

Université de Montréal

LES ACTEURS SOCIAUX,
LE POUVOIR ET LA CONCENTRATION DE LA PRESSE

par
France Lajoie

Département de communication
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de Maître ès sciences (M.Sc.)
en communication médiatique

Mars 2004
© France Lajoie



P

90

U54

2004

V. 015

Direction des bibliothèques

AVIS

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

NOTICE

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire.....	VII
Abstract.....	IX
Introduction.....	1
Chapitre I	
Historique de l'enjeu.....	6
1.1 <i>Le Comité Davey</i>	8
1.2 <i>La Commission Kent</i>	9
1.3 <i>Les années 1990</i>	13
1.4 <i>Demande d'une enquête publique</i>	13
1.5 <i>Le sprint des années 2000</i>	15
Chapitre II	
Cadre théorique.....	20
2.1 <i>Les médias, les journalistes et la démocratie</i>	22
2.2 <i>L'école de Francfort et ses théoriciens</i>	27
2.3 <i>Le rôle des médias à travers l'histoire</i>	28
2.4 <i>Habermas et son concept d'espace public</i>	30
2.5 <i>Les critiques</i>	32
2.6 <i>Impacts de la concentration de la presse : trois courants de pensée</i>	37
Chapitre III	
Problématique.....	42
3.1 <i>Les législations existant ailleurs dans le monde</i>	43
3.2 <i>Les limites de l'autoréglementation</i>	49
3.3 <i>Une impasse, des effets pervers</i>	55
3.4 <i>Le défaitisme et l'immobilisme</i>	58

Chapitre IV	
Méthodologie.....	61
4.1 Approche méthodologique.....	62
4.2 Étapes techniques de l'analyse de contenu.....	63
4.3 Démarche.....	65
4.3.1 Présentation et justification du corpus.....	65
Chapitre V	
Présentation des données.....	71
5.1 Bilan des enjeux et des arguments selon les acteurs sociaux.....	72
5.2 Prises de position des acteurs sociaux.....	82
5.3 Enjeux mobilisateurs.....	84
5.4 Étendue de l'influence des acteurs sociaux.....	87
5.5 Les acteurs sociaux les plus influents.....	94
Chapitre VI	
Interprétation des résultats.....	97
6.1 Les groupes de presse : la voix la plus forte.....	100
6.2 Hégémonie de l'espace public démocratique.....	102
6.3 Le pouvoir des experts.....	103
Conclusion.....	105
Bibliographie.....	112
Annexe 1 : Portrait de la propriété dans le secteur de la presse écrite au Québec	118
Annexe 2 : Liste des mémoires.....	120
Annexe 3 : Exemples de promotion croisée chez Quebecor.....	122
Annexe 4 : Couverture médiatique des émissions de télé-réalité par <i>La Presse</i> et <i>Le Journal de Montréal</i> : une enquête du magazine <i>Trente</i>	126

LISTE DES TABLEAUX

- Tableau I : Catégories et sous-catégories d'acteurs sociaux
- Tableau II : Enjeux soulevés par les acteurs sociaux
- Tableau III : Arguments invoqués par les acteurs sociaux
- Tableau IV : Recommandations des acteurs sociaux et de la commission
- Tableau V : Bilan des enjeux selon les acteurs sociaux
- Tableau VI : Bilan des arguments selon les acteurs sociaux
- Tableau VII : Prises de position des acteurs sociaux
- Tableau VIII : Enjeux mobilisateurs
- Tableau IX : Portrait des recommandations retenues par la commission
- Tableau X : Nombre et pourcentage des recommandations retenues par la commission selon la catégorie d'acteurs sociaux
- Tableau XI : Les acteurs sociaux les plus influents

REMERCIEMENTS

Pas mal, pour un sujet « passé date » !

Je remercie le Département de communication de l'Université de Montréal d'avoir cru en mon sujet de recherche, soit la concentration de la presse, après que j'eus essuyé un refus du Département de communication de l'Université du Québec à Montréal, qui avait qualifié mon sujet de « passé date ». Un an plus tard, pourtant, le gouvernement du Québec tenait une commission parlementaire sur la question.

Je tiens à exprimer ma gratitude à mon directeur, M. Marc Raboy, qui a respecté du début à la fin mes centres d'intérêts et mon rythme de travail refreiné par le fait que je travaillais comme journaliste tout le long de mes études de deuxième cycle.

Je suis par ailleurs reconnaissante à mon ancien employeur, M. Antoine Di-Lillo, rédacteur en chef du magazine Avantages, qui m'a permis d'avoir un horaire flexible pour assister à mes séminaires de maîtrise, et à M. Gilles Giraud, qui a révisé mon mémoire avec son œil de lynx !

Enfin, je souhaite remercier le Département de communication de l'Université de Montréal, Henri-Audet/FES et Allard Johnson Communications pour, respectivement, la bourse de rédaction et les deux bourses d'excellence. Cette marque de reconnaissance m'a mise en confiance en attribuant un certain crédit à mon sujet de recherche et elle a été une source de motivation pour l'atteinte de mes objectifs.

Soyons fidèles à nos convictions et allons au bout de nos rêves...

SOMMAIRE

La concentration de la presse inquiète certains citoyens, journalistes et experts en communication depuis les années 1970. C'est cependant au cours de la dernière décennie que le niveau de concentration a atteint des sommets vertigineux. Au Québec, la presse écrite, vecteur de la démocratie, est aujourd'hui sous l'emprise de deux groupes : Power Corporation et Quebecor.

Divers acteurs sociaux s'indignent des effets pervers qui se manifestent çà et là, des comités d'étude se penchent sur la question et font des recommandations, mais l'inaction du gouvernement finit toujours par faire place au silence, au défaitisme du peuple, paralysé par son impuissance face au pouvoir économique.

Dans le cadre de ce travail de recherche, nous traçons les grandes lignes du phénomène de la concentration de la presse afin de mettre en contexte la dernière consultation publique sur le sujet, qui s'est tenue en février 2001. Nous analysons le contenu des 34 mémoires qui ont été déposés lors de la commission parlementaire sur la concentration de la presse afin d'évaluer une dimension de l'influence des acteurs sociaux ayant pris part au débat en comparant leurs recommandations à celles de la commission.

Mots clés : médias, démocratie, concentration de la presse, acteurs sociaux, qualité de l'information.

ABSTRACT

Since the early 1970s, media concentration is certainly of concern for journalists, communication experts and many others. However, during the last decade, the level of concentration has reached its highest peak. In Quebec, the daily newspaper industry, one of the most important vectors of democracy, is now controlled by two newspaper groups: Power Corporation and Quebecor. Numerous social actors are outraged over the negative effects of media concentration that can be observed here and there. Committees are put together to study these issues. They end up making recommendations but the government shelves them, leaving a trail of deception among concerned citizens who feel helpless in front of these economic behemoths. In this study, we outline the phenomenon of mass-media concentration in Quebec in order to put in context the last public hearings on the issue, held in February of 2001.

For the purpose of this research, we analyzed the content of the 34 briefs filed with the Quebec National Assembly parliamentary commission on press concentration. The objective was to determine who was the most influential actor with the Quebec government during and after these hearings. In other words, when the Quebec government drew its conclusions regarding mass-media concentration, which recommendations were then taken into consideration.

Key words: media, democracy, mass-media concentration, social actors, quality of information.

INTRODUCTION

« P

lus ça change, plus c'est pareil ». Un dicton qui épouse bien le phénomène de la concentration de la presse au Québec. En effet, depuis plus de 30 ans, les fusions et les acquisitions se succèdent, modifient le paysage médiatique, provoquent des vagues de protestation, puis... rien. Le débat tombe dans l'oubli et les solutions restent sur le papier.

Ainsi, comme l'indique si bien un document du Centre d'études sur les médias de l'Université Laval, publié en février 2000, *la concentration de la presse écrite* [s'avère] un « vieux » problème non résolu ¹. Pendant que le gouvernement réfléchit sur la question, le niveau de concentration, lui, grimpe. Si bien qu'aujourd'hui, au Québec, deux groupes dominent l'industrie des quotidiens : Power Corporation et Quebecor.

