

L'idéal journalistique : comment des prescripteurs définissent le « bon » message journalistique

Marc-François BERNIER

Professeur
Coordonnateur du programme
de journalisme
Département de communication
Université d'Ottawa
mbernier@uottawa.ca

Depuis le début des années 1960, les journalistes québécois ont développé un vaste argumentaire pour définir et affirmer leur mission. Souvent considérés comme des « ratés » n'ayant pu accéder à quelque noble profession, on peut voir dans le militantisme syndical qui a marqué les décennies 1960 et 1970 un travail de légitimation professionnelle et de valorisation sociale de la part des journalistes. Ces derniers ont abondamment insisté pour tenter de se démarquer de la mission commerciale des entreprises de presse qui les emploient, au nom du droit du public à l'information, condition nécessaire selon eux à la qualité de la vie démocratique.

Cette rhétorique a été reprise et soutenue par bon nombre d'acteurs sociaux extérieurs à la profession qui en ont fait tantôt le fondement de leur défense du journalisme face à des menaces appréhendées (concentration de la propriété, convergence des médias, pressions des annonceurs, etc.), tantôt le fondement des rappels à l'ordre adressés aux journalistes lorsque ces derniers s'engageaient dans des pratiques jugées non conformes ou déviantes aux normes reconnues (conflit d'intérêts, information spectacle, intrusion dans la vie privée, etc.).

Depuis le début des années 1960, le journalisme québécois s'est donné un système normatif explicite, à l'image de ce

qui existe dans son environnement nord-américain, plus précisément anglo-saxon. On doit signaler, notamment, la rédaction successive de la *Charte de l'intégrité professionnelle des journalistes de l'Union canadienne des journalistes de langue française* (1963)¹, le *Code d'éthique des journalistes étudiants* de la Presse étudiante nationale du Québec (1965), la première édition des *Droits et responsabilités de la presse du Conseil de presse du Québec* (1983), la *Charte des journalistes de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec* (1987) qui a été suivie du *Guide de déontologie des journalistes du Québec* (1996). Cela ne tient pas compte des nombreuses clauses professionnelles qui ont progressivement été intégrées aux conventions collectives des principaux médias, ou encore des textes normatifs que se sont donnés certaines entreprises de presse (*Normes et pratiques journalistiques* en vigueur à la Société Radio-Canada dès le début des années 1990, *Politique d'information* et le *Code de déontologie* à Télé-Métropole à compter des années 1980, le *Guide des pratiques journalistiques* des Hebdos Transcontinental en 2001, *Énoncé de principes* du quotidien *La Voix de l'Est* des années 1990 ou encore la *Politique d'information* du quotidien indépendant *Le Devoir* dévoilée en mai 2005).

L'analyse de ces différents textes normatifs (codes et guides de déontologie, chartes, politiques d'entreprise, etc.) permet de distinguer deux grandes catégories de normes journalistiques. Il y a, d'une part, celles qui s'intéressent à la substance même des messages. Ces dernières se penchent aussi bien sur le fond que sur la forme de l'information journalistique en énonçant des propriétés précises qui contribuent à l'identité tout autant qu'à la fonction sociale de ce type de message médiatique (par exemple quand on interdit la « confusion des genres » afin de ne pas confondre le public entre faits et opinions, pour le laisser exercer son jugement de façon autonome). D'autre part, il y a les normes qui portent sur les relations que les journalistes entretiennent avec les autres membres de la société (leurs sources, le public, ceux qui sont mis en cause par l'information, etc.). Ces deux grandes catégories de normes substantielles et relationnelles dessinent en quelque sorte les contours d'un idéal journalistique². Cet idéal définit les « bonnes » pratiques des professionnels de l'information tout en alimentant la rhétorique visant à légitimer le journalisme et à le protéger contre l'adoption éventuelle de lois et règlements pouvant limiter leur liberté. En même temps, il fournit les critères ou indicateurs constitutifs des cadres d'analyse et d'action pour ceux qui interagissent avec les journalistes (les relationnistes par exemple), et pour ceux qui les observent, les critiquent ou les sanctionnent (les chercheurs, certains intellectuels, les juges, le public)³.

Pourtant, il semble que bon nombre de pratiques journalistiques concrètes ne soient pas conformes aux normes reconnues, notamment en raison des contraintes diverses qui pèsent sur l'action des journalistes et poussent ces derniers à adapter leurs pratiques en fonction des marges de liberté qu'ils identifient tout comme de leurs perceptions des attentes des médias qui les emploient. Chez ceux qui tolèrent mal de tels écarts entre les normes et les pratiques concrètes, ce hiatus est source d'un profond mécontentement, sinon d'une grande frustration, comme l'ont bien montré des auteurs américains en procédant à une analyse comparative de journalistes et de généticiens aux États-Unis⁴. Ils ont observé que les généticiens étaient davantage en harmonie avec les objectifs des entreprises pour lesquelles ils travaillaient que ne l'étaient les journalistes, ces derniers se trouvant de plus en plus déphasés eu égard à leurs aspirations personnelles et professionnelles face aux attentes contradictoires du public, des gestionnaires et des actionnaires des médias. Ce déphasage est bien souvent une source d'inconfort psychologique et de remise en question. Il peut aussi être une réaction à des innovations qui influencent le fond et la forme des messages journalistiques pour les adapter aux changements sociaux, afin de leur conserver un attrait pour les publics/consommateurs.

La présente recherche postule même l'existence d'un brouillage des identités des messages des journalistes, relationnistes, publicitaires, voire ceux des industries du divertissement. Cette hypothèse générale implique qu'il existerait un message journalistique typique, un message idéal en somme, lequel aurait été clairement identifiable par le passé, mais le serait de moins en moins puisqu'il serait brouillé ou dilué, voire « contaminé » par la présence d'autres types de discours inspirés des procédés utilisés par les relationnistes et les publicitaires surtout. L'écart entre ce message idéal et ceux qu'ils sont contraints de diffuser quotidiennement serait à la source du désenchantement et de l'insatisfaction des journalistes qu'observent Gardner et ses collègues. On retrouvera aussi de façon plus ou moins explicite cette conception du message idéal chez bon nombre de journalistes québécois, comme on le verra plus loin.

Pour vérifier une telle hypothèse, il faut définir ces normes substantielles qui « prescrivent » l'idéal-type du message journalistique. Cela implique que nous devons faire abstraction, pour les besoins de l'exercice seulement, de l'ensemble des normes relationnelles, à moins que certaines n'interviennent clairement sur l'identité du message journalistique idéal-typique. Cela pourrait être le cas, par exemple, si la présence d'énoncés provenant de sources anonymes devenait la norme plutôt que l'exception (des sources d'information dont l'identité demeure inconnue du lecteur ou encore de la personne mise en cause par de tels

énoncés mais qui ne peut s'en défendre pleinement en raison même de l'anonymat de la source)⁵.

Les prescripteurs de l'orthodoxie journalistique

Comment dresser le portrait de ce que devrait être le message journalistique typique ? Qui détient l'autorité de définir ce que serait le « vrai » journalisme ? Quels sujets ou thèmes les journalistes devraient-ils aborder ou ignorer pour être à la hauteur de leur mission sociale ? Comment l'information doit-elle être diffusée au public ? Ces questions renvoient à un système normatif du journalisme qui permet de mesurer dans quelle mesure les pratiques réelles s'éloigneraient de l'idéal-typique. Des réponses à ces questions proviennent de sources multiples, le journalisme étant l'objet d'un discours ouvert à tous ceux qui se croient détenteurs d'une compétence à cet égard (sources, observateurs, autres journalistes, etc.) ou qui possèdent formellement un pouvoir de sanction (les tribunaux civils surtout). On peut même parler de sources contradictoires puisque tous ne s'entendent pas sur la portée de certaines normes, comme en témoignent certaines décisions des tribunaux et la réaction que cela provoque chez bon nombre de journalistes⁶. Cependant, la pluralité des participants à cet effort de définition normative du journalisme n'interdit nullement la mise en place d'une certaine orthodoxie qui dresse un cadre cohérent eu égard à la substance que devraient avoir les messages journalistiques, et qui en conditionne l'identité par opposition aux messages promotionnels ou publicitaires. Du reste, c'est souvent en opposition à ces derniers, et dans un souci explicite de distinction, que d'aucuns se prononcent sur ce que devraient être les messages journalistiques.

Ces co-définisseurs sont autant de prescripteurs qu'on peut répartir en différentes catégories en fonction de leurs rapports avec le journalisme, soit à titre de praticiens ou de gestionnaires, soit à titre de sources, ou encore en vertu de leurs pouvoirs de sanctions, soit à titre d'observateurs attentifs des médias et, finalement, à titre de citoyens et consommateurs des messages journalistiques. Dans le présent contexte, il faut entendre par « prescription » l'action de commander, de donner un ordre, de faire valoir un précepte moral. Prescrire est ici un commandement, une injonction. Il s'oppose à la « proscription » qui est une interdiction de faire, une forme de condamnation. Sont donc considérés ici comme « prescripteurs » ceux qui expriment ce que seraient, selon eux, les devoirs des journalistes soit en énonçant clairement des préceptes ou des injonctions, soit en formulant des interdictions.

Les prescripteurs primaires sont aussi bien les journalistes que les gestionnaires et dirigeants des entreprises de presse qui expriment leur conception du métier dans leurs médias respectifs aussi bien que dans des livres (essais, pamphlets, etc.), des mémoires (déposés et défendus devant diverses instances gouvernementales), des déclarations publiques formelles (communiqués de presse, conférences, etc.) ou encore dans le cadre de leur argumentation lorsqu'ils doivent se défendre face à certaines accusations (tribunaux, conseil de presse, lettres ouvertes, etc.). Au niveau des journalistes et entreprises de presse, il peut arriver que les énoncés généraux soient en contradiction avec des prises de position particulières. Par exemple, les journalistes vont soutenir clairement que l'information doit être d'intérêt public, mais défendront certains articles ou reportages qui transgressent cette norme en faisant valoir que la vie privée de telle personnalité intéresse le public et que cette « demande » doit être satisfaite. Cette contradiction se développe dans un contexte où l'acceptation de la notion d'intérêt public n'est pas fixée explicitement dans les textes normatifs (on verra plus loin que les divers prescripteurs offrent tout de même une idée de ce en quoi cela consisterait). Dans cette catégorie de prescripteurs primaires, on retrouve également divers mécanismes d'imputabilité journalistique qui énoncent les « bonnes conduites » journalistiques (Conseil de presse du Québec, *ombudsman* de Radio-Canada, Conseil canadien des normes de la radiotélévision). On retrouve aussi bon nombre de textes déontologiques (*Guide de déontologie des journalistes du Québec*, par exemple).

La catégorie des prescripteurs secondaires réunit des sources d'information dont la bonne fortune repose en partie sur le travail des journalistes. Les sources ont un intérêt stratégique à faire valoir une certaine conception des pratiques journalistiques afin que ces dernières soient à la fois les plus prévisibles (pour planifier leurs stratégies) et les moins nuisibles⁷ que possible à l'atteinte de leurs objectifs. Pour justifier leur présence dans l'espace médiatique, elles peuvent faire valoir que les journalistes n'ont pas le monopole en matière de diffusion d'une information de qualité et qu'ils ne doivent pas trop interférer entre elles et le public, qui a le droit de recevoir une information vraie et d'intérêt public⁸. De plus, les sources (surtout institutionnelles) font valoir que le rôle des journalistes est de traiter certains sujets en priorité afin d'être à la hauteur de leur rôle démocratique. On verra plus loin que ces prises de position se produisent aussi bien dans le cadre d'un mémoire soumis aux instances gouvernementales que lors de lettres ouvertes ou déclarations publiques reliées à des controverses médiatiques.

Vient ensuite une pléiade de commentateurs, d'observateurs ou de critiques des journalistes (dont les chercheurs) qui interviennent dans le

débat à titre de prescripteurs tertiaires. Leur prise de parole est le plus souvent associée à un fait d'actualité (ils réagissent aux « dérapages ») ou à la publication de certains travaux. On peut y retrouver aussi bien des scientifiques que des personnalités publiques qui possèdent une importante expérience avec les journalistes. Dans d'autres cas, ils se signalent lors de controverses médiatiques (le « licenciement » du journaliste Normand Lester par la Société Radio-Canada par exemple⁹) afin de faire valoir une critique plus ou moins documentée et articulée. Certains de ces prescripteurs tertiaires préfèrent se limiter à la production de travaux de recherche sans nécessairement accepter d'en assurer une diffusion allant au-delà de leur groupe d'appartenance (revues scientifiques, congrès savants, etc.). Néanmoins, leurs travaux acquièrent parfois une certaine diffusion ou notoriété publique par l'usage que peuvent en faire les autres prescripteurs qui peuvent les citer dans leurs exposés, leurs mémoires ou leurs jugements.

