

## Le quotidien de cinq journalistes scientifiques

Julie PICARD

Journaliste pigiste  
Julie.Picard@dc.ulaval.ca

La Chaire de journalisme scientifique Bell Globemedia de l'Université Laval a organisé le 6 février 2012 une table ronde sur les défis et l'avenir du journalisme scientifique. Cinq invités bien ancrés dans le monde du journalisme scientifique ont confronté leurs points de vue et leur réalité quotidienne.

### De l'importance du Web

Les nouvelles technologies et la montée en puissance des médias sociaux ont modifié la façon de faire du journalisme ces dernières années. À tel point que Pierre Sormany, éditeur et directeur général de Vélo Québec Éditions et du magazine mensuel publié à Montréal *Québec Science*, pense à engager une nouvelle ressource uniquement pour remettre à jour et réactiver le site web du magazine : « Ça nous permettrait de suivre l'actualité de façon plus réactive, de répondre avec des délais moins longs que ceux que nous impose le journalisme magazine ».

Du côté de Radio-Canada, société d'État canadienne de radio et de télévision, un grand chantier a été mis en œuvre pour rassembler le contenu scientifique produit à la télé et à la radio. « Depuis deux ans, on a regroupé les émissions Découverte [émission de télé hebdomadaire d'une durée de 60 minutes] et Les Années lumière [émission de radio hebdomadaire de deux heures] sur

le Web en un module science. Ça n'a pas été une mise au monde très facile, mais aujourd'hui la navigation se passe bien », précise Hélène Leroux, rédactrice en chef des émissions *Découverte* et *La Semaine verte*, une émission de télé hebdomadaire diffusée à Radio-Canada portant sur l'agriculture et l'alimentation. Un blogue science, alimenté par des journalistes des deux émissions, complète le portrait. « Il y a de la place pour la science sur toutes les plateformes, mais la commande est de plus en plus grande pour les artisans », déplore la rédactrice en chef. Et avec les récentes compressions budgétaires infligées au diffuseur public, la tâche sera d'autant plus ardue.

Jean-François Cliche, journaliste au quotidien de Québec *Le Soleil*, possède lui aussi son blogue scientifique. Pour fidéliser les internautes à son blogue, le journaliste doit y écrire presque tous les jours : « Il faut créer des habitudes pour créer un trafic. J'essaie de pondre quelque chose tous les jours pour que les gens reviennent ». Selon Amélie Daoust-Boisvert, responsable de la santé au *Devoir*, quotidien publié à Montréal, les médias qui n'ont pas de blogue science passent à côté de quelque chose parce qu'il y a un grand intérêt de la part des internautes pour s'informer sur la science. « Il y a de l'énergie à mettre sur le Web et les nouvelles plateformes. Il faut être sur Twitter ! C'est un incontournable », ajoute-t-elle. Même constat pour André Picard, responsable de la rubrique Santé publique pour le quotidien pancanadien publié à Toronto *The Globe and Mail*, qui est très actif sur Twitter, du matin au soir. Le partage d'informations sur les médias sociaux amène beaucoup d'affluence sur les sites web. Comme l'information voyage à vitesse grand V, il est nécessaire de rédiger plusieurs versions d'un même papier pour tenir compte des dernières mises à jour et du média sur lequel la nouvelle est diffusée. Pour sa part, André Picard rédige pour chaque article ou chronique une « version Twitter », une version web et une version pour l'édition papier du journal du lendemain. « Malgré tout, il faut essayer de ne pas se perdre. Il ne faut pas juste réagir à la minute. La clé, c'est de chercher l'équilibre. Il faut continuer à faire des enquêtes, chercher des nouvelles différentes pour bien informer notre public, bien partager l'information et maîtriser les médias sociaux », précise Amélie Daoust-Boisvert.