Une situation qui sème l'inquiétude chez certains journalistes, citoyens et experts en communication. Ces derniers ont d'ailleurs exprimé leurs craintes lors de diverses consultations publiques. Notons au passage le Comité Davey, en 1970, la Commission royale d'enquête sur les quotidiens, présidée par Tom Kent, en 1980, la Commission parlementaire sur la concentration des médias, en 2001, et le Comité-conseil sur la qualité et la diversité de l'information, en 2002. Or, malgré ce défilé de comités d'étude, rien n'a été fait jusqu'à ce jour.

¹ Lavoie, Marie-Hélène, Dornan, Chris et Sauvageau, Florian. *La concentration de la presse écrite, un « vieux » problème non résolu*. Les cahiers-médias, Centre d'études sur les médias, 2000.

À maintes reprises, des recommandations ont été faites au gouvernement. Chaque fois, elles sont restées lettre morte. La seule initiative a été la création du Conseil de presse du Québec (CPQ)², en 1973, et cela relevait plus des entreprises et des organismes d'intérêt public que du gouvernement.

Depuis toujours, donc, le débat tourne en rond, mais en attendant, le niveau de concentration gagne du terrain et les effets pervers se manifestent ici et là. Aucun gouvernement n'a encore osé agir. L'absence de consensus sur les impacts de la concentration de la presse est peut-être en cause. En effet, des études montrent que la concentration de la presse peut apporter des avantages comme des inconvénients, tout dépend de la bonne volonté du patron de presse et des autres facteurs environnants.

Les dirigeants politiques refusent d'intervenir, les quotidiens nationaux, étant directement impliqués, traitent peu du sujet, les journalistes, étant à l'emploi d'un des deux empires médiatiques, craignent d'aborder la question. En bout de ligne, les citoyens nagent dans l'ignorance, la télévision publique n'ayant pas cru bon de produire une série de reportages sur la concentration de la presse et la convergence afin d'en expliquer les enjeux et les impacts au sein d'un système démocratique.

À la lumière de ces constats, il nous paraît intéressant et pertinent de faire le point sur la concentration de la presse, un phénomène qui a fait couler beaucoup d'encre et de

² Organisme d'autoréglementation de l'industrie des médias qui a pour mandat de protéger la liberté de la presse et de défendre le droit du public à une information exacte, complète et de qualité. Le conseil d'administration du CPQ est tripartite, c'est-à-dire qu'il est formé de dirigeants, d'employés et de représentants du public, soit six journalistes, six représentants des entreprises de presse et sept représentants du public.

fonds publics pour rien, sauf peut-être pour calmer les ardeurs des contestataires cycliques ou pour donner bonne conscience aux gouvernants.

Dans un premier temps, nous ferons un historique de l'enjeu, en rappelant les principales transactions qui ont été conclues depuis 1967, de même que les commissions d'enquêtes et les recommandations qui ont été adressées au gouvernement. Puis, nous présenterons les bases théoriques et conceptuelles sur lesquelles s'appuie notre recherche. En effet, plusieurs auteurs ont réfléchi sur la démocratie, le pouvoir politique et le pouvoir économique dans une perspective de médias de masse.

Nous établirons notamment ce que l'on entend par la concentration horizontale, verticale et mixte de la presse, le rôle social des médias et des journalistes, la qualité de l'information et l'autonomie des salles de rédaction.

Puis, dans une perspective critique, nous verrons les concepts d'espace public, de sphères privée et publique développés par Habermas, un théoricien de l'école de Francfort selon lequel tous les citoyens devraient avoir un accès égal à l'espace public, où ils participent à la formation de l'opinion publique, laquelle joue un rôle-clé dans une société démocratique. Des concepts qui sont par ailleurs remis en question et critiqués par plusieurs auteurs, dont Wolton, McChesney et Gingras.

Nous présenterons ensuite trois courants de pensée qui se dégagent eu égard aux effets de la concentration de la presse sur la qualité de l'information. Dans le chapitre

suivant, nous exposerons notre problématique, appuyée d'un bilan de la situation au Québec, des législations qui existent ailleurs dans le monde, des limites et des contraintes des codes de déontologie qui ont été mis en place dans les entreprises de presse québécoises, et des prises de position qui dominent le débat.

Puis, pour répondre à notre question de recherche – *La participation publique aux décisions politiques a-t-elle une portée réelle et, si oui, quel acteur social a le plus influencé la commission parlementaire dans ses choix parmi les recommandations qui lui ont été faites ?* – nous présenterons notre choix méthodologique et notre corpus de recherche.

Enfin, nous dévoilerons nos résultats et nous en ferons l'interprétation afin de dégager des conclusions et des pistes de réflexion en lien avec nos concepts théoriques.

CHAPITRE I
HISTORIQUE DE L'ENJEU

Le phénomène de la concentration de la propriété des médias se tisse subtilement depuis plus de 30 ans. Le Québec connaît ses premiers mouvements de concentration dès 1967, lorsque le journal *La Presse*, de Montréal, le « plus grand quotidien français d'Amérique », est vendu à Paul Desmarais, un homme d'affaires déjà propriétaire des quotidiens *Le Nouvelliste*, de Trois-Rivières, *La Voix de l'Est*, de Granby et *La Tribune*, de Sherbrooke. Les activités de publication de Desmarais sont par la suite regroupées sous deux bannières, Gesca ltée et Les Journaux Trans-Canada (JTC), lesquelles sont finalement intégrées à Power Corporation ³.

Cette transaction suscite divers débats sur la liberté d'expression et le pluralisme des sources d'information, si bien qu'en 1969 naît la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) et que, cette même année, le gouvernement de Jean-Jacques Bertrand demande la création d'une commission spéciale de l'Assemblée nationale sur la liberté de la presse au Québec. Le travail en commission parlementaire n'est cependant pas achevé sous le gouvernement de Robert Bourassa (Raboy, 2000 : 82-83).

Dans les années 1970, *Montréal Matin* est acquis par Power Corporation, *The Gazette* est vendu à Southam, et *Montréal Star*, à la chaîne FP, laquelle est ensuite acquise par Thomson. Il ne reste donc plus que *Le Devoir* et *The Record* comme journaux dits indépendants.

³ Raboy, Marc. *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*. Montréal, Gaëtan Morin Éditeur ltée, 2^e édition, 2000.

1.1 Le Comité Davey

La concentration de la propriété des médias préoccupe assez l'opinion publique pour que le gouvernement fédéral intervienne et que, le 18 mars 1969, le Sénat canadien mette en place un Comité spécial présidé par Keith Davey. Le Comité estime alors que « notre pays ne devrait plus jamais tolérer que l'intérêt public, dans un domaine aussi essentiel que l'information, soit à la merci de la cupidité ou du bon vouloir d'un groupe extrêmement privilégié d'hommes d'affaires » (Lavoie, 2000 : 21).

Le Comité suggère trois avenues pour freiner la concentration de la presse et améliorer la qualité de l'information⁴ :

- Création d'un Conseil de surveillance de la propriété de la presse qui aurait pour mandat d'approuver les fusions et les acquisitions de journaux en se basant sur le principe que « toutes les transactions qui augmentent la concentration de la propriété des moyens d'information sont indésirables et contraires à l'intérêt public – à moins de preuve du contraire ». C'est le Comité qui définirait ce qu'il entend par « intérêt public » en se référant aux questions suivantes :

A) La fusion accroît-elle les chances de survie d'un journal qui, autrement, pourrait disparaître ?

⁴ Ibid. p. 22

B) En considérant le contenu des journaux que l'acheteur possède déjà et les profits qu'ils génèrent, quel type de contenu devrait couler dans les pages du journal en cause ?

- Création par le gouvernement d'une Caisse de prêts pour le développement des publications afin d'aider le lancement de nouveaux journaux sur le marché.
- Création d'un Conseil de presse par l'industrie, duquel le gouvernement devra rester étranger.