À cet effet, une autre catégorie de prescripteurs, moins présente dans les débats publics consacrés au journalisme mais dont le rôle formel est cependant primordial, est celle des tribunaux civils (essentiellement dans les cas de diffamation) ou criminels (dans les cas de transgression à certains interdits de publication lors de procès criminels par exemple). Ces prescripteurs interprètent bien entendu le droit et la jurisprudence, mais ils se penchent aussi sur la validité des énoncés non seulement en ce qui concerne la véracité de leur contenu, mais aussi leur pertinence sociale (critère d'intérêt public *vs.* le respect de la vie privée par exemple) ainsi que les méthodes employées pour faire la collecte de l'information (procédés clandestins, caméras cachées, entrevues d'embuscade, etc.). Ainsi, en juillet 2004, la Cour suprême du Canada décrète que dorénavant il faudra évaluer la faute des journalistes en examinant « *globalement la teneur du reportage, sa méthodologie et son contexte*¹⁰ ». Cette décision tient compte autant qu'elle renvoie à des principes et règles journalistiques reconnus de longue date dans les textes normatifs, même si certains y ont vu une incursion inappropriée des juges dans la définition des pratiques acceptables¹¹.

Au cinquième et dernier rang des prescripteurs, on retrouve les publics qui sont tantôt observateurs, tantôt acteurs ou collaborateurs, sinon victimes de certaines pratiques journalistiques. Traditionnellement, les citoyens manifestaient leurs attentes par le biais de lettres ouvertes ou lors d'émissions radiophoniques leur accordant la parole, ou encore ils sanctionnaient les journalistes par des plaintes ou la désaffectation (annulation d'un abonnement par exemple, le choix d'une autre station de radio, etc.). On en voit maintenant qui animent des blogues sur Internet, soit à titre individuel ou au sein de petits regroupements. Les

publics sont parfois en rapport avec certains prescripteurs primaires quand ils se plaignent formellement des pratiques journalistiques devant les mécanismes d'imputabilité d'autorégulation (Conseil de presse, *ombudsman* de Radio-Canada), mais aussi avec les prescripteurs tertiaires que sont les tribunaux civils.

Ces catégories de prescripteurs co-existent plus ou moins bien puisque leurs objectifs et leurs intérêts diffèrent en fonction de leurs positions dans le jeu de la communication publique et de leurs dispositions respectives. Par exemple, la création de mécanismes d'imputabilité journalistique, tels les conseils de presse, est due en particulier aux pressions sociales et politiques qui s'exerçaient sur les journalistes et la crainte de ces derniers de voir l'État imposer des normes professionnelles et des sanctions plus sévères¹².

Tous ces prescripteurs, individuellement ou en groupe, à titre personnel ou professionnel, ont des attentes précises quant aux types de messages que les journalistes doivent diffuser. Ces attentes alimentent à la fois leurs prescriptions et leurs interdictions. Il n'est cependant pas question de se livrer ici à un exposé exhaustif des écrits et prises de position des divers prescripteurs compte tenu de leur caractère redondant. Nous nous limiterons à un travail de synthèse qui reflète les consensus observés au terme d'une importante recension de textes¹³. On y retrouvera des critiques exprimées publiquement sur des pratiques réelles, tant il est vrai que la critique « *est un moyen de dire ce que devrait être un bon journaliste*¹⁴ ».

Le journalisme au service de la démocratie

Il semble impossible de chercher à présenter le modèle normatif idéal du journalisme sans évoquer, même rapidement, ce que d'aucuns considèrent être la mission fondamentale, la raison d'être même du journalisme contemporain : servir la démocratie. Cela pourrait en quelque sorte être une métaprescription tellement elle influence et détermine l'ensemble des normes journalistiques et la légitimité sociale du journalisme¹⁵. On ne sait trop lequel, du journalisme ou de la démocratie, est l'ombre de l'autre tellement ces deux concepts sont inséparables dans les énoncés, les pétitions de principe, les préambules et les déclarations publiques des prescripteurs.

Devant la Commission de la culture et des communications de l'Assemblée nationale du Québec¹⁶, les représentants de Transcontinental¹⁷ ont résumé d'entrée de jeu ce rapport entre

journalisme et démocratie en affirmant : « *Pour nous, l'information n'est pas un simple produit. Elle engage la responsabilité sociale de l'entreprise de presse et, par sa qualité, elle contribue directement à la santé de la démocratie*¹⁸ » Reprenant la célèbre formule faisant des journalistes les chiens de garde de la démocratie, le journaliste André Pratte se demande, toutefois, si la fonction critique que cela implique « *n'a pas cédé le pas à un cynisme obligatoire*¹⁹ ».

Toujours au nombre des prescripteurs primaires, le principal regroupement de syndicats de journalistes du Québec partage la vision officielle des propriétaires et gestionnaires d'entreprises de presse quand il affirme que les médias « *sont aussi le véhicule d'idées, d'opinions et d'informations nécessaires à la compréhension des enjeux qui touchent nos sociétés. Les médias soutiennent le maintien de la démocratie*²⁰. »

L'ex-journaliste Jean-François Lisée²¹ exprime la même idée quand il exige que les journalistes, du moins un grand nombre d'entre eux, jouent le rôle « *... d'anticorps au virus du mensonge, [servent] de garde-fou aux chauffards de la démocratie, [servent] de conscience aux égarés, aux dubitatifs, aux pas fiers*²² », avant de demander : « *Au Québec, combien sont en sommeil ? Combien ont démissionné, "lâchement écœurés" ? Combien contaminent [le débat public]²³ ? »*

Cette mission intéresse nombre de prescripteurs du domaine juridique. Par exemple, dans un jugement qui disculpe une journaliste du réseau TVA, le juge estime que le « *bulletin de nouvelles est un raccourci de la pensée qui reste largement superficiel sauf s'il suscite chez l'auditeur la poursuite d'une réflexion nécessaire à l'éveil de la conscience. Quand il atteint ce but, il est essentiel à la démocratie*²⁴. » Son collègue, le juge Sénécal, ajoute que le rôle de la presse « *... est fondamental et, dans les démocraties modernes, la presse est en pratique devenue les yeux et les oreilles du citoyen et un outil essentiel pour permettre à celui-ci de jouer son rôle de façon éclairée et réelle. La presse est devenue ce nécessaire chien de garde pour assurer le bon fonctionnement des institutions démocratiques*²⁵. »

La politologue Diane Lamoureux associe elle aussi presse et démocratie, mais ne considère pas que cela produit pour autant une garantie de la qualité du jugement des citoyens comme de celui des journalistes. S'inspirant de la critique de Habermas, selon lequel la commercialisation de la presse en a fait une institution vouée à certains intérêts privés qui font irruption dans la sphère publique, Lamoureux reconnaît que les médias font partie de l'univers démocratique, mais « *il est évident que la presse est de moins en moins apte à former le jugement public, si l'on entend par celui-ci un usage public de la raison. La délibération que peut éventuellement produire la presse est plutôt celle d'un groupe d'intérêt*²⁶. »

Dans le même ouvrage collectif consacré à l'éthique de l'information, Guy Giroux reconnaît que *« la démocratie implique que les autorités dûment élues soient imputables à l'endroit des citoyens des gestes qu'elles posent dans l'exercice de leurs fonctions. Or, c'est ainsi qu'une relation peut être établie entre la démocratie et l'information. En effet, le public ne peut juger les élus qu'à la condition qu'il soit renseigné sur la façon dont ils assument leurs responsabilités²⁷. »*

Pour plusieurs prescripteurs, cette relation entre journalisme et démocratie ne pourrait se faire que par la diversité des idées et des opinions que diffusent les entreprises de presse. Si cette obligation de résultat fait consensus, ce sont les moyens pour y parvenir qui sèment la division.

Pour certains, une réelle diversité exige l'existence d'une presse forte économiquement, laquelle nécessite la concentration de la propriété afin de pouvoir être à l'abri des pressions de certains groupes d'intérêts et pour offrir des médias diffusant une information variée pour une société pluraliste. Cette posture est bien entendue celle de la plupart des dirigeants de médias lorsqu'ils doivent justifier l'état de la concentration de la presse. Selon eux, la concentration de la propriété des entreprises de presse n'influence nullement la diversité de l'information, ce qui laisse croire qu'ils ne profitent pas de cette situation pour diffuser outre mesure des messages journalistiques favorables à leur groupe financier. Les responsables des trois grands conglomerats médiatiques privés du Québec²⁸ affirment tour à tour que la qualité comme la diversité de l'information ont un coût que la concentration de la propriété permet d'assumer : *«... loin d'être secondaire, la rentabilité d'un journal est indispensable à la poursuite de la qualité, de la diversité et de l'indépendance, un de nos principaux défis étant justement de concilier la rentabilité et la qualité²⁹ »*. Le mode de propriété aurait donc un impact sur les messages journalistiques qui seraient de meilleure qualité selon les responsables du groupe privé Gesca : *«... des études de contenu démontrent que les grands journaux détenus par des entreprises de presse font moins d'erreurs, consacrent plus d'espace à la nouvelle et aux articles de fond, ont le plus souvent un code déontologique, embauchent des journalistes plus scolarisés, mènent plus de sondages d'opinion, réalisent davantage de projets de reportages d'enquête, ont plus d'ombudsman et remportent plus souvent le prix Pulitzer³⁰ »*.

Apparemment très soucieux de leur rôle social et démocratique, les porte-paroles du groupe Quebecor vont, quant à eux, jusqu'à soutenir que la diversité de l'information est un élément de la crédibilité qui est à son tour un facteur de rentabilité économique : *« Il appert qu'il n'est tout simplement pas dans l'intérêt des groupes de médias d'uniformiser leurs*

messages. L'un des principaux actifs d'une entreprise de médias se trouve dans son capital de crédibilité³¹ ». C'est aussi dans le même esprit de la diversité et de la pluralité propre à la démocratie que les représentants de Transcontinental cherchent à atténuer l'impact de la concentration des médias et à vanter son apport à la vitalité du débat public : « Dans notre cas, donc, la propriété du média n'est pas un élément qui peut influencer l'opinion publique. Je dirais même plus : compte tenu de notre ligne de conduite et de la nature des hebdomadaires qui sont des outils d'information locale, nous contribuons à faire entendre des voix qui, autrement, ne pourraient pas s'exprimer. En d'autres mots, nous contribuons à la pluralité des opinions sur le plan local³². »

Mais tous les patrons de presse ne partagent pas cet avis rassurant quant à l'impact de la concentration de la presse sur la mission démocratique des médias d'information, et par extension celle des journalistes. Par exemple, les dirigeants du quotidien *Le Devoir*, qui revendique le titre de seul quotidien indépendant au Québec, réitérent l'importance « de trouver le juste équilibre entre la liberté de la presse et le droit du public à l'information. Ils [les membres de la Commission de la culture] doivent aussi se rappeler qu'à travers la diversité des sources d'information est en cause la qualité de notre vie démocratique³³ ».

Pour d'autres, la concentration de la propriété est une réelle menace à la diversité de l'information, donc à sa mission démocratique, parce qu'elle limite le spectre des points de vue qui ont accès à l'espace public par le biais de l'espace médiatique. Ainsi, fort inquiet du degré de concentration réel et se méfiant des velléités de l'employeur, le Syndicat des journalistes de TVA associe à son tour médias et démocratie : « Dans un régime démocratique, les médias ont un rôle essentiel à remplir, qu'il faut protéger. Il est primordial de conserver une pluralité de sources d'informations³⁴. »

La Fédération professionnelle des journalistes du Québec tient un discours semblable en déclarant que le « pluralisme en information est au cœur de la démocratie. Il favorise l'expression et la circulation de faits et d'opinions contradictoires, ce qui reste le meilleur moyen de permettre à chacun de se faire son idée sur les enjeux de la société et d'exercer son libre-arbitre³⁵ ». Or, cela ne peut se faire quand la concentration de la propriété et la convergence des médias sont trop élevées car le « pluralisme le plus fondamental [...], c'est d'abord le pluralisme des sources ou en d'autres mots le pluralisme des titres. Le public doit avoir accès à une multitude de médias différents qui appartiennent à des propriétaires différents. [...] La multiplicité des titres indépendants les uns des autres et leur concurrence constituent en soi un facteur structurel central qui rend possible le pluralisme des contenus³⁶. »

Le journaliste Laurent Laplante sédimente cette ligne argumentaire de la façon classique suivante : « *Pas de démocratie sans citoyens informés. Pas de démocratie sans une presse libre, diversifiée, fiable. Pas d'identité non plus dans un État si nul ne renseigne les citoyens sur les pressions économiques propices à l'homogénéisation. Pas de société lucide et solidaire sans une vie intellectuelle et culturelle déployée à divers paliers. Sur chacun de ces fronts, la presse porte des responsabilités lourdes et précises, car l'intérêt public est mis en cause*³⁷. »

Ainsi est exprimée la « doxa journalistique » au Québec en matière de diversité. Celle-ci diffère peu des discours qui ont lieu dans d'autres sociétés comme les États-Unis, le Canada anglais ou la France. Un lien est toujours établi entre presse, diversité des opinions et vitalité démocratique. La crainte est souvent évoquée d'une trop forte concentration de la propriété des moyens d'information comme un obstacle, bien que pour les propriétaires et leurs représentants il n'y ait pas lieu de s'inquiéter, d'autant plus que l'accès à des sources alternatives d'information est plus aisé que jamais grâce à Internet. On constate que bon nombre de prescripteurs primaires célèbrent la mission démocratique fondamentale du journalisme puisque celle-ci leur accorde, en retour, toute l'importance sociale, les droits et les libertés qu'ils revendiquent, sans compter les privilèges historiques (comme de bénéficier de places réservées et de lieux de travail adéquats à l'Assemblée nationale du Québec, dans les palais de justice, etc.).