Le Web 2.0 est en train de transformer la façon de faire du journalisme. « Traditionnellement, le journaliste prenait l'information, la traitait puis produisait un texte destiné à un public. Maintenant, avec la variable Web, le journaliste s'adresse à plusieurs niveaux de public. On remarque qu'il organise davantage son propos selon des couches de complexité. Le produit ainsi stratifié convient aux différents internautes », constate Pierre Sormany. Mais le gros changement se voit surtout dans l'interaction

entre les journalistes et le public. Ce dernier est appelé à intervenir de plus en plus dans l'actualité. Il a la possibilité de commenter, de réagir presque instantanément à la nouvelle et même de relancer le débat. « Sur son blogue de L'actualité, un magazine d'information générale publié à Montréal, Jean-François Lisée prend parfois le commentaire d'un internaute à propos d'un de ses textes et «reblogue» là-dessus pour continuer la discussion. On sort donc du schéma des mass media comme uniques producteurs de contenu pour tendre vers un modèle où journalistes et public échangent de l'information, un peu à la manière d'une roue qui s'alimente », complète Sormany. Cette proximité qui s'installe a du bon. André Picard affirme avoir même amélioré des textes grâce à des commentaires de lecteurs.

Mais les journalistes se sentiraient-ils davantage « surveillés » maintenant que le public peut aisément intervenir dans leur travail ? « On se sent surveillés, oui, mais ce n'est pas une mauvaise chose », affirme Jean-François Cliche. Et de préciser : « Ça place plutôt la barre haute, ça nous pousse à bien faire. » En effet, devant l'abondance d'informations présentes sur le Web, le journaliste se doit de produire du contenu de qualité s'il veut être lu et considéré comme crédible. « Internet, c'est l'empire de la rumeur. Il s'y écrit beaucoup de bêtises », ajoute Jean-François Cliche. Selon André Picard, le journaliste sert un peu de guide. « Les gens ont besoin d'aide pour se retrouver dans cette mer d'informations », affirme-t-il. On pourrait croire que le public en général serait tenté de s'accrocher à la première information lue, qu'il n'exercerait pas vraiment son esprit critique devant cette quantité incalculable de contenus de toutes sortes. Selon Pierre Sormany, c'est l'inverse qui se produit : « Les gens continuent de vouloir de la qualité. Plus ils sont bombardés d'informations, plus ils cherchent l'article qui va en profondeur. Le besoin d'information de fond demeure et est même plus grand aujourd'hui qu'avant ».

### Le paradoxe spécialisation/polyvalence

Tous les intervenants s'entendent pour dire que les journalistes spécialisés ont leur place dans l'univers médiatique. Un journaliste spécialisé a l'avantage d'avoir des réflexes plus aiguisés, de tomber moins facilement dans les pièges puisqu'il connaît bien le monde professionnel dans lequel il évolue. On pourrait même aller jusqu'à dire que cette spécialisation apporte une crédibilité supplémentaire. « Un journaliste habitué à couvrir la science évitera de faire des nouvelles avec ce qui n'en est pas. Les chercheurs un peu craintifs ou méfiants sont rassurés aussi quand tu leur dis que tu n'en es pas à ton premier article scientifique, que tu écris souvent sur des sujets très techniques ou complexes », commente

Jean-François Cliche. Mais malgré le besoin d'information de fond grandissant du public, Cliche remarque que les médias ont tendance à couper de plus en plus dans le contenu : « Parfois on dirait qu'il y a des patrons de presse qui voient une salle de rédaction comme un casse-tête où toutes les pièces sont des carrés de taille identique. Un généraliste qui va d'un sujet à l'autre tous les jours ne peut pas trouver l'angle intéressant ou le scoop dans une nouvelle scientifique comme pourrait le faire un journaliste spécialisé ». André Picard y voit un paradoxe : « Tout le monde veut des journalistes polyvalents, mais tout le monde veut des spécialistes aussi ». Chose certaine, au *Globe and Mail*, une place de plus en plus grande est laissée aux sujets spécialisés, aux enquêtes, aux critiques. « Il y a un appétit pour le long form journalism. Moi j'ai fait un papier de 20 000 mots pour le *Globe*. Ça ne se voyait pas il y a 20 ans. L'avenir du journalisme spécialisé n'est pas noir. Il y a des possibilités », nuance André Picard.