En 1973, le CPQ est instauré par la FPJQ, l'Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française, l'Association des hebdomadaires de langue française du Canada, l'Association des quotidiens du Québec et la Société Radio-Canada. Télé-Québec (alors nommée Radio-Québec) a adhéré au Conseil un peu plus tard. Puis, en 1974, le premier ministre Robert Bourassa empêche Power Corporation de faire l'acquisition du journal *Le Soleil*, de Québec.

1.2 La Commission Kent

Or, ce n'est qu'en 1980, à la suite de la fermeture de deux journaux anglophones centenaires, soit *The Journal* (Ottawa-Thomson) et *The Tribune* (Winnipeg-Southam), que le public est sensibilisé au fait qu'un certain monopole dérangeant se soit installé. En effet, les deux groupes qui détiennent ces deux publications sont aussi propriétaires du seul autre quotidien publié dans les deux régions affectées,

c'est-à-dire *The Ottawa Citizen* (Southam) et *Winnipeg Free Press* (Thomson).
Consterné, le gouvernement fédéral met sur pied la Commission royale d'enquête sur les quotidiens, présidée par Tom Kent, afin d'établir le niveau de concentration acceptable dans l'industrie des quotidiens au Canada.

Donc, en 1980 déjà, on estime que le niveau de concentration de la presse écrite est beaucoup trop élevé, la presse francophone québécoise étant dirigée par trois groupes : Power Corporation (Paul Desmarais), Quebecor (Pierre Péladeau) et Unimédia (Jacques Francœur) (Raboy, 2000 : 83). La Commission Kent estime que « la situation actuelle est tout à fait inacceptable dans une société démocratique. Le pouvoir, et un pouvoir qui n'a aucun compte à rendre, est concentré dans trop peu de mains » (Lavoie, 2000 : 21). Les principales préoccupations de la Commission portent sur le rôle de la presse écrite dans le débat démocratique, l'homogénéisation du contenu rédactionnel et l'appauvrissement de la diversité d'opinions.

Les recherches de la Commission Kent ont notamment montré la présence d'un lien entre la qualité de l'information et le type de propriété d'une entreprise de communication. « Les recherches démontrent en effet que les journaux indépendants sont ceux qui consacrent le plus de ressources à l'information ; suivent les groupes de presse écrite, tels Quebecor et Southam, qui visent avant tout le succès de leurs médias ; au dernier rang figurent les conglomérats très diversifiés, comme Thomson ou Power Corporation » (Raboy, 2000 : 85).

Recommandations du Rapport Kent

Dans le Rapport Kent, sept recommandations ont été adressées au gouvernement du Canada⁵. La Commission a conclu qu'il devrait y avoir une loi sur les journaux du Canada qui :

- interdirait toute nouvelle concentration importante de la propriété et du contrôle des quotidiens, et de la propriété mixte entre les journaux et d'autres médias ;
- corrigerait les problèmes de concentration de la presse les plus graves déjà existants ;
- inciterait davantage les sociétés à acquérir des journaux et à en fonder de nouveaux ;
- augmenterait la liberté des journalistes en protégeant leurs droits au cas où ils ne partageraient pas les mêmes intérêts que leur propriétaire de presse ;
- établirait, de concert avec la Commission canadienne des droits de la personne, un comité des droits de la presse qui serait chargé de surveiller l'application de la loi et d'en contrôler l'efficacité ;
- prévoirait un crédit d'impôt et une surtaxe en vue d'encourager les journaux à engager plus de ressources journalistiques ;
- offrirait des subventions pour améliorer les agences et les services de nouvelles du pays en ce qui a trait à l'information canadienne et étrangère.

⁵ Kent, Tom et coll. *Rapport de la commission royale sur les quotidiens*. Ottawa, ministère des Approvisionnement et services, 1981.

Selon les règles de la propriété que proposait la Commission, le maximum de quotidiens que pourrait détenir un propriétaire serait de cinq ; le tirage des quotidiens détenus ne dépasserait pas 5 % de celui de tous les quotidiens du Canada (tirage national) ; le lieu de publication de tout journal acquis devrait être situé à au moins 500 km de tout autre journal appartenant au même propriétaire (Kent, 1981 : 265).

Vingt ans plus tard, Tom Kent estime que les impacts de la concentration de la presse doivent être réexaminés dans le nouveau contexte médiatique et il admet que « la plupart des recommandations du Rapport de 1981 ne pourraient être appliquées ⁶ ».

En 1987, une seconde intervention politique, et non législative, a lieu lorsque Unimédia passe aux mains de Hollinger. Québec convient alors avec Hollinger d'un droit de premier refus sur la vente du *Soleil* et du *Quotidien* si Hollinger décidait de vendre ces deux quotidiens à l'extérieur du Québec ou si Hollinger était la cible d'une prise de contrôle. Selon Lawrence Cannon, ex-ministre des Communications (1990-1994), « cette entente donnait au gouvernement du Québec une option d'achat de 45 jours qui pouvait être exercée soit par la Société générale de financement (SGF) ou par la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), soit par le transfert de cette option à des intérêts québécois » (*Le Devoir*, 13 juin 1995).

⁶ *The Globe and Mail*, 4 mai 2000, B16.

1.3 Les années 1990

En 1992, Hollinger acquiert la part de 22,6 % de Southam que détenait Torstar. Un an plus tard, Power Corporation met la main sur 18,7 % des actions de Southam. En 1994, c'est au tour de Rogers Communications d'obtenir le contrôle de Toronto Sun Publishing dans le cadre d'une transaction avec Maclean-Hunter Ltd. Un an plus tard, Hollinger acquiert 12 quotidiens et 7 hebdomadaires en Ontario et en Saskatchewan, lesquels étaient détenus par Thomson Newspapers Ltd.

En 1996, la famille Burgoyne, de St. Catharines, en Ontario, vend ses journaux à Southam, incluant trois quotidiens. Hollinger, de son côté, acquiert six quotidiens et un hebdomadaire des Maritimes de Thomson Newspapers Ltd. Cette dernière annonce, au même moment, qu'elle vendra sous peu tous ses quotidiens de l'est et du centre du Canada, à l'exception du *Globe and Mail* et du *Chronicle Journal* de Thunder Bay. Puis, Hollinger acquiert six quotidiens de l'Ontario de Thomson Newspapers Ltd, de même que le contrôle de Southam en faisant l'acquisition de la participation de Power Corporation. Cette transaction porte sa part de Southam à 41 % ; Hollinger contrôle à ce moment-là 59 quotidiens au Canada, dont 20 appartenant à Southam.

1.4 Demande d'une enquête publique

En juillet 1996, trois associations de journalistes, soit le Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, l'Association canadienne des journalistes

et la Guilde canadienne des médias, se lient au Conseil des Canadiens pour demander la tenue d'une enquête publique indépendante sur la transaction Hollinger-Southam. Deux mois plus tard, en réaction à la décision du Bureau de la concurrence du Canada, qui approuve la transaction, le Conseil des Canadiens dépose une demande d'appel, laquelle est finalement rejetée parce qu'elle a été remise après le délai prescrit. Cette transaction provoque plusieurs démissions. Par exemple, Joan Fraser, la rédactrice en chef de l'époque du journal *The Gazette*, de Montréal, quitte son poste et déclare que « cette décision est à mettre sur le compte des changements importants survenus chez Southam ». Deux mois plus tard, James Travers, le rédacteur en chef de l'*Ottawa Citizen*, démissionne à son tour.

En 1997, Southam fait l'acquisition de deux quotidiens de la Colombie-Britannique qui appartiennent à Thomson Newspapers Ltd. L'année suivante, les chaînes Thomson et Southam s'échangent trois quotidiens : Thomson acquiert *The Medicine Hat News* et vend à Hollinger International deux quotidiens des États-Unis. Par la suite, une série de petites transactions se chevauchent : Southam acquiert les six journaux de Thomson sur l'île de Vancouver, dont les deux quotidiens. Sun Media Corp. vend le *Financial Post* à Southam et acquiert en échange quatre quotidiens du sud de l'Ontario. Puis, le 27 octobre 1998, c'est le grand jour : lancement du nouveau quotidien de Southam, le *National Post*.