Bien entendu, il existe un courant critique qui doute fortement de l'existence réelle d'un lien entre la démocratie et les médias dans un contexte capitaliste où la mission économique des entreprises de presse a pris une importance déterminante. Par exemple, la politologue Anne-Marie Gingras conteste la capacité des médias privés d'information d'être à la hauteur de leurs prétentions démocratiques, notamment en ce qui concerne la concrétisation de la sphère publique théorisée par Habermas. Elle soutient que l'examen des dimensions économiques des médias démontre que la majorité de ceux-ci sont d'abord « *des entreprises privées soucieuses de protéger leurs intérêts et les logiques de marchandisation et de concentration de la propriété de la presse font des médias des appareils au service de causes (le libéralisme et le capitalisme), et non des lieux où sont débattues en toute liberté les grandes questions économiques ou politiques*³⁸ ». Elle considère néanmoins que les médias peuvent servir la démocratie sous certaines conditions.

Cette quasi-unanimité en ce qui concerne la mission démocratique des journalistes a des incidences sur les messages que ceux-ci doivent diffuser pour être à la hauteur de cette « noble » obligation.

Le message journalistique est sérieux

Le journaliste est avant tout considéré et décrit comme un producteur de messages sérieux, ce qui est souvent associé au « sérieux » des enjeux et thèmes traités comme on le verra plus loin. Cette conception des choses est mise en avant par bon nombre de prescripteurs, mais elle peut être contestée par d'autres.

Au nombre des prescripteurs primaires, on retrouve notamment l'éditorialiste en chef du quotidien montréalais *La Presse*, André Pratte, qui affirme que « *l'existence d'un journalisme vigoureux et sérieux, avec comme avant-garde le reportage d'enquête, est plus importante que jamais*³⁹ ». Celui-ci considère que « *l'information, c'est rapporter les faits, c'est éduquer*⁴⁰ » et il reprend à son compte l'opinion de Walter Lippmann selon qui « *le journal est littéralement la bible de la démocratie, le livre par lequel le peuple oriente sa conduite*⁴¹ ». Il ne faut pas s'étonner, alors, qu'il déplore « *l'accent qu'ils mettent [les médias en démocratie] sur l'accessoire : le sport, les vedettes, les faits divers, les potins*⁴² ». Selon Pratte, le « *grand défi du journaliste, c'est d'informer tout en intéressant, et c'est de ne pas sombrer dans le seul spectacle pour le plaisir et le souci du spectacle*⁴³ ». Cette thématique lui tient à cœur au point de préciser que l'information « *n'est pas, ne devrait pas être un divertissement. Le public ne devrait pas s'y méprendre, et nous ne devrions pas l'entretenir dans l'illusion que s'informer est amusant*⁴⁴ ».

L'ex-journaliste radio-canadien Claude Jean Devirieux, qu'on peut maintenant classer dans la catégorie des prescripteurs secondaires en raison de son rôle de consultant en communication, tient un discours semblable, mais sur le mode de la dénonciation du sensationnalisme des médias qui consiste à rechercher « *le " produit " sensationnel, donc la nouvelle qui attirera le plus de monde, à ne pas insister sur les faits gênants, à banaliser l'information sérieuse pour en faire un produit de grande consommation et, en plus, à se comporter comme toutes les autres entreprises*⁴⁵ ». S'exprimant dans le cadre des travaux de la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec en rapport avec la concentration de la presse, il déplorait le « *principe mercantile* » qui animerait maintenant les médias d'information et aurait contaminé le « *principe philosophique noble* » de la liberté de presse⁴⁶.

Le regroupement de syndicats de journalistes québécois va dans le même sens quand il soutient que les entreprises de presse « *sont un service public dont la mission principale n'est pas de divertir mais bien d'informer*⁴⁷ ». De son côté, le professeur de journalisme Jean-Claude Picard affirme que « *les entreprises de presse [...] toutes privées qu'elles soient et toutes privées*

qu'elles doivent demeurer, [...] doivent être considérées comme des entreprises d'utilité publique, voire de service public⁴⁸ ».

C'est toujours au nom de l'obligation d'une information sérieuse que certains dénoncent les journaux qui imitent les publications spécialisées dans la couverture de « *la petite vie des grandes vedettes [dont les] déboires sont non seulement relatés dans les publications spécialisées comme Échos Vedettes, mais dans des journaux et dans des émissions de nouvelles généralistes qui, on le croirait, devraient avoir des informations plus «sérieuses» à nous communiquer⁴⁹ ».*

Le journalisme doit donc être un diffuseur de messages sérieux sans toutefois avoir une obligation de sobriété qui ferait fuir les publics, ce qui « *pose encore une fois tout le problème de l'information-spectacle versus l'information sérieuse d'intérêt public. Il faut savoir doser. Ne nous le cachons pas, un peu de spectacle aide à faire passer le message sérieux. Jusqu'à ce qu'il contamine et neutralise complètement ce message en l'occultant⁵⁰ »*, relate le journaliste François Bourque comme pour mettre en garde contre d'éventuels excès.

Par ailleurs, l'information dite sérieuse doit être non émotive puisque « *ce qu'elle gagne en émotion, l'information le perd en objectivité⁵¹ »*, nous prévient-on car l'émotion trouble le lecteur. Mais cette dernière prescription ne fait pas unanimité, certains auteurs plaident, au contraire, pour une plus grande place à l'émotion : « *Nier l'émotion au profit de la raison, c'est nier l'aspect humain des réalités, donc leur dimension la plus importante : par exemple, parler de dénatalité en termes de démographie uniquement, de ses conséquences sur le pouvoir et le poids d'une communauté par rapport à une autre sans parler des conditions de vie faites aux femmes, des garderies, des effets de la pollution nucléaire et chimique sur la génétique et la non-fertilité⁵². »*

Cela s'oppose donc au sensationnalisme qui « *mise sur le particulier, l'inusité, l'inattendu, gonfle le fait divers et ne fait pas la distinction entre la propagande et l'information, entre le respect et le viol de l'intimité, entre la transmission et l'exploitation de l'émotion⁵³ »*. Dans les Normes et pratiques journalistiques en vigueur à la Société Radio-Canada, la notion de sensationnalisme est associée à l'utilisation exagérée de scènes de douleurs et de souffrances dont la diffusion est tolérée « *seulement lorsqu'elles sont nécessaires à la compréhension d'une information importante⁵⁴ »*. Selon les décisions du Conseil de presse du Québec (CPQ), les accusations de sensationnalisme « *réfèrent à la volonté de la presse d'attirer l'attention, au détriment de sa responsabilité d'informer sur les sujets d'intérêt public⁵⁵ »*.

Outre le sensationnalisme, le manque de sérieux en journalisme est souvent associé au manque de rigueur. L'écrivain et ex-journaliste Pierre Godin le dénonce à sa façon : « *Il m'arrive de lire des articles écrits par des journalistes très haut cotés au Québec sur des sujets que, moi, je connais à cause de mes fonctions actuelles, et je constate qu'on ne cherche qu'à amuser les gens, à les étonner ou à les exciter plutôt qu'à les informer vraiment*⁵⁶. »

Que ce soit sous le mode de l'énoncé explicite (ce que les journalistes doivent faire) ou sur le mode de la dénonciation (ce que les journalistes ne doivent pas faire), les prescripteurs qui se prononcent à ce sujet opposent le sensationnalisme au sérieux qui devrait caractériser les messages journalistiques.

À sa façon, l'essayiste Jacques Pelletier a résumé en un premier temps ce qui devrait être attendu du journalisme, comme de toute autre production intellectuelle en quelque sorte, pour ensuite dénoncer l'échec médiatique face à un tel programme. « *Acquérir des connaissances, élargir les limites de son savoir, c'est accroître son champ de conscience pour pouvoir être en meilleure possession de sa vie et " gérer " mieux son rapport à autrui et au monde*⁵⁷. » Cela est très similaire à la rhétorique de la mission démocratique selon laquelle le journalisme éclaire les choix des citoyens. Cependant, Pelletier constate plutôt le « *triomphe bruyant d'une certaine civilisation médiatique fondée sur le culte de l'insignifiance...*⁵⁸ ». Le chercheur Jean Charron rapporte pour sa part les propos d'un député de l'Assemblée nationale du Québec qui dénonçait la superficialité des médias, lesquels n'avaient pas couvert une commission parlementaire qu'il jugeait importante, mais avaient envahi son bureau après avoir appris qu'il avait maigri⁵⁹. Voilà un exemple de prescription sur le mode de la dénonciation, provenant d'un prescripteur secondaire.

Si le journalisme est réellement le chien de garde de la démocratie, et si l'information journalistique doit être sérieuse sans être ennuyante, éviter les débordements typiques du sensationnalisme et de l'information spectacle, viser la raison avant de susciter l'émotion sans être coupée de cette dernière pour autant, cela devrait en faire une production discursive ayant certaines caractéristiques précises quant à son contenu. Le journaliste sera considéré « digne de ce nom » s'il produit des messages sérieux qui portent sur des choses sérieuses, ou à propos de thèmes qui portent à conséquence pour la vie démocratique, des thèmes « citoyens » plutôt que des préoccupations considérées comme triviales ou trop orientées sur la fonction ludique de la communication.

Avec des informations d'intérêt public

Vouloir être au service de la démocratie propulse les journalistes dans le service public. Ils ont alors la tâche de faire circuler des messages qui touchent les enjeux publics ayant des retombées ou des impacts sur la vie des citoyens. Ce qui se dessine derrière cette prescription, c'est l'obligation pour les messages journalistiques d'être avant tout d'intérêt public par opposition à la curiosité publique ou encore aux intérêts particuliers. On l'a vu, il est certes préférable que le message journalistique d'intérêt public soit également divertissant ou intéressant pour le public, mais s'il faut choisir entre ces deux termes, le premier doit l'emporter sur le second. La principale association de journalistes au Québec soutient à cet effet que la meilleure information journalistique « *c'est une information d'intérêt public, crédible, indépendante, originale et vérifiée qui porte sur les affaires de notre société. Elle est cueillie et diffusée selon des normes déontologiques bien définies. Le public qui la reçoit peut s'y fier puisque c'est pour lui qu'elle est faite et non pour servir des intérêts privés ou canaliser son pouvoir d'achat*⁶⁰. »

Cette conception « noble » du journalisme est une variation autour d'une constante puisque la juriste Nicole Vallière rapporte une prise de position de la même FPJQ, au début des années 1970, à l'effet que l'information journalistique « *doit porter sur ce qui est socialement significatif... [Sur] tout ce qui est nécessaire à un citoyen pour qu'il participe pleinement à la vie de la société...*⁶¹ »

Dans un ouvrage répandu dans les programmes de journalisme au Québec, le journaliste Pierre Sormany parle pour sa part d'information significative qui « *est celle qui éclaire la société où l'on vit, celle qui nous met en "communion" avec les autres, celle que l'on partage avec ses voisins de quartier, avec les gens que l'on rencontre quotidiennement*⁶². » Il reprend plus loin une distinction devenue classique en invitant ses lecteurs à ne pas « *confondre en effet l'intérêt d'une information pour le public avec la notion d'intérêt public ! La presse à sensation franchit souvent cette frontière entre ce qui n'a qu'un intérêt anecdotique et ce qui est significatif*⁶³. »