Hélène Leroux souligne également l'importance de la spécialité. À *Découverte*, les huit journalistes en poste ont développé, avec le temps, leur propre champ d'expertise. La plupart ont une formation en communication. Peu ont étudié en science : « Jean-Pierre Rogel, par exemple, est notre spécialiste en biologie, en génétique et en écologie. Mario Masson, de son côté, s'intéresse davantage aux questions qui touchent les énergies nouvelles et les technologies. Dès que j'ai un doute sur une question précise, je me tourne vers le journaliste spécialisé dans ce champ du savoir parce que j'ai confiance en ses connaissances. Quand tu confies un reportage à un journaliste, tu dois t'assurer qu'il maîtrise bien la discipline ».

Les journalistes scientifiques de *Découverte* sont en poste depuis plusieurs années. Quand un collègue de la salle des nouvelles arrive dans l'équipe, une adaptation est nécessaire. « Habituellement, ça prend trois ou quatre ans avant que le journaliste se sente à l'aise. C'est assez long parce qu'il n'a pas les connaissances de la science nécessaires qui s'acquièrent avec l'expérience », mentionne Hélène Leroux.

En plus d'être spécialisé, le journaliste scientifique se doit d'être polyvalent. Surtout s'il travaille en télévision, dit Hélène Leroux : « Il doit pouvoir à la fois jouer le rôle de journaliste et celui de réalisateur. Il doit être capable de concevoir et d'aller au bout de la démarche pour obtenir un produit qui se tient ».

### Restriction des moyens et pourtant...

La situation financière des médias est préoccupante. Dans les dernières années, la revue *Québec Science* est passée de douze, à dix et maintenant à huit numéros par année. Pour Hélène Leroux, c'est un

combat de tous les instants : « *Nous devons toujours faire plus avec toujours un peu moins. Depuis 20 ans, les budgets de Découverte n'augmentent pas, alors que les coûts de production augmentent sans cesse. En plus, la commande est de plus en plus grande pour les artisans qui doivent être présents sur toutes les plateformes* ».

Les compressions imposées à Radio-Canada par le gouvernement Harper en avril 2012 n'augurent rien de bon. Elles auront assurément un impact sur l'émission. Hélène Leroux assure que *Découverte* sera de la grille horaire du diffuseur public à l'automne, mais elle ne sait pas quelle forme prendra l'émission : « *À Radio-Canada, on a fait le choix de la qualité. Et le message de la direction de l'information est clair : ce qu'on veut préserver malgré tout, c'est la qualité du contenu. Mais est-ce que les reportages seront aussi beaux à regarder ? Je pense que la rigueur passe par la façon dont on dit les choses, par la qualité de l'information qui est amenée et traitée. Ce n'est pas l'intelligence du propos qui sera ébranlée, ce sera la facture visuelle* ».

Depuis plus de 20 ans, l'émission fonctionne avec des duos journaliste-réalisateur, mais avec les moyens financiers qui diminuent, Hélène Leroux affirme que cette formule est de plus en plus difficile à défendre : « *Pour les années à venir, la clé sera dans la polyvalence et l'autonomie* ». Cette situation diffère sensiblement de celle que vit André Picard au *Globe and Mail*. Le journaliste peut se permettre de consacrer deux ou trois mois chaque année à un gros projet pour lequel il dispose d'un budget de 25 000 \$. De quoi faire rêver bien des journalistes et des patrons de presse...

## Portraits des intervenants

### Amélie Daoust-Boisvert

Titulaire d'un baccalauréat en biologie de l'Université du Québec à Montréal et d'une maîtrise en journalisme scientifique de l'Université Laval, Amélie Daoust-Boisvert travaille comme surnuméraire au quotidien *Le Devoir* depuis 2008, à la suite de l'obtention de la bourse AJIQ<sup>1</sup>-*Le Devoir* cette même année. Elle agit pour l'instant en tant que responsable de la santé.