Peu après, soit en décembre 1998, Quebecor acquiert la chaîne Sun Media. Cependant, les quatre quotidiens du sud de l'Ontario, que Sun Media avait acquis de

Southam en échange du *Financial Post*, sont revendus à Torstar. Chez Quebecor/Sun Media, des coupes dans les effectifs suppriment 180 emplois.

En 1999, Hollinger vend un quotidien de la Saskatchewan, le *Lloydminster Daily Times*, à Bowes, une filiale de Sun Media, et acquiert le quotidien *The Record*, de Sherbrooke, appartenant à Quebecor, pour finalement créer une nouvelle entreprise: Hollinger Canadian Newspapers, Limited Partnership, qui regroupe 48 quotidiens (notamment de Vancouver, d'Edmonton, de Calgary, d'Ottawa et de Montréal), 188 hebdomadaires et circulaires, puis 108 magazines et publications spécialisées. Le *National Post* et le *Halifax Daily News* appartiennent toujours à Southam.

1.5 Le sprint des années 2000

Les années 2000 débutent avec la fusion, annoncée en janvier, du géant Internet America Online (AOL) et du groupe multimédia Time Warner, formant le premier groupe mondial de communication, et combinant les médias « traditionnels » aux « nouveaux » médias⁷.

En février 2000, Thomson met en vente tous ses journaux, sauf le *Globe and Mail*. Il s'agit des cinq quotidiens canadiens suivants : *The Chronicle-Journal* de Thunder Bay, en Ontario, *The Brandon Sun* et *Winnipeg Free Press* du Manitoba, et *The Lethbridge Herald* et *The Medicine Hat News* de l'Alberta. En avril, Hollinger met en vente quelque 350 journaux nord-américains, soit plusieurs hebdomadaires et

⁷ La Federal Communications Commission (FCC) a donné son autorisation un an plus tard.

petits quotidiens dont les actifs font partie de la compagnie Hollinger Canadian Newspapers, Limited Partnership.

Quebecor, avec l'aide financière de la Caisse de dépôt et placement du Québec, acquiert la totalité des actions du Groupe Vidéotron ltée et fonde Quebecor Media, qui couvre la câblodistribution, la télévision, Internet, les journaux, les hebdomadaires, les magazines, la musique, les livres, les cédéroms et les vidéos. Ainsi, Quebecor Media possède plus de la moitié de la télévision généraliste au Québec (TVA et TQS), le journal le plus vendu au Québec (*Le Journal de Montréal*) et les deux tiers des magazines du Québec. Il a cependant vendu son réseau de télévision TQS (tel que l'exigeait le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes⁸ [CRTC]) à Cogeco (60 %) et à Bell Globemedia (40 %) en septembre 2001.

En juin 2000, le mariage de Vivendi, Canal Plus et Seagram donne naissance à Vivendi Universal, le deuxième groupe mondial de communication. Le 1^{er} août 2000, la société CanWest Global Communication, le troisième télédiffuseur en importance après Radio-Canada et CTV, achète une large partie des actifs de la société de presse Hollinger, soit 28 des 58 quotidiens que possédait Hollinger, 50 % du *National Post*, 136 hebdomadaires et périodiques, 58 magazines et des activités Internet.

⁸ Organisme indépendant chargé de réglementer les activités de radiodiffusion et de télécommunications du Canada.

Toujours sous le signe de la convergence, au Canada, Thomson, un groupe de presse propriétaire du quotidien national *The Globe and Mail*, et BCE, le premier groupe canadien de télécommunications, annoncent en septembre 2000 la création d'un conglomérat multimédia, Bell Globemedia, comprenant des actifs de journaux, de télédiffusion et d'activités Internet. La nouvelle entité comprendra notamment le site Web Globe Interactive et une participation de 50 % dans la chaîne télévisée d'information financière ROBTv, ainsi que le réseau national de télévision CTV (acquis en septembre par BCE), son portail Internet Sympatico et la chaîne spécialisée Le Réseau des sports/The Sports Network (RDS/TSN). Woodbridge, la société de portefeuille de la famille Thomson, investira pour sa part 385 millions \$.

Le 10 novembre 2000, Gesca, une filiale de Power Corporation, acquiert les 3 quotidiens francophones, les 15 hebdomadaires et les 3 imprimeries de Hollinger, regroupés sous sa filiale Unimédia. Gesca, qui possède déjà *La Presse*, de Montréal, *La Tribune*, de Sherbrooke, *Le Nouvelliste*, de Trois-Rivières et *La Voix de l'Est*, de Granby, prend en plus le contrôle du *Soleil*, de Québec, du *Droit*, d'Ottawa et du *Quotidien*, de Chicoutimi. Gesca détient désormais 7 des 10 titres de la presse quotidienne francophone au Québec, qui représentent 52,5 % de la diffusion de l'ensemble de cette presse. On pouvait lire dans le communiqué de Power Corporation émis le 10 novembre que « cette nouvelle position dans le marché permettra d'enrichir le contenu en offrant une information complète et diversifiée, de maintenir des normes élevées de qualité et d'indépendance pour tous les médias de l'entreprise, et d'accroître la présence sur Internet en misant sur les contenus régionaux et en regroupant les efforts dans ce domaine ».

En réaction à cette transaction, la FPJQ demande la tenue d'une commission parlementaire sur la concentration de la presse, demande qui est acceptée par le premier ministre du Québec de l'époque, Lucien Bouchard. Les professionnels de l'information craignent l'impact de la concentration des médias sur la diversité et la qualité de l'information, tandis que les patrons de presse assurent que la mise en commun des ressources, nécessaire dans un contexte de mondialisation, sera bénéfique pour l'information et pour les entreprises de presse en région.

La commission parlementaire est bel et bien créée, et les recommandations du gouvernement sont restées lettre morte. Quelques mois plus tard, le Parti québécois forme un comité d'experts sur les effets de la concentration de la presse au Québec, présidé par le Pr Armande Saint-Jean, assistée par Charles-Olivier Saint-Jean, avocat. Les recommandations de ce comité-conseil sur la qualité et la diversité de l'information, émises en janvier 2003, sont aussi tombées dans l'oubli.

L'enjeu de la concentration de la presse demeure donc, jusqu'à ce jour, une impasse parsemée de spéculations. Il s'agit pourtant d'une question de première importance : le rôle social des médias, vecteur de la démocratie. Il est pertinent, à la lumière des divers résultats d'études et en faisant un bilan des mouvements de concentration au Québec, de faire le point sur la qualité de l'information dans un contexte de mondialisation et de convergence. Nous souhaitons ainsi pousser plus loin la réflexion sur cette réalité complexe qui façonne le monde de la presse du nouveau millénaire, car encore aujourd'hui, peu de gestes concrets ont été faits afin d'assurer

la qualité et la diversité de l'information au Québec, et ce, malgré les comités d'étude, les commissions parlementaires, les avis d'experts et les revendications de divers groupes sociaux.

CHAPITRE II
CADRE THÉORIQUE

Ce deuxième chapitre présente les bases théoriques et conceptuelles sur lesquelles repose notre recherche. Dans les pages qui suivent, nous exposerons les notions, les concepts et les théories qui animent le débat sur la concentration de la presse et la qualité de l'information.

Dans un premier temps, il est nécessaire de définir ce que l'on entend par « concentration de la presse ». Selon Meier et Trappel⁹, la concentration de la presse se traduit par une augmentation des parts de marché d'une compagnie ou de compagnies (oligopoles) à la suite d'une fusion ou d'une acquisition. Ces auteurs font la distinction entre trois types de concentration : horizontale, verticale et mixte.