La jurisprudence québécoise, qui regroupe des prescripteurs de troisième rang, va dans le même sens quand elle aborde ce concept qui « *signifie principalement que la diffusion de cette information ne doit pas répondre à un simple objectif de voyeurisme médiatique. Il faut que l'on retrouve une utilité sociale à la diffusion de cette information*⁶⁴. » Pour sa part, l'ombudsman de la Société Radio-Canada a déjà fait valoir que cette notion « *embrasse [...] toute information qui pourrait être utile au citoyen pour bien comprendre un événement ou une situation susceptible d'avoir, pour lui, une signification sociale, politique ou économique* », tout en ajoutant lui aussi

« qu'il ne faut pas confondre intérêt public avec curiosité publique⁶⁵ ». Le journaliste André Pratte dénonce pour sa part la pseudo-information qui « tire l'information authentique vers le spectacle⁶⁶ », avant de reprendre à sa façon la distinction classique entre intérêt du public et intérêt public : « Il y a donc contradiction entre l'intérêt public et ce qui intéresse spontanément le public. L'intérêt public exige que l'information élargisse les horizons de la population pour lui permettre de mieux se situer, de mieux comprendre le monde et la société dans laquelle elle vit. Au contraire, une information qui cherche seulement à attirer de nouveaux clients les renvoie constamment à eux-mêmes, tels que la société les a moulés⁶⁷. »

Cette obligation trouve souvent sa place dans plusieurs textes déontologiques visant la pratique du journalisme au Québec, sans être clairement définie toutefois. Par exemple, la politique d'information du service Information et Affaires publiques de Télé-Métropole affirme que ce service « possède un droit inaliénable de divulguer tout aspect de la réalité collective qui lui paraît relever de l'intérêt public⁶⁸ ». Le Guide de déontologie des journalistes du Québec est également explicite à cet effet : « Les journalistes servent l'intérêt public et non des intérêts personnels ou particuliers. Ils ont le devoir de publier ce qui est d'intérêt public. Cette obligation prévaut sur le désir de servir des sources d'information ou de favoriser la situation financière et concurrentielle des entreprises de presse⁶⁹. »

Dès 1987, l'article 8 de la Charte du journalisme de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) invitait les journalistes à distinguer ce qui est d'intérêt public de ce qui relève de la curiosité du public⁷⁰. L'Association canadienne des journaux (autrefois Association canadienne des quotidiens) a adopté une déclaration de principes qui confirme « l'engagement des quotidiens canadiens de travailler dans l'intérêt public⁷¹ ». Le code de déontologie de l'Association canadienne des directeurs de l'information radio-télévision va dans le même sens en affirmant que le « journalisme électronique a pour but principal d'informer le public d'une façon équilibrée, précise et complète sur des événements importants⁷² ». Il en va de même dans le code de déontologie de l'Association canadienne de la radiodiffusion : « Reconnaissant que la saine controverse est essentielle au maintien des institutions démocratiques, les radiotélédiffuseurs encourageront la présentation de nouvelles et d'opinions sur des sujets controversés qui comprennent une composante d'intérêt public⁷³. »

Le Conseil de presse du Québec a reformulé sa doctrine ces dernières années afin de préciser que « La liberté de la presse et le droit du public à l'information s'appliquent dans le contexte de l'information véhiculée par les médias et par les professionnels de l'information ; leur fonction première est de livrer à la population une information exacte, rigoureuse, complète sur toute question d'intérêt public⁷⁴. »

Même le code de déontologie de la controversée station de radio CHOI-FM75, dont le respect était conditionnel au renouvellement de sa licence par le CRTC en 2002, aborde l'importance de l'intérêt public de l'information qui sera diffusée au public : « *Par la mise en ondes d'émissions de tribunes téléphoniques ou de toute autre émission qui permet la participation des auditeurs, Genex souhaite offrir au public la possibilité de participer aux débats de l'actualité et de présenter des points de vue diversifiés sur des sujets d'intérêt public*⁷⁶. »

Ce ne sont donc pas les prescriptions récurrentes qui manquent. Et pourtant, cela cache une source potentielle de conflit rarement abordée par les journalistes qui font rarement la distinction entre l'intérêt public d'un thème et l'intérêt public des énoncés qu'ils tiennent au sujet de ce thème. Aussi longtemps que la discussion demeure générale (au niveau macro), il y a peu de risques de relever des objections quant à la prescription relative à l'intérêt public que doit avoir l'information journalistique. C'est au niveau spécifique (le niveau micro) de l'analyse, lorsqu'on doit évaluer si tel article, tel reportage, telle nouvelle est d'intérêt public ou non, en tout ou en partie, que les affrontements sont les plus susceptibles de se manifester. Il faut alors aller au-delà de la prescription de principe quant à la notion d'intérêt public des messages journalistiques et tenter de cerner le mieux possible les enjeux ou sujets (les thèmes) ainsi que le contenu des énoncés (les rhèmes⁷⁷) que cela représente concrètement⁷⁸.

Au-delà des énoncés de principes, les prescripteurs primaires sont souvent réfractaires à proposer des critères précis relatifs aux thèmes qui seraient d'intérêt public. En ce qui concerne la question des rhèmes, elle est totalement ignorée de leur part, contrairement à d'autres prescripteurs qui estiment que les propriétés des rhèmes (des énoncés vrais, rigoureux, un traitement équitable, etc.) peuvent servir à qualifier et évaluer le niveau d'intérêt public d'un reportage, d'un article, d'un commentaire même⁷⁹. Le meilleur exemple en est peut-être le Conseil de presse du Québec selon lequel « *il est difficile de définir la notion d'intérêt public. Cette notion n'est pas statique, mais en constante mouvance. Elle demeure générale et n'a de sens que si elle est appliquée à une société et à une époque donnée. Néanmoins, il est possible de prétendre que la notion d'intérêt public en information s'étend à tout ce qui est nécessaire au citoyen pour qu'il participe pleinement à la vie en société*⁸⁰. »

On verra plus loin que d'autres prescripteurs sont plus explicites que les journalistes à cet égard. Cela peut vraisemblablement s'expliquer par le fait que les journalistes ont un intérêt stratégique à ne pas définir avec trop de précision le territoire qu'ils peuvent arpenter en toute

légitimité, puisque cela a pour corollaire d'identifier des zones qui leur seraient interdites, alors même que de telles zones (des aspects de la vie privée de personnalités publiques par exemple) peuvent avoir une grande valeur commerciale, surtout dans un contexte d'hyperconcurrence médiatique.

L'analyse de l'évolution et des transformations des pratiques journalistiques est nettement plus aisée et pertinente quand elle se penche sur les thèmes de prédilection des médias d'information, en tenant compte de leur degré d'intérêt public par exemple, que lorsqu'elle s'intéresse à la véracité ou à l'équité des rhèmes (exactitude des énoncés, équilibre des points de vue, droit de réponse, présence de sources anonymes, recours à des procédés clandestins de cueillette de l'information, etc.⁸¹). D'autant plus que la notion d'intérêt public, en journalisme, évolue avec le temps et certains soutiennent même qu'elle serait liée au consensus social. Le journaliste Jean-V. Dufresne a déjà fait valoir qu'une situation « *d'intérêt public [...] ne saurait être définie par le jugement d'une seule personne* ». Selon lui, une telle définition ne doit pas être subjective mais doit plutôt correspondre « *à l'opinion d'un large consensus social, à des traditions morales et politiques. L'intérêt public s'apprécie, chez le journaliste, à la lumière d'une culture collective*⁸². » Alors vice-président Information et Affaires publiques de Télé-Métropole, mais devenu par la suite président de Gesca et éditeur du quotidien *La Presse*, Guy Crevier partageait lui aussi cette acception constructiviste de la notion d'intérêt public quand il écrivait que « *l'information, dans les thèmes abordés par la presse généraliste, demeure nettement à l'intérieur des frontières délimitées par les tendances sociales, culturelles, économiques et politiques de la majorité. La presse répond ainsi à son premier mandat de servir l'intérêt public*⁸³. »

Cette conception de l'intérêt public basée sur le consensus social doit être mise en rapport avec la mission économique des médias d'information qui veulent plaire au plus grand nombre possible de « clients » potentiels, notamment en évitant d'en indisposer volontairement une certaine partie.

On l'a vu, selon certains prescripteurs issus du milieu journalistique, l'intérêt public d'un thème ou d'un enjeu n'est pas avant tout fondé sur sa véracité ou son importance objective, mais bien sur le niveau d'acceptation sociale qu'il mobilise. Cette conception demeure cependant floue eu égard aux enjeux ou thèmes qui seront considérés d'intérêt public, alors que d'autres journalistes se montrent plus précis et explicites dans leurs attentes et prescriptions.

Ainsi, certaines recherches ont permis de mieux cerner comment les journalistes définissent ce qui est d'intérêt public. Il faut toutefois

considérer qu'il s'agit de points de vue qui ne détaillent pas l'éventail des thèmes que les journalistes doivent traiter, mais ils sont néanmoins révélateurs de normes intériorisées au sein de la profession. Par exemple, l'enquête de Pierre Fortin, professeur d'éthique, a le mérite de nous révéler les considérations prises en compte par les journalistes pour déterminer ce qui est d'intérêt public. Selon eux, ce serait le cas de l'information « lorsqu'elle concerne "un plus grand nombre de gens que les acteurs de l'événement lui-même", lorsqu'elle est utile "à la formation du jugement d'un citoyen dans l'exercice de ses responsabilités démocratiques" ou encore "si elle est susceptible d'avoir un impact sur le quotidien des citoyens, un impact concret pour la communauté". Une nouvelle est également d'intérêt public lorsque sa diffusion "aide l'auditeur ou le lecteur à saisir ce qui se passe dans la société" ou lorsque "le lecteur peut y trouver matière à s'améliorer et la société à changer". Une nouvelle est d'intérêt public... parce que "l'information [qu'elle donne] peut susciter des débats" ou "faire progresser des débats"[...] Une information revêt également un caractère public si elle concerne "un homme public dans l'exercice de son travail public" et lorsqu'elle "a rapport aux fonds publics", qu'elle met en cause du financement collectif [...] le fonctionnement des institutions sociales (école, justice, système de santé) et des institutions privées sollicitant un appui du public⁸⁴. »

On peut reformuler ces considérations sous la forme de critères selon lesquels serait d'intérêt public l'information :

- qui concerne un grand nombre d'individus ;
- dont la diffusion est plus bénéfique que néfaste pour le plus grand nombre ;
- qui est utile pour éclairer les citoyens dans les choix qu'ils ont à faire quant à leurs comportements politiques, sociaux, économiques, religieux et autres ;
- qui favorise la participation à la vie démocratique ;
- qui concerne le fonctionnement d'institutions publiques ou l'utilisation de fonds publics ;
- qui est de nature émancipatrice ;
- qui a un lien démontrable avec la sphère publique.

En analysant les messages journalistiques à la lumière de ces critères, on peut établir l'intérêt public de leurs thèmes et de leurs rhèmes. Il serait possible également d'évaluer le degré d'intérêt public des messages journalistiques en fonction du nombre de critères suivis ou de l'importance relative de ces critères d'une situation à l'autre.

Au-delà des prescripteurs primaires, Nicole Vallières résume ce que les prescripteurs légaux ont pu dire au sujet de l'intérêt public de l'information journalistique. Selon elle, l'acceptation légale de l'intérêt public est plus restrictive que l'acceptation journalistique qui est

caractérisée par un flou conceptuel et stratégique qui permet de diffuser des informations concernant des événements dont la portée sociale est de très faible importance. En droit québécois, l'intérêt public de l'information ne saurait être assimilé à tout ce qui peut intéresser la curiosité du public⁸⁵, ce qui rejoint des points de vue exprimés plus haut par certains prescripteurs primaires, mais s'éloigne du constructivisme qui peut légitimer la curiosité publique. La juriste réfère à Odgers qui mentionne les sujets suivants comme étant d'intérêt public :

- les affaires de l'État comme la politique étrangère ou intérieure, le comportement des fonctionnaires, les discussions entourant des réformes, toutes les lois pouvant être adoptées par les élus, les taxes et impôts, etc. ;

- l'administration de la justice, incluant les comportements des parties ou des témoins, le verdict des jurys, le déroulement des procès aussi longtemps qu'il s'agit de comptes rendus et non de commentaires tant que le procès n'est pas terminé

- les institutions politiques et les administrations locales, ce qui fait référence aux conseils municipaux, les institutions consacrées aux soins de santé et à l'éducation, les services publics, etc. ;

- les affaires religieuses, comme le fonctionnement ou l'administration des paroisses, le comportement des religieux, les débats théologiques, etc. ;

- les livres, films, les arts et l'architecture, le théâtre, les concerts et autres divertissements publics, ce qui d'une certaine façon diminue l'écart pouvant exister entre acception légale et acception journalistique de l'intérêt public en information ;

- les autres situations qui interpellent le public, notamment lorsque des individus acquièrent le statut de « personnalité publique » par leurs comportements, leurs déclarations, leurs inventions, leurs biens ou leur influence dans le déroulement des affaires relatives à ce qui est d'intérêt public⁸⁶.