Couvrir la santé dans un quotidien demande à la journaliste de s'intéresser à la politique ainsi qu'à la santé publique et à la science : « *Tout ce que fait Yves Bolduc<sup>2</sup> et qui est d'intérêt public, il faut que je le sache. C'est mon ministre. Je dois suivre ce qu'il dit, ce qui est écrit sur lui dans les autres journaux* ». En fait, c'est toute la hiérarchie du système

de santé qu'elle doit surveiller : conférences de presse ou annonces des sous-ministres, des directeurs de santé publique, des organismes paragouvernementaux qui gravitent autour du ministère de la Santé et des Services sociaux comme les CSSS<sup>3</sup> et les CLSC<sup>4</sup>, etc.

Par ailleurs, elle suit de près les recherches qui se font dans le domaine de la santé et s'interroge sur leur portée et leur pertinence : « *Je surveille beaucoup les bases de données scientifiques, les résultats de recherche des scientifiques québécois. Je me sers de la science pour éclairer le politique et l'actualité brute de tous les jours* ». Son travail, dit-elle, est loin d'être monotone. Dans une même semaine, elle peut s'intéresser à un médicament contre la dégénérescence maculaire, à la pénurie d'infirmières et à l'origine du cancer du cerveau chez les enfants tout en trouvant le temps de rédiger une petite critique... pour l'agenda télé.

### André Picard

André Picard est responsable de la rubrique santé publique au *Globe and Mail*. Formé en comptabilité et en journalisme, le journaliste est entré en poste au quotidien canadien trois jours seulement après la fin de ses études. Il y est toujours 25 ans plus tard, et espère y rester jusqu'à la retraite, « *si les journaux survivent un autre 25 ans* », précise-t-il.

Au *Globe and Mail*, cinq personnes sont dédiées à la science et à la santé. André Picard s'occupe essentiellement des questions touchant la politique de la santé, d'un océan à l'autre. Comme le territoire qu'il couvre est immense, le journaliste se déplace fréquemment d'une province à l'autre et assiste à plusieurs congrès chaque année. Il rédige chaque semaine une chronique sur un sujet d'actualité. Le plan d'action du ministre de la Santé de l'Ontario en ce qui a trait à la réforme de la santé, l'utilité des implants mammaires, les tabous autour de la syphilis, etc. Les sujets sont variés !

André Picard s'intéresse à la santé internationale – principalement aux maladies infectieuses – ce qui lui permet de voyager en Asie et en Afrique. De plus, deux fois par année, il occupe pratiquement tout son temps à la réalisation de grands projets : « *L'année dernière, j'ai travaillé sur l'Alzheimer. Il y a deux ans, 24 pages du journal ont été consacrées à la maladie mentale* ».

### Jean-François Cliche

Diplômé en histoire et en sociologie, Jean-François Cliche est entré au *Soleil* grâce à un stage au cours de l'été 2001. Depuis, il y est resté. Journaliste généraliste au départ, il couvre maintenant la science et

l'environnement pour le quotidien de Québec. En proposant de créer une chronique dominicale dans laquelle il répond aux questions des lecteurs, Jean-François Cliche a démontré à ses patrons que l'intérêt pour la science avait été sous-estimé. Résultat : la couverture médiatique des questions scientifiques se fait de plus près depuis. Jean-François Cliche porte aussi le chapeau de chroniqueur. Il est responsable d'alimenter le blogue *Sciences dessus dessous* grâce auquel il suit, décortique et analyse l'actualité scientifique.