La concentration horizontale résulte d'une transaction ou d'une fusion entre deux entreprises médiatiques d'un seul et même secteur. Par exemple, la fusion entre deux entreprises de presse, tel l'achat d'Unimédia par Gesca. Puis, la concentration verticale, pour sa part, s'applique aux activités d'une entreprise médiatique qui cherche à exercer un contrôle sur toutes les étapes nécessaires pour la production et la distribution d'un média donné, telles que la préparation et la reproduction de l'information, la distribution, la promotion et le financement des opérations. Ainsi, le même contenu peut être « recyclé » et remodelé en fonction du média. Finalement, la concentration mixte s'applique lorsqu'une entreprise médiatique en acquiert une autre d'un secteur différent et qu'elle possède, par propriété croisée, différentes catégories

⁹ Meier, W.A. et Trappel, J. « Media Concentration and the Public Interest », dans *Media Policy*, de McQuail, D. et Siune, K. Sage London Thousand Oaks, 1998.

de médias dans plusieurs marchés et secteurs d'activité. Les coûts de production sont ainsi réduits. Par exemple, Quebecor (presse écrite) a acquis le réseau de télévision TVA par l'entremise de Vidéotron, et la société de portefeuille BCE a mis la main sur le réseau de télévision anglaise CTV. C'est la rencontre entre le dispositif technique et le contenu, aussi appelé convergence par certains auteurs.

2.1 Les médias, les journalistes et la démocratie

Ces types de concentration peuvent-ils affecter le rôle des médias au sein de la démocratie ? Car, comme le note Dominique Wolton, un système de communication efficient dans la société est conditionnel au bon fonctionnement de la démocratie. « Pas de démocratie de masse sans communication et, par communication, il faut entendre certes les médias et les sondages, mais aussi le modèle culturel favorable à l'échange entre les élites, les dirigeants et les citoyens. Dans cette perspective, les médias et les sondages sont à la fois le moyen donné aux citoyens de comprendre le monde et la concrétisation des valeurs de la communication, indissociables de la démocratie ¹⁰ ».

D'abord, voyons ce que l'on entend par rôle social des médias. La politologue Anne-Marie Gingras¹¹ rappelle les cinq responsabilités sociales des médias, définies en 1947 par la Commission américaine sur la liberté de la presse (Commission Hutchins) :

¹⁰ Wolton, Dominique. *Penser la communication*. Paris, Flammarion, 1997, p. 143.

¹¹ Gingras, Anne-Marie. *Médias et démocratie : le grand malentendu*. Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1999, p. 31.

- Être un forum d'échanges.
- Projeter une image représentative des groupes constitutifs de la société.
- Présenter et clarifier les buts et les valeurs de la société.
- Fournir un accès total aux informations du jour.
- Présenter un compte rendu des événements véridique, complet et intelligible dans un contexte qui leur donne un sens.

Le journaliste joue lui aussi un rôle social dans une société démocratique. Marc-François Bernier explique d'ailleurs que :

Le journaliste est un acteur social dont l'utilité revendiquée est de servir l'intérêt public. Il doit assumer certaines responsabilités admises comme favorables à l'atteinte de cet objectif : chercher et diffuser des informations véridiques qui aideront l'ensemble des citoyens d'une société à faire, dans tous les domaines de la vie contemporaine, des choix éclairés visant à améliorer leurs conditions de vie¹².

Le journaliste s'avère ainsi un acteur social qui, en tant que témoin privilégié de l'action sociale, doit « voir, choisir, rapporter, faire vivre et, surtout, faire comprendre. C'est un rôle modeste, mais noble. Un rôle essentiel, dans toute société démocratique¹³ ».

¹² Bernier, Marc-François. *Éthique et déontologie du journalisme*. Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval, 1994, p. 2.

¹³ Sormany, Pierre. *Le métier de journaliste*. Montréal, Les éditions du Boréal, 2000, p. 33.

Un travail qui doit se faire selon les règles éthiques de la profession, comme le note Bernier :

Pour les journalistes, être réellement au service du public, de l'intérêt général et du maintien d'une saine démocratie implique des balises très strictes, des devoirs professionnels, en quelque sorte. [...] Le journaliste n'est pas qu'un communicateur, il est aussi un chercheur qui se livre à une forme d'interrogatoire public, au nom de ses lecteurs, auditeurs et téléspectateurs, au nom de ceux qu'il *représente*. D'où la nécessité de respecter des règles déontologiques faisant appel à son honnêteté intellectuelle, à son intégrité, à sa rigueur et à son impartialité¹⁴.

De fait, en vertu du *Guide de déontologie de la FPJQ*, les journalistes doivent s'assurer de la véracité des faits et situer dans leur contexte les faits et les opinions dont ils font état afin de les rendre compréhensibles. Toujours selon ce *Guide*, les journalistes ont le devoir de douter de tout méthodiquement, de faire preuve d'esprit critique et d'impartialité afin d'exposer les divers aspects d'une situation et de maintenir leur indépendance vis-à-vis des pouvoirs et des groupes de pression.

Les médias des démocraties occidentales doivent donc rapporter les faits avec la plus grande neutralité possible afin que les individus puissent se forger une opinion éclairée des enjeux de société et ainsi jouer leur rôle de citoyen.

Les médias appartenant à un empire peuvent-ils remplir leur rôle social ? Existe-t-il un lien entre la structure de la propriété des médias et la qualité de l'information ? Selon Edward Herman et Noam Chomsky, l'information est d'abord et avant tout

¹⁴ op. cit., p. 14.

filtrée par la propriété (et la taille des entreprises), la concentration et la recherche de profits. Puis, la qualité de l'information serait altérée par d'autres filtres, tels que l'influence des publicitaires, la dépendance à l'égard des sources officielles et les critiques visant à restreindre la marge de manœuvre des journalistes¹⁵.

Or, qu'entend-on par « qualité de l'information » ? Toute définition est relative et subjective, mais plusieurs experts s'entendent sur le fait que l'information doit être vérifiée, véridique, complète et mise en contexte. Le *Guide de déontologie de la FPJQ* stipule à ce sujet, au chapitre « Vérité et rigueur », que le journaliste a l'obligation de s'assurer de la véracité des faits qu'il rapporte au terme d'un rigoureux travail de collecte et de vérification des informations. Il doit situer dans leur contexte les faits et les opinions dont il fait état de manière à ce qu'ils soient compréhensibles, sans en exagérer ou en diminuer la portée.

Les journalistes qui œuvrent au sein d'entreprises médiatiques sont-ils réellement en mesure de produire une information de qualité et libre de toute censure ? Selon Pierre Sormany, l'influence des journalistes sur la vie démocratique n'est qu'indirecte et d'autant moins importante que les médias de masse ont tendance à se modeler sur les opinions dominantes : ils considéreront souvent comme non significatif tout ce qui ne fait pas l'objet d'un large consensus. Ainsi, l'expression « quatrième pouvoir » renvoie à la « nécessaire autonomie de la presse par rapport aux autres pouvoirs de

¹⁵ Herman, E.S. et Chomsky, N. *Manufacturing Consent. The Political Economy of Mass Media*, New York, Pantheon Books, 1988, p. 2.

l'État, et non à quelque puissance occulte attribuée aux journalistes ou aux entreprises de presse » (Sormany, 2000 : 33).

Revenons sur cette notion d'autonomie de la presse face au gouvernement et au pouvoir économique. Les journalistes et les rédacteurs en chef sont-ils à l'abri des pressions des patrons de presse ? Une analyse de Daniel Chomsky d'une série de mémos internes du *New York Times* sur une période de 50 ans montre que, au cours de certaines périodes, l'influence de l'éditeur sur le traitement de l'information a été persistante, systématique et décisive.