Toujours dans la sphère juridique, le juriste Martin Michaud rapporte que certains suggèrent l'idée que la notion d'intérêt public tournerait autour de trois principaux pôles : l'État au sens large, les personnes publiques et ce qui touche aux œuvres artistiques⁸⁷.

Un prescripteur secondaire, Benoît Gignac, président du Groupe Gignac Communication Marketing, propose quant à lui une définition qu'il caractérise par l'exemple : « *Il y a intérêt public lorsqu'on peut affirmer sérieusement qu'une situation donnée peut avoir un impact sur une partie importante de la population. L'affaire José Théodore n'était pas d'intérêt public, l'affaire Gilbert Rozon non plus*⁸⁸. Tous les jours, des situations particulières, potentiellement inacceptables, sont amenées devant les tribunaux, gérées par

*des corps publics, corrigées par des entreprises privées responsables. Cela n'en fait pas pour autant des sujets d'intérêt public*⁸⁹. »

Selon lui, pour que les journalistes puissent assumer pleinement leur travail de diffuseurs de messages d'intérêt public, ils doivent ni plus ni moins combattre l'appétit commercial de leurs employeurs : « *Les journalistes, en espérant qu'ils soient encore croyants en une importante fonction démocratique, soit celle de rapporter des faits et de les analyser de façon objective et équitable, doivent retrouver une forme d'indépendance face aux entreprises médiatiques pour lesquelles ils travaillent. Malheureusement, à l'heure actuelle, ni la FPJQ ni le Conseil de presse, dans leur rôle respectif, ne peuvent relever cet important défi*⁹⁰. »

Plusieurs doutent que les journalistes à l'emploi d'entreprises de presse – propriétés de conglomerats – puissent être à la hauteur de cette prescription. Par exemple, l'Association des libraires du Québec estime que la concentration de la propriété des médias n'est pas compatible avec une telle conception et affirme que l'intérêt public « *s'intéresse plutôt à la qualité de l'information, à la diffusion des produits culturels et à la diversité culturelle : tout ce qui est menacé par les conglomerats*⁹¹ ». Une telle prise de position témoigne de la méfiance de certains quant à l'indépendance réelle des journalistes qui seraient en quelque sorte détournés de leur obligation face au public afin de mieux servir les intérêts commerciaux de leur employeur. Cette crainte ne doit pas être prise à la légère car les journalistes eux-mêmes, par l'intermédiaire de leur syndicat, revendiquent leur indépendance, au nom du public : « *Les propriétaires des médias doivent reconnaître formellement dans les conventions collectives l'indépendance professionnelle des journalistes, comme c'est le cas notamment au Soleil et à La Presse. Ils doivent en particulier reconnaître que la première obligation professionnelle du journaliste est à l'égard du public, à travers le média qui l'emploie. Pour être crédible, l'indépendance du journaliste doit pouvoir s'exercer à l'égard du propriétaire*⁹². »

Sur le mode critique, Colette Beauchamp déplore quant à elle la trivialité de la presse commerciale qui ignore l'intérêt public et s'éloigne du même coup de sa mission démocratique. Elle plaide pour une information moins institutionnelle, tournée vers les événements sociaux qui ont un impact sur la vie des gens, et appelle les médias à s'intéresser « *à ce qui se déroule sous leurs balcons, non pas seulement dans les enceintes officielles des hôtels chics du centre-ville ou sur les collines parlementaires*⁹³ ». Comme quoi l'information d'intérêt public peut être associée à des thèmes marqués par la proximité de la vie quotidienne des citoyens, ce qui s'oppose à une conception plus « élitiste ».

Dans la même veine, on retrouve chez certains représentants de la presse alternative une critique de la presse commerciale qui sous-entend

que cette dernière ne serait plus à la hauteur de sa fonction démocratique historique car le « bon journalisme » se pratiquerait ailleurs dorénavant : *« Outre ses conditions de production, la presse indépendante se distingue de la presse commerciale par de multiples aspects. Souvent par ses choix éditoriaux. Elle ne contient pas de cahier des sports, ni d'annonces classées. On n'y trouve pas non plus de cahier sur le bricolage, les voyages, la rénovation ou le jardinage, qui ne sont souvent que des publi-reportages déguisés. Elle ne traite pas non plus du fait divers, des hauts et des bas de la vie de nos divas, ni de l'information générale sur la fermeture des axes routiers, par exemple. On n'y trouve peu ou pas de publicité institutionnelle ou des grandes corporations. La presse indépendante s'intéresse à des aspects de la vie en société peu couverts par les grands médias, mais qui n'en intéressent pas moins un large public⁹⁴. »*

S'exprimant à titre personnel devant les parlementaires québécois, une citoyenne déplore que *« l'espace réservé à l'information soit de plus en plus occupé par des faits divers, subordonnant l'information aux instincts les plus condamnables de l'être humain. Telle quelle, cette information sous-estime la capacité d'intelligence de la population québécoise⁹⁵ »*. Par ailleurs, elle plaide pour davantage de journalisme d'enquête et d'information liée aux affaires publiques et à la politique municipale. Certes, on ne peut généraliser ce point de vue à l'ensemble des citoyens, mais il est porteur d'une intention prescriptive qui fait de l'information journalistique un produit « noble » s'adressant à la raison par opposition à certains messages qui veulent jouer sur le registre des émotions et des sensations⁹⁶. Cette citoyenne, prescriptrice de dernier rang, rejoint les discours dominants tenus par nombre de prescripteurs du premier rang que sont les journalistes. Ceux-ci, par le biais d'un de leurs syndicats, affirment que le journalisme est *« un travail dont l'esprit d'indépendance et l'étanchéité deviennent de plus en plus fragiles, particulièrement dans un contexte où les intérêts économiques menacent la liberté d'exercice du travail et, par conséquent, l'intérêt public⁹⁷ »*.

Soutenir que les messages journalistiques doivent être au service de l'intérêt public, c'est soutenir de façon implicite, chez certains prescripteurs, que cette information ne doit pas être manipulée, détournée ou soumise à la promotion d'intérêts particuliers. C'est dans cet esprit, par exemple, qu'une association, la Presse étudiante nationale, soutenait dès le milieu des années 1960 que le *« journal étudiant doit tendre constamment à l'objectivité et doit éviter de manipuler l'information à l'avantage des causes ou de l'idéologie dont il peut, par ailleurs, se faire le défenseur⁹⁸ »*. Plus récemment, le commentateur et journaliste Laurent Laplante revient sur ce thème, en dénonçant cette fois la soumission du journalisme aux impératifs économiques. Selon lui, la *« montée en puissance du néolibéralisme affadit tellement l'intérêt public que s'amplifie une crainte : les*

médias sont-ils désormais dispensés, se sentent-ils désormais dispensés d'une préoccupation civique ? », avant d'ajouter que « les journalistes ne distinguent pas toujours nettement intérêts corporatifs et besoins sociaux⁹⁹ ». Ces prescriptions se démarquent de ce que soutenait en 1934 Eugène L'Heureux, alors rédacteur à L'Action catholique de Québec, quand il énonçait certaines configurations du journaliste qui pouvait être « soit rédacteur, nouvelliste (reporter), publiciste ou auxiliaire¹⁰⁰ ».

Les journalistes devraient donc être au-dessus des intérêts commerciaux de leurs employeurs afin de mieux servir le public. Si une telle prescription est mise en application, on ne devrait pas mesurer de différence significative dans l'ampleur et l'orientation de la couverture que les journalistes accordent à des événements, à des organisations ou à des « produits » qui ont un lien quelconque avec leur employeur.

Cette posture ne parvient cependant pas toujours à caractériser avec précision ce qui distingue réellement intérêt public et intérêts particuliers, ou encore quelle proportion ou quelle diversité de messages provenant d'intérêts particuliers on doit trouver dans un reportage ou une nouvelle pour leur reconnaître le statut d'information journalistique d'intérêt public. Le fait qu'un message journalistique soit favorable à certains intérêts particuliers (politique, économique, culturel, etc.) suffit-il à lui enlever toute utilité publique ? On pourrait aussi poursuivre ce questionnement et se demander si le journaliste peut prétendre être le seul communicateur public au service de l'intérêt public, alors que les relationnistes ont de plus en plus cette prétention et élaborent des textes normatifs qui plaident leur utilité sociale ainsi que leur sens des responsabilités professionnelles¹⁰¹. Du reste, le professeur Bernard Dagenais estime qu'en ce qui concerne le journalisme, « l'idéal noble qu'on lui attribue est trahi par des pratiques qui font dominer sa réalité commerciale » et que les relations publiques, en contribuant à la diffusion de messages diversifiés et véridiques, « constituent un réel support à la démocratie¹⁰² ».

Des messages objectifs

On l'a vu, derrière ces prescriptions répétées se trouvent des concepts plus ou moins définis qui ont trait au désintéressement des journalistes tout comme à leur indépendance face aux différents pouvoirs sociaux et économiques. Pour plusieurs, cela est en quelque sorte relié à l'objectivité journalistique qui est un concept qui suscite de longue date des débats sur lesquels il n'y a pas lieu de s'attarder longuement ici. Il suffit de constater que l'exigence d'une objectivité journalistique est encore présente dans les discours normatifs et la

rhétorique des journalistes, même si nous sommes conscients que la définition de cette objectivité est sujette à discussion¹⁰³.

Par exemple, s'adressant à des parlementaires de l'Assemblée nationale du Québec, les dirigeants du quotidien *La Presse* affirment que leur journal « mettra tous ses moyens en œuvre pour faciliter matériellement et moralement le libre exercice de leurs fonctions [celles de leurs journalistes] dans une atmosphère d'objectivité et d'Excellence¹⁰⁴... » Par ailleurs, même s'il critique radicalement l'idéologie de l'objectivité journalistique, qui serait à la fois une illusion et une astuce permettant de mieux servir les intérêts des puissants, Keable admet que cette valeur professionnelle est présente chez les journalistes, presque malgré eux : « L'idée d'objectivité est pourtant, en général et en principe, mal vue par les journalistes, mais on dirait que c'est plus fort qu'eux autres ! Ayant chassé au fond de la géhenne l'ombre même de l'idée d'objectivité, ils finissent toujours par la récupérer, comme une sorte de vieux péché familial [...] Il suffit de leur reprocher d'en manquer pour qu'ils affirment qu'ils en ont à revendre¹⁰⁵ ! »

L'objectivité est un concept complexe du fait qu'il réfère à la fois à la réalité extérieure au sujet et à la capacité de ce dernier de traiter les informations perçues par ses sens (dimension physiologique) de façon telle à ce qu'il y ait une correspondance entre la réalité extérieure et la représentation qui en est faite (dimension cognitive qui repose sur l'usage de la raison, mais qui ne peut échapper aux émotions, aux attitudes, aux valeurs ainsi qu'à un certain équilibre bio-chimique pour chaque sujet)¹⁰⁶.

L'étude des transformations des pratiques journalistiques ne peut pas tenir compte de tous ces facteurs à la fois, et il y a lieu de privilégier certains indicateurs considérés comme plus importants pour observer ces changements et en mesurer l'ampleur le cas échéant. Ainsi, une conception largement répandue de l'objectivité journalistique a rapport avec l'exactitude des faits rapportés et leur congruence eu égard à la réalité décrite. À cet effet, les discours prescriptifs insistent pour qu'il y ait une distinction « entre les faits (ou la réalité) et l'opinion qu'en a le journaliste, qui a pour devoir de les rapporter¹⁰⁷ ». Ainsi, la professeure Armande Saint-Jean aborde-t-elle la question en fonction de la distinction des genres journalistiques : « [...] l'objectivité s'applique à une sphère bien précise de l'information, soit la nouvelle et le reportage par opposition à la chronique, à l'analyse ou à l'éditorial, encore que cette distinction concerne seulement le journalisme d'information comme on le pratique en Amérique du Nord et nommé ainsi pour le distinguer du journalisme de combat ou d'opinion qui se pratique ailleurs, en Europe notamment¹⁰⁸. »

Séparer les genres journalistiques

Cela nous conduit à aborder la question normative de la distinction des genres journalistiques. Les messages journalistiques peuvent être livrés au public sous divers modes ou genres qui vont de l'information la plus factuelle à l'opinion la plus personnelle (nouvelle/compte rendu, reportage, analyse, éditorial, commentaire, chronique, critique, etc.). Le risque maintes fois soulevé dans les débats sur le journalisme est que le public peut-être plongé dans la confusion quand les faits et les commentaires se trouvent incorporés au même message, quand il lui devient impossible de distinguer l'un de l'autre. Cela aurait pour effet de priver le public de sa capacité à juger de la situation, à se faire une idée appropriée de la situation. En somme, cela le priverait d'un jugement libre et éclairé sur la chose publique parce qu'il serait exposé à des messages « contaminés » par les opinions des journalistes.