Une journée-type pour Jean-François Cliche débute avec la tournée d'une vingtaine de sites Web. Les pages de *Nature*, de *Science*, du *New Scientist* et du *New York Times*, pour ne nommer que celles-là, font partie de sa sélection : « *Ce survol de l'actualité scientifique est nécessaire pour que je connaisse les nouvelles les plus récentes, mais surtout pour que je trouve le sujet à aborder dans mon blogue. Idéalement, j'essaie d'être fixé avant 10 heures* ». Le reste de sa journée, il l'emploie à documenter ses réponses aux questions des lecteurs et à interviewer des experts et scientifiques pour son blogue et ses articles de nouvelles. Selon le journaliste, traiter de questions scientifiques et de recherche dans un quotidien est un défi en soi : « *Peu de communiqués sont émis. Les scientifiques n'ont pas le droit de parler aux journalistes avant que le communiqué soit diffusé. Et malheureusement pour moi, les scientifiques sont très disciplinés. Peu de fuites d'information surviennent* ».

### Pierre Sormany

Pierre Sormany est directeur général et éditeur de Vélo Québec Éditions qui possède, entre autres, le magazine *Québec Science*. Avant d'occuper ce poste, il a été pendant près de 12 ans rédacteur en chef des émissions *Découverte*, *La semaine verte* et *L'épicerie* à la télévision de Radio-Canada, puis directeur des émissions d'affaires publiques pendant un peu plus de deux ans. Il a également été journaliste au *Soleil* au courant de ses années d'études au baccalauréat en physique.

Travailler en magazine, dit-il, peut être frustrant : « *On est en retard sur l'actualité ! Le temps de commander le papier au journaliste, de le recevoir et de le réviser, d'envoyer le magazine à l'impression, quelques mois ont passé* ». D'où la nécessité de prévoir ce dont on parlera dans l'actualité à moyen terme : « *Il faut être en avance sur la nouvelle.* » Et pour ce qui est des sujets d'actualité incontournables que le magazine se doit de traiter, la question à se poser est simple : que restera-t-il à dire sur la question deux mois et demi plus tard, alors que les autres médias auront déjà abordé le sujet maintes et maintes fois ? Un défi pour la petite équipe de

quatre personnes, entourée de quelques pigistes. Média d'information avant d'être un média de vulgarisation, *Québec Science* va chercher l'éclairage de la science sur des questions d'actualité sociales, politiques et culturelles. Le magazine est publié huit fois par année.

### Hélène Leroux

Hélène Leroux est rédactrice en chef des émissions *Découverte* et *La semaine verte* à la télévision de Radio-Canada. *Découverte* en est cette année à sa 24<sup>e</sup> saison ; Hélène Leroux, à sa 18<sup>e</sup> au sein de cette équipe qui compte 29 personnes et qui produit 18 émissions originales chaque année.

Chacun des huit journalistes travaille de pair avec un des huit réalisateurs. La majorité des journalistes ont une formation en journalisme mais peu ont été formés en science. Quant aux réalisateurs, ils proviennent du monde de l'audiovisuel. Les journalistes sont responsables du contenu et effectuent toute la recherche nécessaire autour du sujet du reportage. Les réalisateurs concentrent leurs efforts sur la mise en images de l'histoire : « *Ils ont développé la capacité d'illustrer la science* ». Pour trouver leurs sujets de reportage, les journalistes lisent des revues spécialisées et se tiennent au courant de l'actualité, mais le flair et l'intuition y sont aussi pour beaucoup : « *Les journalistes se définissent comme des chercheurs : au départ, ils ont une idée mais ne savent pas ce qu'ils vont trouver au bout du chemin* ». Chaque duo journaliste-réalisateur produit autour de 120 minutes par année, soit 10-12 minutes par mois. Un rythme exigeant.

Ce qui fonctionne bien à *Découverte* : les sujets de grande actualité « *même si on arrive après tout le monde* ». Un bon exemple est l'émission qui faisait la synthèse de tout ce que les gens devaient savoir à propos de la grippe H1N1 : « *On a diffusé l'émission en novembre et malgré toute l'abondante information véhiculée dans les médias, un million de téléspectateurs ont regardé Découverte*<sup>5</sup> » ■

### Notes

1. Association des journalistes indépendants du Québec.
2. Ministre québécois de la Santé.
3. Centres de santé et de services sociaux.
4. Centres locaux de services communautaires.
5. La population du Québec est de 8 millions de personnes.