Newspapers stress their commitment to independence, objectivity and professionalism. Owners are not supposed to interfere in the process. The official history of the *New York Times* promoted this image in its discussion of the publisher's role on the editorial page. Adolph Ochs attended the daily editorial conference during his tenure as publisher, but he did not influence editorial decisions. Ochs merely listened, timidly expressed his own ideas, and then deferred to his employees. His 'self-restraint' was described as 'remarkable' (Berger, 1951). When examples of publisher intervention become known they are viewed as dramatic departures from the norm. But the internal record demonstrates that the publisher's influence at the *Times* has been systematic, persistent and decisive ¹⁶.

Ces résultats d'enquête laissent croire que les salles de rédaction ne sont pas systématiquement autonomes et que les choix éditoriaux peuvent refléter les intérêts privés du propriétaire de presse.

¹⁶ Chomsky, Daniel. « The mechanisms of management control at the *New York Times* », dans *Media, Culture and Society*, 1999, vol. 25, p. 580.

Une étude d'Howard Tumber sur la couverture médiatique du monde des affaires appuie d'ailleurs cette hypothèse :

The power of politically and economically dominant groups in the society defines the parameters of the debate, ensures the privilege reproduction of their discourse, and by extension, largely determines the contours of the dominant ideology, of what is socially thinkable¹⁷.

2.2 *L'école de Francfort et ses théoriciens*

Si le discours médiatique reflète les intérêts de groupes dominants, qu'en est-il de la liberté de la presse et de la qualité de l'information nécessaires dans toute société dite démocratique ? Cette interrogation nous amène à situer notre recherche dans une approche critique (école de Francfort), les philosophes (Adorno, Horkheimer et Marcuse) de ce courant de pensée ayant posé le problème des rapports entre les médias de masse, la démocratie et le système politique. Cette école de pensée stipule en effet que le système économique et politique joue un rôle déterminant dans le système médiatique. « Contrairement à l'école empirique en communication qui met l'accent sur la communication elle-même, ignorant le contexte global dans lequel elle intervient, les chercheurs de l'école critique sont convaincus qu'ignorer ce contexte revient à distordre profondément la réalité de la communication¹⁸. »

¹⁷ Schlesinger, P. et coll. (1991), p. 398, cité dans Tumber, H. « Selling scandal : Business and the media »; 1993, vol. 15, n° 3, p. 346.

¹⁸ Rogers, Everett M. « L'école empirique et l'école critique de recherche en communication » dans *Les cahiers de la communication*, 1981, vol. 1, n° 3, p. 319.

Les sociologues de l'école de Francfort, dont les travaux se concentrent sur l'espace public dans les industries culturelles, affirment notamment que les médias de masse reproduisent l'idéologie dominante, n'ayant aucune indépendance vis-à-vis du pouvoir économique et/ou étatique.

Ces éléments montrent que les théoriciens critiques conçoivent leur rôle d'analyste de façon très différente de celui des empiristes. Leur rôle est de dévoiler la vérité cachée d'un système de domination qui ne peut fonctionner que par dissimulation. C'est pourquoi, selon eux, une approche empirique ne peut que participer à l'idéologie de la communication. Il ne s'agit pas, en effet, de savoir comment fonctionne le système pour l'améliorer, cadre à l'intérieur duquel raisonnent les empiristes, mais au contraire, de le dénoncer pour le changer radicalement. La fonction critique de l'intellectuel est donc de dévoiler les présupposés ou l'impensé d'un système de domination ¹⁹.

2.3 Le rôle des médias à travers l'histoire

L'histoire des médias montre que le rôle des propriétaires et des éditeurs, passant d'artisans à hommes d'affaires, s'est modifié afin de répondre à des déterminants économiques et politiques, note Jürgen Habermas dans *L'espace public – Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, qui aborde cette problématique sous un angle qui rejoint les travaux de Karl Marx, pour qui l'histoire des sociétés s'explique par la lutte des classes pour contrôler les capitaux et le pouvoir politique.

¹⁹ Missika, J. L. et Wolton, D. *La folle du logis : la télévision dans les sociétés démocratiques*. Éditions Gallimard, Paris, 1983, p. 203

Cet auteur propose que la modernité se caractérise par l'émancipation de la pensée philosophique et la critique de la vie moderne ; le progrès passe par la raison de l'individu, qui lui permet de lutter contre l'idéologie dominante. Dans son essai, Habermas illustre l'évolution du rôle de la presse à travers l'histoire, dans un schéma dominant vs dominé et à l'intérieur d'un contexte où les impératifs politiques et économiques caractérisent le statut de pouvoir des patrons de presse.

Habermas rappelle que la presse avait, au départ, la forme de petites entreprises artisanales : leur gestion s'en tenait au principe d'un accroissement modeste du profit, et l'éditeur se limitait à organiser la circulation de l'information et à la vérifier dans un but commercial. Puis le journalisme d'opinion est né et les journaux sont devenus les guides de l'opinion publique, des outils au cœur des luttes politiques menées par les partis. Il en est résulté, dans l'organisation interne des entreprises de presse, l'apparition d'un nouveau service : la rédaction. Ainsi, l'éditeur est passé d'un « vendeur d'informations nouvelles à un commerçant ayant aussi une opinion à rendre publique ²⁰ ».

Les éditeurs-rédacteurs ne cédèrent que progressivement leurs fonctions d'entrepreneurs aux éditeurs-gérants. C'est à partir de cette évolution, où elle s'y dessine, que l'on peut comprendre la position occupée par le rédacteur, qui consistait à se dire à la fois « éditeur » et « rédacteur ». Au début du XIX^e siècle, le rapport entre éditeur (gérant) et rédacteur ne se réduit pas à une relation de patron à employé, car ce dernier reste, sous bien des aspects, intéressé au profit de l'entreprise ²¹.

²⁰ Habermas, Jürgen. *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris, Payot, 1978, p. 190.

²¹ Ibid, p. 190.

Habermas explique notamment que, déjà au 19^e siècle en Allemagne, la culture et la presse écrite étaient devenues un bien de consommation, une marchandise. Au début des années 1830, la *PennyPress* (Presse à un sou) atteint les 200 000 copies. Cette presse dépolitise son contenu afin d'augmenter le tirage. Ainsi, « les affaires publiques, les problèmes sociaux, les questions économiques, l'éducation, la santé [...], c'est-à-dire précisément les informations dont le bénéfice n'est pas immédiat, ne sont pas seulement évincées au profit des informations dont l'aspect gratifiant est immédiat : faits divers, bandes dessinées, catastrophes, sports, loisirs, histoires vécues, elles sont aussi effectivement moins lues » (Habermas, 1978 : 178).

Habermas émet donc une réserve quant à l'intégration des médias dans la sphère publique, la presse à grand tirage ayant pour seul principe les lois du marché. « Cet univers produit par les mass media n'a que l'apparence d'une sphère publique ; comme il est tout aussi illusoire de croire que s'est maintenue intacte la sphère privée qu'elle devait par ailleurs garantir à ses consommateurs » (Habermas, 1978 : 179).

2.4 Habermas et son concept d'espace public

Le public a-t-il le pouvoir de contester les discours dominants ? Les citoyens disposent-ils de moyens pour s'opposer au pouvoir, à l'État ?

Habermas a développé le concept de l'espace public, qui propose que la société occidentale se compose historiquement d'une sphère privée (la société civile, où il y a échange de marchandises et du travail social, la famille et l'intelligentsia bourgeoise)

et d'une sphère publique, constituée de l'État, de la cour et de la société de la noblesse. Selon cet auteur, la sphère publique bourgeoise s'est déployée au sein des tensions qui opposent l'État et la société. De l'espace public, qui est un lieu physique ou symbolique accessible à tous les citoyens, émane la formation d'une opinion publique jouant un rôle de médiateur entre les besoins de l'État et ceux de la société.

C'est ainsi qu'une conscience politique dotée d'un caractère critique se serait développée au sein de la sphère publique face à l'État. Selon Habermas, donc, la société bourgeoise se compose d'acteurs instruits, tels que les professeurs, les médecins et les prêtres, et ce public, face à l'État, a pris conscience de sa nature d'adversaire social dans l'intérêt public.