Les messages journalistiques devraient donc distinguer les faits des opinions afin que les récepteurs demeurent les arbitres ultimes et puissent prendre des décisions éclairées, basées sur des faits qu'ils auront eux-mêmes interprétés, évalués, acceptés ou rejetés, en toute autonomie. Ce souci de protection a profondément inspiré les normes et les pratiques journalistiques. À cet effet, la mise en page, l'identification des rubriques, la typographie ainsi que des conventions ou règles d'écriture peuvent être utilisées afin de faciliter l'identification de ces genres journalistiques.

Sur le plan normatif, cette injonction est affirmée par nombre de prescripteurs de catégories différentes. Il y a tout d'abord, bien entendu, les journalistes eux-mêmes qui en font mention. Le Conseil de presse du Québec, dès 1987, a déclaré que les « médias et les journalistes doivent respecter les distinctions qui s'imposent entre les différents genres journalistiques, lesquels doivent être facilement identifiables afin que le public ne soit pas induit en erreur sur l'information qu'il croit recevoir¹⁰⁹ ». Depuis sa fondation, il a blâmé plusieurs journalistes pour de tels écarts. *Le Guide de déontologie des journalistes du Québec* affirme que les journalistes doivent départager « soigneusement ce qui relève de leur opinion personnelle, de l'analyse et de l'information factuelle afin de ne pas engendrer de confusion dans le public [...] Dans des genres journalistiques comme les éditoriaux, les chroniques et les billets ou dans le journalisme engagé, où l'expression des opinions prend une large part, les journalistes doivent tout autant respecter les faits¹¹⁰. »

Quant aux Normes et pratiques journalistiques de la SRC, elles exigent du journaliste de présenter des reportages « sans exprimer ni refléter son opinion ou ses tendances personnelles. En d'autres mots, il doit savoir se détacher de ses vues personnelles¹¹¹. »

Pour rassurer les parlementaires, les représentants de Transcontinental s'engagent à leur tour à respecter la déontologie du journalisme et à consacrer « *des ressources humaines et financières importantes pour former nos journalistes [...] Tous les aspects de ce métier sont couverts : cueillette de l'information, respect des genres, déontologie, qualité du français et outils de recherche*¹¹². »

Cette injonction est si importante qu'on la retrouvait même chez les journalistes amateurs de la presse étudiante qui devaient « *éviter le commentaire à l'intérieur d'un texte d'information* » et « *identifier clairement comme tels les textes de commentaires*¹¹³... »

Dans un livre collectif dense en prescriptions, l'ex-journaliste Michel Roy, qui fut plus tard président du Conseil de presse du Québec, décrit en même temps qu'il la condamne une certaine forme de confusion des genres journalistiques : « *Convaincus que l'information est l'un des instruments de l'action politique, des rédacteurs s'emploient à présenter les faits et les événements, les paroles et les hommes dans une perspective qui colore ou déforme la réalité. C'est pourquoi il arrive que le journal accorde moins d'importance aux faits qu'à leur signification, réelle ou présumée, moins de relief à l'événement qu'aux réactions qu'il inspire au témoin ; et le lecteur, qui attend la relation d'un fait, obtient plutôt une analyse socio-politique, brillante dans certains cas mais qu'il eût appréciée davantage s'il avait pu lire une honnête description des choses dans la colonne voisine. C'est le drame de la confusion des genres*¹¹⁴»

Outre le fait qu'elle nuirait à la bonne compréhension du public, il faut aussi se méfier de la confusion des genres car elle menacerait l'objectivité des messages : « *Les époques de ferveur et d'enthousiasme ne vont pas sans risques. Les journalistes peuvent abuser de leur pouvoir, prendre leurs opinions pour celles de la nation et vouloir, consciemment ou non, les imposer en colorant les faits. L'information est un phénomène éminemment subjectif, et l'un des défis du journaliste consiste à tenir en retrait son équation personnelle*¹¹⁵»

Jean Charron rapporte que pour les prescripteurs secondaires que sont les élus de l'Assemblée nationale du Québec, la « fusion » des genres constitue une « confusion » des genres. Pour l'élu, le courriériste parlementaire qui éditorialise trop ses comptes rendus devient « *un censeur, un pontife qui outrepassé ses fonctions et usurpe le droit du public à forger sa propre perception et ses propres jugements à la lumière des faits*¹¹⁶ ».

Analysant la jurisprudence québécoise en matière de diffamation, Nicole Vallières et Florian Sauvageau confirment que si l'auteur d'un article formule des commentaires, il doit faire en sorte qu'on puisse les distinguer facilement du compte rendu¹¹⁷. Dans un autre ouvrage déjà

cité, Vallières revient sur cette question et précise qu'il « importe de bien identifier les textes de commentaires afin d'éviter toute confusion quant à la nature de ces articles. Cette absence de précaution peut conduire le public à assimiler une opinion éditoriale, partielle par définition, à un article d'information reposant uniquement sur des faits¹¹⁸. »

Instruit de ces normes journalistiques, le tribunal civil les réaffirme à son tour pour identifier la faute professionnelle d'une journaliste dans une cause de diffamation : « *Le chroniqueur et la critique ne sauraient se soustraire aux exigences de rigueur et d'exactitude [...] Enfin, il importe qu'ils présentent, d'abord les événements de façon factuelle, avant d'en faire la critique, pour que le public puisse se former une opinion en toute connaissance de cause*¹¹⁹. »

De même, dans une cause impliquant la Société Radio-Canada, la juge de la Cour supérieure du Québec exige qu'il y ait une distinction entre l'information factuelle et le commentaire (ou énoncé d'opinion) : « *L'opinion sur un sujet d'intérêt public est en effet prolongé par le droit à la liberté d'expression, dans la mesure où il s'agit d'une opinion honnête et en l'absence de mauvaise foi [...] Pour que la défense s'applique, l'opinion doit être clairement présentée comme telle, et non comme une affirmation factuelle. S'il est impossible à des téléspectateurs raisonnables de distinguer entre les propos qui constituent une opinion et ceux qui constituent une affirmation factuelle, la défense du commentaire loyal est inapplicable. Ajoutons, pour plus de clarté, qu'il incombe aux médias d'éviter de créer une confusion entre faits et commentaires*¹²⁰. »

Conclusion

L'idéal journalistique repose sur bon nombre de prescriptions, dont certaines concernent directement la substance des messages qui seront diffusés tandis que d'autres portent sur les relations des journalistes avec les autres acteurs sociaux. La présente contribution s'est limitée à la partie substantielle de cet idéal journalistique. On y a vu combien le journalisme est considéré comme une fonction sociale noble en démocratie. Les différents prescripteurs sont d'avis que les messages journalistiques doivent avoir diverses propriétés : être sérieux, porter sur des sujets d'intérêt public plutôt que de servir des intérêts particuliers, être objectifs notamment et respecter le principe de la séparation des genres. Reste maintenant à savoir comment les messages réels se situent face à cet idéal, comment ils ont évolué ou se sont transformés dans le temps, sous les pressions des configurations sociales, économiques et culturelles successives.

Historiquement, la distinction des faits et des opinions est une des caractéristiques de la presse contemporaine¹²¹, si bien qu'il serait possible de vérifier dans quelle mesure celle-ci s'étiole ou se transforme avec le temps¹²². Voilà un bon indice discursif pour le travail d'analyse qui s'impose à quiconque se consacre à l'étude des transformations des pratiques journalistiques tout comme à l'essor de pratiques novatrices.

On a aussi vu que la « noblesse » du journalisme dicte à ces derniers le devoir de travailler en fonction de l'intérêt public, ce qui implique une certaine forme de désintéressement de leur part tout comme de la part des entreprises de presse. Là encore, l'importance que peuvent prendre les discours de promotion d'intérêts particuliers, tout comme ceux liés à l'autopromotion des journalistes et des entreprises de presse, peut être un indicateur de changements survenus ou en cours, le cas échéant.

On peut finalement se demander si les prescriptions « nobles » de l'idéal journalistique sont les artefacts d'un ordre ancien, d'une ère révolue pendant laquelle les journalistes ont réellement été à la hauteur de ces attentes. Dans l'éventualité, très peu probable selon nous, où cela ait été le cas, on pourrait parler d'un âge d'or du journalisme et accorder une certaine crédibilité aux discours nostalgiques. Il est plus réaliste de suggérer que de telles normes ont rarement été atteintes dans toute leur plénitude, tout comme il est vraisemblable que l'évolution et les transformations des pratiques journalistiques actuellement en cours s'en éloignent plus ou moins rapidement. Dans tous les cas d'espèce, le fait d'avoir mieux circonscrit cet idéal journalistique fournit un important repère pour évaluer avec plus de précision l'ampleur des transformations en cours ■

Notes

1. CONSEIL DE PRESSE DU QUÉBEC (1979), Déclaration du Conseil de presse du Québec concernant l'éthique de la presse, www.conseildepresse.qc.ca/avis/Avis%201979-04-28.htm.
2. C'est ce à quoi nous nous sommes employé, de façon exploratoire, dans *Pratiques novatrices en communication publique : journalisme, relations publiques et publicité*, (PUL, 2005).
3. À ce sujet, il est fascinant de constater combien le discours normatif a changé depuis le début du 20^e siècle, alors qu'il était possible de voir, par exemple, le père A. Bissonnette publier une recension des interventions de l'Église catholique visant à révéler la « vraie doctrine de l'Église » dans le livret intitulé *L'Antidote contre la mauvaise presse* (1920) où on considère que la liberté de presse est la cause des « maux qui rongent la société » (p. 13). On y développait aussi une acception de l'intérêt public où la religion doit « dominer

tous les partis » en plus « d'éviter de subordonner aux vues et à l'intérêt des particuliers des intérêts supérieurs » (p. 18). Car « un journal catholique a une fin plus élevée que celle-là [la vie des partis] : promouvoir la vie de la foi et assainir les mœurs » (p. 19). De son côté, L'Heureux disait en 1934 que le véritable journalisme est « celui qui consiste à servir sans entrave la cause du Vrai, du Bien et du Beau, celui que représente principalement, chez nous, la presse catholique et indépendante ». C'est un « apostolat fructueux qui s'accomplit avec un double amour surnaturel et naturel. Que sera la récompense de l'au-delà, c'est le secret de Dieu » in L'HEUREUX, Eugène (1934) « Le Journalisme », *L'œuvre des tracts*, Montréal, L'action paroissiale, p. 7.

4. GARDNER Howard, Mihaly Csikszentmihalyi & William DAMON (2001), *Good Work : When Excellence and Ethics Meet*, New York, Basic Books.
5. Voir à cet effet nos ouvrages *Éthique et déontologie du journalisme* (PUL, 2004), particulièrement pp. 246-269 et *Les Fantômes du parlement. L'utilité des sources anonymes chez les courriéristes parlementaires* (PUL, 2000) qui examinent la question des sources anonymes sur les plans normatif et sociologique.
6. Le cas le plus révélateur à ce sujet est sans doute la décision de la Cour suprême du Canada dans la cause Néron c. Société Radio-Canada, en juillet 2004, qui confirmait des jugements des tribunaux inférieurs, mais a néanmoins suscité de nombreux débats chez les journalistes du Québec.
7. Voir à cet effet la discussion sur le pouvoir de nuisance des journalistes qui n'observent pas certaines règles de leur « grammaire » professionnelle. LEMIEUX Cyrill (2000), *Mauvaise Presse : Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Éditions Métailié, Paris, p. 319.
8. Voir à cet effet les propos de Bernard Dagenais, plus loin.
9. Normand Lester a été journaliste à la Société Radio-Canada pendant de nombreuses années, mais il a eu droit à une retraite prématurée après avoir publié un livre qui démontrait que certaines émissions diffusées par la SRC bénéficiaient d'un financement occulte destiné à faire de la propagande en faveur du fédéralisme canadien.
10. *Société Radio-Canada c. Gilles E. Néron* (2004, CSC 53), paragraphe 59 de la décision.
11. Voir la réfutation de Bernier (2004b) concernant cette critique.
12. Voir Pritchard (1991)
13. Pour les besoins de la présente recherche, nous nous sommes penché sur de nombreux documents, dont le magazine *Le 30* de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, les nombreux mémoires déposés par une grande variété d'intervenants devant la Commission sur la culture de l'Assemblée nationale du Québec dans le cadre de ses audiences publiques sur la concentration de la presse, à l'hiver 2001, des décisions de tribunaux, des ouvrages savants, des témoignages de journalistes, des textes normatifs (codes de déontologie, etc.). Nous avons bénéficié du travail d'assistantat de recherche d'Eva Leonardi, étudiante au second cycle en communication publique, au Département d'information et de communication de l'Université Laval.
14. DUVAL Julien (2004), *Critique de la raison journalistique : Les transformations de la presse économique en France*, Paris, Seuil, collection Liber, p. 97.
15. Voir BERNIER Marc-François (2004a), *Éthique et déontologie du journalisme*, seconde édition revue et augmentée, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval, pp. 15-42.

