	4
1. Le statut de journaliste professionnel _____	4
2. La consolidation du rôle de tribunal d'honneur du Conseil de presse du Québec _____	5
B. ORIENTATION : POUR UNE PLUS GRANDE DIVERSITÉ DES VOIX _____	6
1. Le projet de plateforme d'information régionale et interrégionale _____	6
2. Le rôle des médias communautaires _____	7

PRÉSENTATION DE COMMUNICATIONS ET SOCIÉTÉ

Histoire et mission de l'organisme

Fondé en 1957 comme organisme des évêques catholiques canadiens sous le nom de *Centre catholique national du cinéma, de la radio et de la télévision*, puis renommé *Office des communications sociales* en 1967, *Communications en Société* (appellation depuis 1999) est un organisme sans but lucratif, géré par un conseil d'administration élu par une assemblée générale.

Les membres de *Communications et Société* sont des personnes et des organismes impliqués dans le domaine des communications, notamment dans le monde ecclésial, à un niveau communautaire, régional ou national. L'organisme veille aussi aux activités de sa division (depuis 1996), l'agence de presse cinématographique *Mediafilm*.

Communications et Société veut contribuer à la réflexion collective sur les enjeux et défis de l'univers médiatique. L'organisme est voué à la promotion de la qualité, du sens critique et des valeurs éthiques et spirituelles dans le monde des médias et des communications, dans une perspective chrétienne.

www.officecom.qc.ca

Contexte et visée de notre intervention

Communications et Société n'est pas une association de journalistes. Pour fins de cette consultation, la position de notre organisme en est une d'observation des enjeux globaux touchant l'information publique au Québec. En conséquence, toutes les questions de la consultation ne trouveront pas nécessairement réponse dans ce mémoire.

À l'occasion de cette consultation, *Communications et Société* tient à mettre de l'avant quelques recommandations, repères et préoccupations.

Nous saluons la recherche et le rapport du *Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec*, ainsi que l'initiative de la consultation publique du Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.

A. ORIENTATION : POUR UN NOUVEAU MODÈLE DE RÉGULATION DES MÉDIAS

1. Le statut de journaliste professionnel

Le travail journalistique est au service du grand public et du bien commun. Il doit répondre au besoin d'information du public au sujet des enjeux de l'actualité et des mouvances sociales, afin de stimuler l'intérêt collectif et la participation citoyenne.

À l'heure des blogues, des *tweets*, du partage de vidéos et des médias sociaux, il serait tentant de croire que n'importe qui peut s'improviser journaliste. Pourtant, c'est justement ce contexte qui commande un journalisme de la plus haute qualité, qui rapporte correctement les faits, avec des explications claires et un minimum d'analyse.

Si les suites données à la consultation publique appuient la création d'un statut de journaliste professionnel, *Communications et Société* recommande les repères suivants pour son attribution :

- i. L'attribution du statut de journaliste professionnel devrait reposer sur une formation de base de niveau universitaire ou une équivalence reconnue (formation spécialisée et expérience pratique). Celle-ci paraît essentielle pour assurer la qualité de la méthodologie, l'excellence de la langue (selon la langue du média-employeur) et une culture générale substantielle¹.
- ii. Le renouvellement du statut de journaliste professionnel devrait être lié à la fréquentation de formations continues et spécialisées, notamment pour les journalistes amenés à traiter de sujets complexes. Par exemple, le traitement de l'actualité religieuse appelle une compréhension minimale du phénomène (histoire, concepts, vocabulaire), une habileté à considérer les enjeux éthiques et sociaux nécessairement impliqués dans ces questions et une objectivité professionnelle face à l'émoi collectif que peuvent susciter certains événements.

À qui doit être attribué le statut de journaliste professionnel s'il est créé? *Communications et Société* ne peut prétendre fournir une réponse exhaustive. À tout le moins, pour distinguer parmi les travailleurs de l'information ceux pouvant obtenir le statut de journaliste professionnel, il semblerait utile de définir le type d'information communiquée et sa finalité. Un reportage n'est pas comparable à un billet d'humeur ou à une chronique d'opinion, un éditorial est de nature autre qu'un blogue (même si ce dernier comporte des « moments éditoriaux »), etc.