Les acteurs sociaux ont-ils accès à une information suffisamment complète pour se forger une opinion éclairée et faire valoir leurs idées ? D'après Habermas, l'opinion publique est le résultat d'une réflexion poussée et raisonnée de l'ensemble des citoyens curieux et avides de connaissances. « L'opinion d'un public qui fait usage de sa raison n'est plus une simple *opinion* (tissu informel des idées telles qu'elles sont en usage par le peuple), ne résulte pas de la simple inclination, mais de la réflexion en privé et de la discussion publique sur des affaires d'intérêt général. Dans un pays libre, tout homme (*sic*) pense qu'il est concerné par l'ensemble des affaires publiques, qu'il a le droit de s'en faire une opinion et de l'exprimer. Les citoyens les examinent, les analysent et en débattent. Ils sont curieux, impatients, attentifs et avides. En agissant ainsi, un grand nombre d'entre eux acquiert une connaissance suffisante » (Habermas, 1978 : 104).

Ainsi, l'expression d'une opinion publique résulte, selon l'auteur, d'une démarche rationnelle, c'est-à-dire au cours d'une discussion où les participants traitent en toute conscience de problèmes concrets dont ils appréhendent tous les aspects et au terme d'un dialogue mené publiquement et qui oppose les arguments du pour et du contre. L'opinion publique serait donc le résultat « éclairé » de la réflexion publique, effectuée en commun et sur un pied d'égalité, à propos des fondements de l'ordre social, et les médias, pour leur part, rempliraient leur mandat d'informer, pour ne pas dire d'éduquer.

2.5 Les critiques

Selon Robert McChesney, bien que la notion d'espace public d'Habermas corresponde à une vision idéalisée, elle fournit un cadre de référence utile aux partisans d'un système démocratique des médias. « Pour Habermas, l'espace public perd sa capacité de nourrir la vie démocratique lorsqu'il est pris en charge soit par l'État, soit par le milieu des affaires, soit par une quelconque association des deux. Il est évident qu'aux États-Unis, comme nulle part ailleurs dans le monde, les valeurs du milieu des affaires et du commerce sont parvenues à dominer les médias ²². »

La politologue Anne-Marie Gingras remet aussi en question le concept d'espace public d'Habermas et qualifie de fictif le modèle de la sphère publique correspondant

²² McChesney, Robert W. « Les Géants des médias, une menace pour la démocratie », dans *Propagande, médias et démocratie*. Montréal, Éditions Écosociété, 2000, p. 89.

à l'idéal démocratique où les citoyens se forment une opinion éclairée grâce aux médias et font ainsi des choix politiques avisés. Elle souligne notamment qu'il est fondamental de mettre un bémol sur le caractère rationnel de la sphère publique et sur son accessibilité. Selon l'auteure, l'univers des émotions est socialement et culturellement travaillé et porteur de sens dans l'interprétation des événements. Elle souligne par ailleurs que les travaux sur l'accessibilité des médias montrent qu'il s'agit d'un lieu auquel certaines catégories de personnes et d'organisations n'accèdent pas, un lieu où toutes les idées ne peuvent pénétrer.

Idéalement, selon l'auteure, au sein de la sphère publique, les médias devraient offrir une information complète susceptible d'aider les citoyens à se forger une opinion éclairée. Or, non seulement les questions abordées dans les médias sont-elles restreintes, mais elles ne permettent que peu la formation d'une opinion éclairée, vu la dépendance des médias envers les pouvoirs politique et économique (Gingras, 1999 : 18-31).

L'auteure propose donc un modèle d'appareil idéologique qui se base sur les principes suivants (Gingras, 1999 : 34) :

- Le rôle que jouent les médias, soit celui d'outil au service des pouvoirs politique et économique, résulte de la situation juridique et économique dans laquelle se trouvent les entreprises de presse.

- L'organisation du travail dans les médias (temps réduit, ressources limitées, formation continue rare, rapports hiérarchiques, etc.) limite la marge de liberté des journalistes.
- La culture journalistique et la concurrence homogénéisent le travail des journalistes.
- La dépendance vis-à-vis des sources politiques institutionnalisées force à la révérence et nuit à l'esprit critique.

Selon Gingras, les gens d'affaires acquièrent les médias pour exercer du pouvoir, lequel se manifeste de diverses façons, notamment par les décisions financières (revenus et dépenses, nombre d'employés, salaires) et par l'affectation des ressources humaines et matérielles (charge de travail des journalistes, délais, moyens, priorités, sujets couverts). Ces décisions sont prises dans un contexte de marchandisation de l'information, une valeur d'échange qui, idéalement, doit procurer des profits. C'est d'ailleurs dans la tendance à la maximisation du rendement de l'investissement que s'inscrit la concentration de la propriété de la presse, car elle permet la réduction des coûts et la synergie entre les produits. Mais elle porte aussi atteinte au pluralisme idéologique, souligne l'auteure, c'est-à-dire à « la diffusion d'un large éventail de positions sur une question donnée » (Gingras, 1999 : 122).

Un autre auteur a évalué les rapports entre l'État et les mouvements sociaux et leur logique respective inscrite dans la pratique des médias. Il s'agit de Michel Sénécal²³, qui définit trois types de logiques dans l'interprétation des usages sociaux de la communication et de la démocratisation des médias. D'abord, la logique *marchande*, qui vise la vente et la distribution de l'information. Puis, la logique *étatique*, qui « cherche à produire du consentement, élargir ses bases d'appui, ajuster son hégémonie ». Puis la troisième logique, celle des *mouvements sociaux*, « pour lesquels l'information et la communication sont avant tout des instruments de lutte, ou de prise de conscience, de cohésion, d'identité ou d'affranchissement ».

Peut-on continuer à associer liberté d'expression et liberté de la presse ? Selon Sénécal, « peu importe dès lors qu'on dise liberté d'expression ou liberté de presse, tout rime désormais avec liberté d'entreprise, liberté indispensable, dit-on, à la production et à la diffusion de l'information » (Sénécal, 1995 : 27). Le produit offert étant l'attention des lecteurs vendue aux annonceurs, la seule liberté du citoyen, comme consommateur, est celle de se procurer un exemplaire d'un journal, explique l'auteur.

D'après l'auteur, c'est en réaction à la concentration des médias que l'expression *droit à l'information* est apparue au Québec. Cette concentration, souligne-t-il, centralise la production et uniformise les sources d'information. Ainsi, « les propriétaires des médias sont moins sensibles à la diversité et à la qualité de leurs

²³ Sénécal, M. *L'espace médiatique. Les communications à l'épreuve de la démocratie*. Montréal, Éditions Liber, 1995, p. 20.

produits qu'aux intérêts financiers et à la place concurrentielle qu'ils détiennent » (Sénécal, 1995 : 36). De fait, ce seraient principalement les médias communautaires et indépendants qui participeraient aujourd'hui à la démocratisation des médias, selon l'auteur.

Ainsi, alors que la « démocratie requiert un système de communication efficace, aux ramifications étendues, qui informe et mobilise l'ensemble des citoyens et les amène à participer réellement à la vie politique » (McChesney, 2000 : 81), plusieurs chercheurs s'entendent pour dire que les médias sont plutôt les porte-étendards des groupes dominants et du monde des affaires.

En ce sens, les théoriciens critiques proposent que « le système économique et politique commande le système des médias qui servent essentiellement à reproduire l'idéologie dominante et à y faire participer les dominés au travers d'un processus d'aliénation et de fausse conscience ²⁴ ».

Ignacio Ramonet affirme, dans un même ordre d'idées, qu'il existe « une sorte de confusion entre les médias dominants et le pouvoir politique, au point que les citoyens doutent que la fonction critique du "quatrième pouvoir" (par opposition aux trois pouvoirs traditionnels – législatif, exécutif et judiciaire – définis par Montesquieu) soit encore remplie ²⁵ ».

²⁴ Sfez, Lucien. *Le dictionnaire critique de la communication*. Paris, Presses universitaires de France, 1993, p. 1001.