16. Les travaux de cette commission parlementaire, qui se sont déroulés à l'hiver 2001, ont été l'occasion pour les 34 intervenants d'horizons multiples (entreprises, journalistes, syndicats, spécialistes, groupes communautaires, individus) de prescrire plusieurs obligations aux journalistes québécois et aux entreprises de presse. Les points de vue exprimés à cette occasion seront donc repris ici compte tenu de leur représentativité.
17. Transcontinental est le premier imprimeur au Canada et le deuxième plus important éditeur de journaux locaux et régionaux, www.transcontinental.com/fr/index.html, visité le 21 avril 2006.
18. MÉDIAS TRANSCONTINENTAL (2001), *Mémoire : consultation générale sur les conséquences des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal, p. 1.
19. PRATTE (2000), p. 76.
20. FÉDÉRATION NATIONALE DES COMMUNICATIONS (2001), *Mémoire sur les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal, p. 3.
21. Lisée a écrit des essais politiques majeurs, dans lesquels il critiquait le travail de certains journalistes politiques. Il a par la suite été, pendant quelques années, un des principaux adjoints du Premier ministre du Québec, Jacques Parizeau.
22. LISÉE Jean-François (1994), *Le naufrageur*, Montréal, Boréal, p. 651.
23. LISÉE (1994), op. cit., p. 660.
24. *Caluori c. Réseau de télévision TVA inc.*, [1997] R.R.A. 768 (C.S.), p. 9.
25. *Yves Beaudoin c. La Presse et André Noël*, Cour supérieure du Québec, honorable juge Jean-Pierre Sénécal, 18 novembre 1997, p. 14.
26. LAMOUREUX Diane (1992), «La liberté de la presse», in *Éthique de la communication publique et de l'information*, Rimouski, Cahiers de recherche éthique, n°17, p. 57.
27. GIROUX Guy (1992), « L'information en démocratie », in *Éthique de la communication publique et de l'information*, Rimouski, Cahiers de recherche éthique, n°17, pp. 101-102.
28. Quebecor, Gesca (Power Corporation) et Transcontinental.
29. GESCA (2001), *Mémoire : Les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias et des télécommunications sur la qualité et la diversité, la circulation de l'information et sur la culture québécoise*, Montréal, p. 15.
30. GESCA (2001), op. cit. p. 35.
31. QUEBECOR MÉDIA inc. (2001), *Audiences publiques de la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec sur les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal, p. 15.
32. MÉDIAS TRANSCONTINENTAL inc. (2001), *Mémoire : consultation générale sur les conséquences des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal, p. 9.
33. LE DEVOIR (2001), *Mémoire : Les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal, p. 4.
34. SYNDICAT TVA (2001), *Mémoire, dans le cadre de la consultation générale portant sur les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias et des télécommunications sur la qualité, la diversité et la circulation de l'information et sur la culture québécoise*, Montréal, p. 10.

35. FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE DES JOURNALISTES DU QUÉBEC (2001), *Mémoire sur les mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal, p. 5.
36. FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE DES JOURNALISTES DU QUÉBEC (2001), *Mémoire sur les mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal, p. 7.
37. LAPLANTE Laurent (2004), « Que font les médias de la notion d'intérêt public ? » Dixit Laurent Laplante, www.cyberie.qc.ca/dixit/medias.html, visité le 21 avril 2006.
38. GINGRAS Anne-Marie (1999), *Médias et démocratie: Le grand malentendu*, Saint-Foy, Presses de l'Université du Québec, p. 129.
39. PRATTE André (2000), *Les oiseaux de malheur, essai sur les médias d'aujourd'hui*, VLB Éditeur, Montréal, p. 220.
40. PRATTE André, op. cit., p. 87.
41. PRATTE André, op. cit., p. 154.
42. PRATTE André, op. cit., p. 154.
43. PRATTE André, op. cit., p. 203.
44. PRATTE André, op. cit., p. 207.
45. DEVIRIEUX Claude Jean (2001), *Mémoire sur les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal, p. 1.
46. DEVIRIEUX Claude Jean, op. cit., p. 1.
47. FÉDÉRATION NATIONALE DES COMMUNICATIONS (2001), *Mémoire sur les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, p. 3.
48. PICARD Jean-Claude (2001), *Mémoire : vers une démocratisation des médias*, Québec, p. 4.
49. BEAUSOLEIL Jean-Marc (1993), « Dis-moi qui tu adores, je te dirai qui tu es », *Le 30*, vol. 27, n°4, p. 16.
50. BOURQUE François (1993), « Une méga star débarque au village », *Le 30*, vol. 16, n°10, pp. 26-27.
51. BERTHIAUME Pierre (1981), *Le journal piégé ou l'art de trafiquer l'information*, Montréal, VLB Éditeur & Pierre Berthiaume, p. 110.
52. BEAUCHAMP Colette (1988), *Le silence des médias. Les femmes, les hommes et l'information*, Montréal, Les éditions du remue-ménage, p. 140.
53. BEAUCHAMP (1988), Op. cit., p. 59.
54. SOCIÉTÉ RADIO-CANADA (2001), *Normes et pratiques journalistiques*, Montréal, p. 58.
55. DESCHÊNES Ulric (1996), *L'insoutenable légèreté du discours. L'analyse de la jurisprudence du Conseil de presse du Québec*, mémoire de maîtrise, département d'information et de communication, Faculté des Arts, Université Laval, p. 57.
56. GODIN Pierre (1981), *La lutte pour l'information. Histoire de la presse écrite au Québec*, Montréal, Le Jour, p. 279.
57. PELLETIER Jacques (1994), *Les habits neufs de la droite culturelle*, Montréal, VLB éditeur, p. 41.

58. PELLETIER (1994), Op. cit., p. 106.
59. CHARRON Jean (1994), *La production de l'actualité : une analyse stratégique des relations entre la presse parlementaire et les autorités politiques*, Montréal, Boréal, p. 56.
60. FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE DES JOURNALISTES DU QUÉBEC (2001), Op. cit., p. 10.
61. VALLIÈRES Nicole (1985), *La presse et la diffamation*, Montréal, Wilson & Lafleur, p. 91.
62. SORMANY Pierre (1990), *Le métier de journaliste: guide des outils et des pratiques du journalisme au Québec*, Montréal, Boréal, p. 19.
63. SORMANY Pierre (1990), Op. cit., p. 71.
64. A. Caluori c. TVA (1997), p. 6.
65. SOCIÉTÉ RADIO-CANADA (1994), *Rapport annuel de l'ombudsman 1993-1994*, Montréal, p. 65.
66. PRATTE (2000), Op. cit., p. 100.
67. PRATTE (2000), Op. cit., p. 144.
68. POLITIQUE D'INFORMATION DE TÉLÉ-MÉTROPOLE, sans date, p. 1.
69. FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE DES JOURNALISTES DU QUÉBEC (1996), *Guide de déontologie des journalistes du Québec*, Montréal, p. 4.
70. FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE DES JOURNALISTES DU QUÉBEC, *Charte du journalisme*, adoptée à l'assemblée générale de la FPJQ le 16 décembre 1987, in Pierre SORMANY(1990), op. cit., p. 394-396.
71. ASSOCIATION CANADIENNE DES JOURNAUX (1995), *Déclaration de principes*, Adoptée en 1977, revue et corrigée en 1995.
72. ASSOCIATION CANADIENNE DES DIRECTEURS DE L'INFORMATION RADIO-TÉLÉVISION, *Code d'éthique*, Article un.
73. CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIODIFFUSION (2002), *Code de déontologie de l'ACR*, article 7, www.cbsc.ca/francais/codes/ethics.htm.
74. CONSEIL DE PRESSE DU QUÉBEC (2003), *Les droits et responsabilités de la presse*, www.conseildepresse.qc.ca/content/_cpqfram.htm, visité le 6 octobre 2005.
75. Diffusant dans la région de Québec, cette station de radio s'est signalée ces dernières années par ses propos vulgaires, ses attaques personnelles vicieuses et par la diffamation. Cela a conduit l'organisme régulateur canadien, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunication canadiennes (CRTC), à ne pas lui renouveler sa licence de diffusion au cours de l'été 2004. Au moment d'écrire ces lignes, la Cour suprême du Canada n'avait pas encore annoncé si elle se pencherait sur cette décision.
76. DÉCISION CRTC 2002-189, « Code de déontologie de CHOI-FM », article 10, 16 juillet 2002.
77. BRIN, Colette, Jean CHARRON et Jean DE BONVILLE (2004), *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, p. 229.

78. « Le terme de thème est utilisé dans l'analyse textuelle pour désigner le point de départ d'un énoncé, ce dont on parle ; le terme de propos (ou rhème), pour désigner ce qu'on dit du thème, c'est-à-dire les informations nouvelles par rapport au point de départ de l'énoncé ». ACADÉMIE DE NANCY-METZ, *Fiche de terminologie lexicale*, www.ac-nancy-metz.fr/enseignement/lettres/Inspection/Annexes/acc6_terminologie_gram_fr_iv.htm, visité le 26 août 2005.
79. Devant les tribunaux civils, ces aspects peuvent servir à déterminer la faute professionnelle du journaliste.
80. CONSEIL DE PRESSE DU QUÉBEC (2003), *Les droits et responsabilités de la presse*, www.conseildepresse.qc.ca/content/_cpqfram.htm, visité le 15 février 2006.
81. Encore que la pratique qui consiste à corriger rapidement et exhaustivement les erreurs puisse donner lieu à des enquêtes pouvant révéler s'il s'agit d'une pratique novatrice qui émerge de conditions sociales, culturelles et économiques particulières ou bien si elle existe de longue date.
82. AUBIN Henry et al. (1991), *Questions d'éthique*, Montréal, Québec/Amérique, p. 131.
83. CREVIER Guy (1991), « L'information, pas plus folle que les événements », *Le 30*, vol. 15, n°1, p. 21.
84. FORTIN Pierre (1992), « Quelques enjeux éthiques liés à la pratique du journalisme », *Éthique de la communication publique et de l'information*, Rimouski, Cahiers de recherche éthique, n°17, pp. 74-75.
85. VALLIÈRE (1985), op. cit., p. 91.
86. VALLIÈRE (1985), op. cit., pp. 92-93.
87. MICHAUD Martin (1996), *Le droit au respect de la vie privée dans le contexte médiatique : de Warren et Brandeis à l'inforoute*, Montréal, Wilson & Lafleur, p. 32.
88. Gignac fait référence au fait que la famille du gardien de but des Canadiens de Montréal, José Théodore, a eu des démêlées avec la justice en raison d'accusations relatives à des prêts à taux usuraire, ainsi qu'au promoteur de spectacles Gilbert Rozon, reconnu coupable d'agression sexuelle.
89. GIGNAC Benoît (2003), « Libre opinion: Saint-Charles-Borromée, intérêt public ou intérêts médiatiques ? », *Le Devoir*, 3 décembre, p. A6.
90. GIGNAC (2003), op. cit.
91. ASSOCIATION DES LIBRAIRES DU QUÉBEC (2001), Op. cit., p. 6.
92. SYNDICAT DES TRAVAILLEURS DE L'INFORMATION DE LA PRESSE (2001), *Mémoire déposé à la commission parlementaire de la Culture*, Montréal, p. 24.
93. BEAUCHAMP Colette (1988), Op. cit., p. 38.
94. RECTO VERSO et L'AUT'JOURNAL (2001), *Mémoire : impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias et des télécommunications sur la qualité, la diversité, la circulation de l'information et la culture québécoise*, Montréal, p. 6-7.
95. DESLAURIERS Monique (2001), *Mémoire, Commission parlementaire sur la concentration de la propriété des médias*, Montréal, p. 7.