¹ Bien sûr, une formation en journalisme et en communications serait idéale. Cela étant dit, la réalité est que plusieurs journalistes viennent au métier par d'autres voies, notamment en s'étant spécialisés dans un autre domaine (économie, politique, droit, arts, religion). Un statut professionnel ne devrait pas exclure ces journalistes, mais reconnaître l'équivalence de leur spécialisation et de leur expérience, quitte à exiger une formation d'appoint si celle-ci est jugée nécessaire.

Par ailleurs, si cet exercice de consultation publique tire des conclusions en faveur d'un statut de journaliste professionnel, *Communications et Société* estime que le Ministère concerné devrait tenir compte de réalités particulières, qui pourraient être oubliées dans les considérations entourant la création dudit statut.

À cet effet, *Communications et Société* porte à l'attention du Ministère les médias catholiques québécois : périodiques, revues et magazines de diocèses, de communautés religieuses et d'organismes de spiritualité chrétienne, radios chrétiennes, émissions télévisées et webzines de spiritualité catholique. Des acteurs des médias catholiques ne sont pas reconnus en tant que journalistes par la *Fédération professionnelle des journalistes du Québec*. Pourtant, certains de ces acteurs traitent d'actualité religieuse aux plans local, régional, national et international, de même que d'enjeux socio-religieux complexes (bioéthique, accompagnement des personnes malades et endeuillées, etc.). Leur objectif : informer et former, dans une perspective chrétienne, des adultes engagés dans la société. Nous croyons qu'il y aurait lieu d'ouvrir à ces acteurs des médias catholiques la possibilité de faire reconnaître leur expérience et leur travail comme un réel travail journalistique², avec des avantages concrets, tels que l'accréditation en tant que journaliste et la participation à la vie associative.

En somme, la création d'un statut de journaliste professionnel ouvre à des questions complexes et au risque de créer des « classes » de journalistes. Prudence, ouverture et dialogue sont de mise pour la suite.

2. La consolidation du rôle de tribunal d'honneur du Conseil de presse du Québec

Entendu que le rôle du Conseil de presse du Québec est de promouvoir le respect de normes éthiques, en matière de droits et de responsabilités des médias, *Communications et Société* émet la recommandation suivante, découlant de sa préoccupation à l'égard du traitement et de la qualité de l'information spécialisée :

- i. Que le Conseil de presse du Québec, de par sa visée éthique et son rôle conseil, promeuve un journalisme pédagogique contribuant à l'éducation citoyenne et à un meilleur vivre-ensemble. Pour ce faire, qu'il veille à ce que le traitement de l'information spécialisée soit le plus objectif possible, sans sensationnalisme et sans « raccourcis » pour faire effet, de sorte que le public ait accès à une information de haute qualité.

² Précisons ici que nous ne cherchons pas la reconnaissance d'un statut de « journaliste professionnel » pour les personnes œuvrant dans les médias catholiques. Ce n'est pas notre rôle. Cependant, nous posons la question de la reconnaissance possible de certains en tant que « journalistes ». Évidemment, un discernement et une application de critères à l'égard d'éventuelles candidatures serait de mise. Par ailleurs, il faut connaître la réalité des médias catholiques pour savoir qu'un réel travail journalistique s'y fait, dans plusieurs cas. Il faut dépasser le préjugé de prosélytisme à leur égard et favoriser un dialogue.

En guise d'exemple, nous pouvons évoquer l'information relative aux religions, aux enjeux de la cohabitation de la diversité religieuse au Québec, à l'héritage religieux catholique, aux rapports interculturels, aux enjeux touchant la bioéthique, aux débats sur la laïcité et le fait religieux dans l'espace public...

De même, nous pouvons nous interroger sur le traitement des sondages « grand public » à propos des sujets énoncés précédemment. La méthode (des questions qui peuvent piéger), la portée de ces sondages et leur interprétation dans les médias ont une influence indéniable – parfois par effet de confusion – sur l'opinion du grand public.