96. Toutefois, les réactions du public dans le cadre des « dérapages médiatiques » de l'automne 2005, évoquées plus haut, indiquent que ce point de vue est partagé par d'autres prescripteurs du public.
97. SYNDICAT TVA (2001), *Mémoire, dans le cadre de la consultation générale portant sur les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias et des télécommunications sur la qualité, la diversité et la circulation de l'information et sur la culture québécoise*, Montréal, p. 2.
98. PRESSE NATIONALE ÉTUDIANTE (1965), *Code d'éthique des journalistes étudiants*, Montréal, Presse Étudiante nationale, p. 6.
99. LAPLANTE Laurent (2004), Op. cit.
100. L'HEUREUX Eugène (1934), Op. cit., p. 5. Notons que pour L'Heureux, le journaliste était nécessairement un homme écrivant dans des journaux, et le journalisme une « vocation ». Le journaliste cherche ainsi la perfection et la « poursuite de cette féconde utopie l'élève sans cesse vers des sommets qui ne seront jamais atteints, il le sait parfaitement, mais dont la seule vue est un réconfort pour son âme ardente » (p. 5).
101. Voir à cet effet le *Code de déontologie de la Société canadienne des relations publiques*, auquel adhèrent les membres de la Société des relationnistes du Québec, www.srq.qc.ca/?s=deontologie, visité le 28 août 2005).
102. DAGENAIIS Bernard (2004), « Les relations publiques, véritable instrument de démocratie », *Communication*, vol. 23, n°1, pp. 19-41.
103. Voir à ce sujet le numéro spécial des *Cahiers du journalisme* (2004, no 13) consacré à la vérité en journalisme, où la question de l'objectivité journalistique est abordée par plusieurs collaborateurs, dont certains cherchent à la réfuter en vertu du paradigme du constructivisme social.
104. GESCA (2001), op. cit. pp. 17-18.
105. KEABLE Jacques (1985), *L'information sous l'influence. Comment s'en sortir*, Montréal, VLB éditeur & Jacques Keable, p. 73.
106. Voir CHANGEUX Jean-Pierre (2004), *L'Homme de vérité*, Paris, Odile Jacob, col. Poches. De nos jours, il devient impossible de parler de l'objectivité sans référer aux neurosciences.
107. SAINT-JEAN Armande (2002), *Éthique de l'information. Fondements et pratiques au Québec depuis 1960*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, p. 41.
108. SAINT-JEAN Armande (2002), Op. cit., p. 58.
109. CONSEIL DE PRESSE DU QUÉBEC (1987), *Les droits et les responsabilités de la presse*, Montréal, p. 11-12.
110. FPJQ. op. cit. p. 8-9.
111. SOCIÉTÉ RADIO-CANADA. Op. Cit., p. 73.
112. MÉDIAS TRANSCONTINENTAL (2001), op. cit., p. 5.
113. PRESSE ÉTUDIANTE NATIONALE (1965), op. cit., p. 9.

114. ROY Michel (1980), «Plaire et informer : L'évolution des pratiques journalistiques au Québec», in Florian SAUVAGEAU et al., *Dans les coulisses de l'information : les journalistes*, Montréal, Québec/Amérique, pp. 15-42, pp. 37-38.
115. GODIN Pierre (1981), Op. cit., p. 124.
116. CHARRON Jean (1994), Op. cit., p. 220.
117. VALLIÈRES Nicole & Florian SAUVAGEAU (1981), *Droit et journalisme au Québec*, Montréal, Edi-GRIC, p. 51.
118. VALLIÈRES Nicole (1985), op. cit., p. 60.
119. COUR SUPÉRIEURE DU QUÉBEC (1997), *Centre de psychologie préventive et de développement humain G.S.M. Inc. et Moncef Guitouni c. L'Imprimerie populaire Ltée, Martine Turenne et Le Devoir Inc.*, District de Montréal, p. 18.
120. COUR SUPÉRIEURE DU QUÉBEC (2000), *Moncef Guitouni c. Société Radio-Canada, Francine Pelletier, Jean Pelletier, Lise Éthier*, p. 13-14.
121. De BONVILLE Jean (1995), *Les quotidiens montréalais de 1945 à 1985 : morphologie et contenu*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, p. 30.
122. Voir à ce sujet WATINE, Thierry (2005), « Séparation des faits et des commentaires : Le déclin d'un principe journalistique fondateur », in Marc-François BERNIER et al. (2005), *Pratiques novatrices en communication publique : Journalisme, relations publiques et publicité*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval, pp. 43-76.

Références bibliographiques

- ASSOCIATION DES LIBRAIRES DU QUÉBEC (2001), *Mémoire : La concentration de la propriété des médias : une menace à la diversité culturelle*, Montréal.
- AUBIN Henry et al. (1991), *Questions d'éthique*, Montréal, Québec/Amérique.
- BEAUCHAMP Colette (1988), *Le silence des médias. Les femmes, les hommes et l'information*, Montréal, Les éditions du remue-ménage.
- BEAUSOLEIL Jean-Marc (1993), « Dis-moi qui tu adores, je te dirai qui tu es », *Le 30*, vol. 27, n°4, p. 16.
- BERNIER Marc-François (2004a), *Éthique et déontologie du journalisme*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval.
- BERNIER Marc-François (2004b), « La Cour suprême n'invente aucune nouvelle contrainte aux journalistes », *Le Devoir*, 31 juillet 2004, B5.
- BERNIER Marc-François (2000), *Les Fantômes du Parlement. L'utilité des sources anonymes chez les courriéristes parlementaires*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval.
- BERTHIAUME Pierre (1981), *Le journal piégé ou l'art de trafiquer l'information*, Montréal, VLB Éditeur & Pierre Berthiaume.
- De BONVILLE Jean (1995), *Les quotidiens montréalais de 1945 à 1985 : morphologie et contenu*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture

- BISSONNETTE A. (1920), *L'Antidote contre la Mauvaise Presse*, St-Hyacinthe, imprimerie La Tribune.
- BOURQUE François (1993), « Une méga star débarque au village », *Le 30*, vol. 16, n°10, pp. 26-27.
- BRIN Colette, Jean CHARRON et Jean DE BONVILLE (2004), *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*, Québec, Les Presses de l'Université Laval.
- CHANGEUX Jean-Pierre (2004), *L'Homme de vérité*, Paris, Odile Jacob, col. Poches.
- CHARRON Jean (1994), *La production de l'actualité: une analyse stratégique des relations entre la presse parlementaire et les autorités politiques*, Montréal, Boréal.
- COMMISSION SCOLAIRE DES DÉCOUVREURS, *L'Actualité en classe*, Québec www.actualiteenclasse.com/documentation/6.html, visité le 21 août 2005.
- CONSEIL DE PRESSE DU QUÉBEC (1979), *Déclaration du Conseil de presse du Québec concernant l'éthique de la presse*, www.conseildepresse.qc.ca/avis/Avis%201979-04-28.htm.
- CREVIER Guy (1991), *L'information, pas plus folle que les événements*, in *Le 30*, vol. 15, n°1, p. 21.
- DAGENAIS Bernard (2004), « Les relations publiques, véritable instrument de démocratie », *Communication*, vol. 23, n°1, pp. 19-41.
- DESCHÈNES Ulric (1996), *L'insoutenable légèreté du discours. L'analyse de la jurisprudence du Conseil de presse du Québec*, mémoire de maîtrise, département d'information et de communication, Faculté des Arts, Université Laval.
- DESLAURIERS Monique (2001), *Mémoire, Commission parlementaire sur la concentration de la propriété des médias*, Montréal.
- DEVIRIEUX Claude Jean (2001), *Mémoire sur les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal.
- DUVAL Julien (2004), *Critique de la raison journalistique : Les transformations de la presse économique en France*, Paris, Seuil, collection Liber.
- FÉDÉRATION NATIONALE DES COMMUNICATIONS (2001), *Mémoire sur les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal.
- FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE DES JOURNALISTES DU QUÉBEC (2001), *Mémoire sur les mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal.
- GARDNER Howard, Mihaly Csikszentmihalyi et William DAMON (2001), *Good Work : When Excellence and Ethics Meet*, New York, Basic Books.
- GESCA (2001), *Mémoire : Les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias et des télécommunications sur la qualité et la diversité, la circulation de l'information et sur la culture québécoise*, Montréal.
- GIGNAC Benoît (2003), « Libre opinion : Saint-Charles-Borromée, intérêt public ou intérêts médiatiques? », *Le Devoir*, 3 décembre, p. A6.
- GINGRAS Anne-Marie (1999), *Médias et démocratie : Le grand malentendu*, Saint-Foy, Presses de l'Université du Québec.

- GIROUX Guy (1992), « L'information en démocratie », *Éthique de la communication publique et de l'information*, Rimouski, Cahiers de recherche éthique, no 17.
- GODIN Pierre (1981), *La lutte pour l'information. Histoire de la presse écrite au Québec*, Montréal, Le Jour.
- KEABLE Jacques (1985), *L'information sous l'influence. Comment s'en sortir*, Montréal, VLB éditeur & Jacques Keable.
- LAMOUREUX Diane (1992), « La liberté de la presse », *Éthique de la communication publique et de l'information*, Rimouski, Cahiers de recherche éthique, n°17, pp. 45-57.
- LAPLANTE Laurent (2004), « Que font les médias de la notion d'intérêt public ? » Dixit Laurent Laplante, www.cyberie.qc.ca/dixit/medias.html, visité le 15 février 2006.
- LE DEVOIR (2001), *Mémoire : Les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal.
- L'HEUREUX Eugène (1934) « Le Journalisme », *L'œuvre des tracts*, Montréal, L'action paroissiale.
- LEMIEUX Cyrill (2000), *Mauvaise Presse : Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Éditions Métailié, Paris.
- LISÉE Jean-François (1994), *Le naufrageur*, Montréal, Boréal.
- MÉDIAS TRANSCONTINENTAL (2001), *Mémoire : consultation générale sur les conséquences des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal.
- PELLETIER Jacques (1994), *Les habits neufs de la droite culturelle*, Montréal, VLB éditeur.
- PICARD Jean-Claude (2001), *Mémoire : vers une démocratisation des médias*, Québec.
- PRATTE André (2000), *Les oiseaux de malheur, essai sur les médias d'aujourd'hui*, VLB Éditeur, Montréal.
- PRITCHARD David (1991), « The Role of Press Councils in a System of Media Accountability : The Case of Quebec », *Canadian Journal of Communication*, vol. 16, pp. 73-93.
- PRESSE NATIONALE ÉTUDIANTE (1965), *Code d'éthique des journalistes étudiants*, Montréal, Presse étudiante nationale.
- QUEBECOR MÉDIA inc. (2001), *Audiences publiques de la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec sur les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal.
- RECTO VERSO et L'AUT'JOURNAL (2001), *Mémoire : impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias et des télécommunications sur la qualité, la diversité, la circulation de l'information et la culture québécoise*, Montréal.
- ROY Michel (1980), « Plaire et informer : L'évolution des pratiques journalistiques au Québec », in Florian SAUVAGEAU al., *Dans les coulisses de l'information : les journalistes*, Montréal, Québec/Amérique, p. 15-42
- SOCIÉTÉ RADIO-CANADA (2001), *Normes et pratiques journalistiques*, Montréal.

SORMANY Pierre (1990), *Le métier de journaliste : guide des outils et des pratiques du journalisme au Québec*, Montréal, Boréal.

SAINT-JEAN Armande (2002), *Éthique de l'information. Fondements et pratiques au Québec depuis 1960*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal.

SYNDICAT DES TRAVAILLEURS DE L'INFORMATION DU JOURNAL DE MONTRÉAL (2001), *Mémoire : Les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias*, Montréal.

SYNDICAT TVA (2001), *Mémoire, dans le cadre de la consultation générale portant sur les impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias et des télécommunications sur la qualité, la diversité et la circulation de l'information et sur la culture québécoise*, Montréal.

VALLIÈRE Nicole (1985), *La presse et la diffamation*, Montréal, Wilson & Lafleur.

VALLIÈRES Nicole et Florian SAUVAGEAU (1981), *Droit et journalisme au Québec*, Montréal, Edi-GRIC...

Jurisprudence citée :

COUR SUPÉRIEURE DU QUÉBEC (1997), *Caluori c. Réseau de télévision TVA inc.*

COUR SUPRÊME DU Canada (2004), *Gilles E. Néron c. Société Radio-Canada.*

COUR SUPÉRIEURE DU QUÉBEC (1997), *Yves Beaudoin c. La Presse et André Noël.*

COUR SUPÉRIEURE DU QUÉBEC (1997), *Centre de psychologie préventive et de développement humain G.S.M. Inc. et Moncef Guitouni c. L'Imprimerie populaire Ltée, Martine Turenne et Le Devoir Inc..*

COUR SUPÉRIEURE DU QUÉBEC (2000), *Moncef Guitouni c. Société Radio-Canada, Francine Pelletier, Jean Pelletier, Lise Éthier.*