B. ORIENTATION : POUR UNE PLUS GRANDE DIVERSITÉ DES VOIX

1. Le projet de plateforme d'information régionale et interrégionale

Communications et Société encourage fortement ce projet de plateforme. Il importe de permettre la création de contenus originaux, pertinents pour les citoyennes et les citoyens d'une région ET accessibles aux autres régions. Il est vrai que l'information tend à se « montréaliser », au détriment d'une vue d'ensemble, pour les citoyens, de l'actualité provinciale et de leur actualité locale. Nos régions ont absolument besoin que les grands médias s'intéressent davantage à elles. Les activités sociales et culturelles et les nouvelles de développement économique, entre autres, pourraient certainement bénéficier d'une telle plate-forme régionale. Ainsi, *Communications et Société* recommande :

- i. Que cette plateforme d'information régionale et interrégionale soit conçue comme un portail donnant accès à une information provenant de plusieurs sources, afin d'éviter le monopole d'un seul média et de sa vision de l'information. Cette diversité de voix devrait inclure des grands médias, des médias régionaux et des médias communautaires.
- ii. Que cette plateforme d'information mette à la disposition du public des outils interactifs (blogues, liens avec les médias sociaux, compatibilité avec les applications de téléphones intelligents et tablettes numériques...), afin d'encourager l'interaction et la diffusion de l'information.

2. Le rôle des médias communautaires

À l'heure des communications instantanées et sans frontières, les médias communautaires peuvent prendre une importance renouvelée, en servant de pont entre les réalités planétaires et la réflexion et l'action citoyennes dans un milieu précis. En ce sens, *Communications et Société* recommande:

- i. Que les médias communautaires aient pour rôle de rendre compte de la vie de leur milieu, particulièrement par leurs liens avec les organismes locaux, dans un esprit d'ouverture et de connaissance de l'autre (organismes d'éducation populaire, d'engagement social, organismes religieux...), au moyen des médias couramment utilisés (télévision, radio, journal, web, médias sociaux).
- ii. Que les médias communautaires se rendent accessibles, dans la mesure du possible, par tous les moyens existants, afin de rejoindre la collectivité. L'arrivée des nouveaux médias et des supports technologiques mobiles ne doit pas minimiser l'accès aux médias traditionnels et empêcher des citoyens d'y avoir accès.
- iii. Que les médias communautaires – incluant les médias diffusant exclusivement en ligne – reçoivent un soutien financier substantiel, en autant qu'ils répondent aux objectifs de création de contenus originaux et produisent une information de qualité, sans que leurs objectifs ne soient régis par des impératifs de cotes d'écoute comparables aux médias commerciaux.

De plus, *Communications et Société* a pu observer le manque de soutien financier avec lequel sont aux prises de nombreux médias catholiques. Un petit nombre de périodiques imprimés reçoivent une aide du *Fonds du Canada pour les périodiques* (pour les frais d'envoi postal). Étant donné que plusieurs médias catholiques (imprimé, télévision, radio, en ligne) œuvrent à un niveau communautaire ou régional pour faire connaître l'héritage, l'action sociale de l'Église, l'actualité religieuse et former à une réflexion chrétienne sur des enjeux de société, *Communications et Société* estime que cette consultation devrait considérer la possibilité d'admettre des médias catholiques (imprimé, télévision, radio, en ligne) à un soutien financier, au même titre que les médias communautaires.



Les signataires

Sabrina Di Matteo, présidente

Adjointe – Service de formation, archidiocèse de Montréal

Jacques Bouchard, vice-président

Responsable des communications, diocèse de Chicoutimi

André Raymond, trésorier

Réalisateur, *Le Jour du Seigneur*, Radio-Canada

René Tessier, secrétaire

Rédacteur en chef, revue *Pastorale-Québec*

Claudette Lambert, administratrice

Directrice de la programmation, Radio Ville-Marie

Gaëtane Larose, administratrice

Responsable des communications, archidiocèse de Sherbrooke

Renée Legris, administratrice

Professeure, Université du Québec à Montréal

Denise Robillard, administratrice

Journaliste et historienne

Bertin Dickner, administrateur

Éditeur, Groupe Fides

Sébastien Héroux, administrateur

Responsable des communications, diocèse de Saint-Jean-Longueuil

Niquette Delage, directrice générale