²⁵ Ramonet, Ignacio. *La tyrannie de la communication*. Paris, Galilée, 1999, p. 56.

Noam Chomsky va dans le même sens et avance, dans *Les exploits de la propagande*, que les médias sont des machines propagandistes bien huilées et dirigées par l'élite financière et politique, qui contrôle l'information. « Ceux qui sont capables de fabriquer le consentement sont ceux qui disposent des ressources et du pouvoir, à savoir la communauté des affaires, et c'est pour eux que l'on travaille ²⁶ ».

La majorité des auteurs s'entendent pour dire que les médias sont aujourd'hui gérés en fonction de la loi du marché, de la rentabilité et de la concurrence. À quel point les impératifs économiques ont-ils un impact sur la qualité de l'information ? Les médias appartenant à un groupe de presse peuvent-ils remplir leur rôle social et produire une information complète, libre, fouillée et diversifiée ?

2.6 Impacts de la concentration de la presse : trois courants de pensée

Dans une analyse réalisée en 2001 par le Centre d'études sur les médias²⁷, trois courants de pensée se dégagent. Un premier courant postule que la concentration de la propriété des médias implique nécessairement l'uniformisation du contenu et évince le pluralisme. Selon le Français Daniel Junqua :

Les concentrations, la constitution de groupes de presse disposant de moyens financiers importants, s'inscrivent dans une logique industrielle. Elles ont pour finalité, du moins en principe, de réduire les coûts, de réaliser

²⁶ Chomsky, Noam. « Les exploits de la propagande » In *Propagande, médias et démocratie*. Montréal, Éditions Écosociété, 2000, p. 37.

²⁷ Centre d'études sur les médias. *La propriété croisée des médias au Canada*. Rapport déposé au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et à Patrimoine Canada, 2001, p. 70.

des investissements de tous ordres indispensables au développement. Mais cette démarche, dictée par des préoccupations d'abord gestionnaires et par la recherche du profit, conduit à la disparition de publications jugées non rentables, ou insuffisamment rentables, et au regroupement dans une même structure, contrôlée par les mêmes intérêts, d'un nombre plus ou moins importants de titres. Ce sont alors des espaces d'expression, de liberté qui se ferment et le pluralisme est atteint ²⁸.

Petros Iosifides estime pour sa part que la concentration peut avoir des effets positifs sur le pluralisme, en permettant notamment de préserver l'identité culturelle des nations grâce à la création de conglomérats en mesure de rivaliser avec les géants américains, ou encore, de financer des médias régionaux ou indépendants. Toutefois, l'auteur souligne que la concentration réalisée jusqu'ici n'a pas atteint les objectifs promis. Ainsi, précise-t-il, « la recherche du profit l'a emporté sur la quête de la qualité ²⁹ »

Un deuxième courant postule que la concentration de la presse ne constitue qu'un des aspects de la problématique de la diversité de l'information. Plusieurs auteurs remettent en question le lien de causalité univoque entre la pluralité des médias et la diversité des contenus. Selon Richard Collins et Christina Murroni, le danger d'une concentration excessive des médias, « c'est la possibilité que certains points de vue ne soient pas représentés ou reflétés dans les médias, alors que d'autres le seraient trop, ou que des groupes d'intérêts puissent utiliser leur contrôle des médias pour exercer une influence politique indue et que le rôle des médias dans le processus

²⁸ Junqua, Daniel. *La presse, le citoyen et l'argent*. Paris, co-édition Le Monde-Gallimard, 1999, p. 131.

²⁹ Iosifides, Petros. « Diversity versus Concentration in the deregulated Mass Media domain », art. cit. p. 158, dans Centre d'études sur les médias. *La propriété croisée des médias au Canada*, Rapport présenté au CRTC et à Patrimoine Canada, Université Laval, Québec, 2001, p. 43.

démocratique ne soit ainsi compromis³⁰ ». Ainsi, le comportement des acteurs impliqués et leur environnement joueraient un rôle tout aussi important que la structure de la propriété des entreprises en ce qui concerne la détermination des contenus.

Selon l'économiste Robert Picard, fondateur du *Journal of Media Economics*, c'est plutôt la commercialisation excessive des entreprises de presse qui nuit à la diversité de l'information. En ce sens, la concentration ne serait pas le facteur causal principal expliquant les lacunes en termes de diversité des points de vue³¹.

Un troisième courant postule que la concentration est sans conséquence négative pour la diversité des points de vue. L'Américain David Demers estime qu'au contraire la diversité de l'information dans les médias est plus grande aujourd'hui qu'elle ne l'a jamais été auparavant.

« Larger, more complex media organisations generally are more efficient, productive and profitable because they have a more advanced division of labor ; media controlled by managers generally place less emphasis on profits because they typically do not benefit as directly from profits as the owners. »
(CEM, 2001 : 48)

³⁰ Collins, Richard et Murrioni, Christina. *New Media, New Policies, Media and Communications Strategies for the Future*. London, Polity Press, 1996, p. 58, dans Centre d'études sur les médias. *La propriété croisée des médias au Canada*, Rapport présenté au CRTC et à Patrimoine Canada, Université Laval, Québec, 2001, p. 35.

³¹ Picard, Robert. Intervention lors du séminaire de Montréal dans le cadre du débat « La concentration des médias : l'expérience étrangère », transcription par Centre d'études sur les médias, Université Laval, 2000, p. 6.

Les diverses études sur cette question montrent que ce phénomène entraîne autant d'avantages que d'inconvénients ³². Les points de vue s'affrontent chez les chercheurs sur le lien que l'on peut établir entre la qualité de l'information et la structure de la propriété des médias. Pour certains, la concentration de la propriété entraîne nécessairement la concentration des contenus rédactionnels et la recherche maximale du profit, alors que, pour d'autres, la concentration de la propriété a peu d'effets sur la qualité et la diversité de l'information. Enfin, certains chercheurs affirment que la propriété des médias est seulement l'un des facteurs qui affectent la qualité et la diversité de l'information. Cela dit, la majorité des études sur le sujet reconnaissent qu'il existe un seuil critique de concentration au-delà duquel la diversité des points de vue est menacée.

Parmi les arguments en faveur de la concentration de la presse, certains chercheurs avancent que : le marché actuel oblige la consolidation des entreprises pour faire face à la concurrence étrangère ; les profits générés par la concentration de la presse permettent aux médias d'être à l'abri des pressions des annonceurs et d'investir davantage dans la production d'une information de qualité ; avec l'Internet et les multiples canaux d'information, les citoyens ont aujourd'hui accès à un nombre croissant de sources d'information ; ou, encore, les patrons de presse n'ont aucun intérêt à uniformiser leurs contenus, car « s'imiter, c'est se cannibaliser ».

³² Hale, Dennis F. «The influence of chain ownership on news service subscribing », dans *Newspaper Research Journal*, 1991, p. 35.

Les auteurs qui sont contre la concentration de la presse avancent plutôt que : la concentration donne lieu à des rationalisations, entraînant des compressions dans les dépenses et les effectifs; la survie des médias indépendants est menacée face aux conglomérats qui concluent des ententes d'exclusivité avec les annonceurs ; la concentration entraîne une moindre couverture médiatique en région, une uniformisation de l'information, l'autopromotion et l'autocensure ; la mobilité des journalistes « dérangeants » est réduite ³³.

Enfin, bien qu'il n'y ait pas de consensus, la plupart des études réalisées sur le sujet finissent par se positionner d'un côté ou de l'autre et optent pour une solution qui tend vers le « moindre mal ». Pour certains, la solution à la concentration de la presse et au maintien d'une information de qualité et diversifiée passe par l'adoption de mécanismes d'autoréglementation, alors que d'autres estiment que le gouvernement doit intervenir et adopter une Loi sur l'information.

³³ Raboy, Marc et Grimard, Geneviève. *Les mesures visant à assurer la liberté de la presse et la diversité de l'information dans dix pays industrialisés ainsi qu'au sein de l'Union européenne*, 2001, p. 89.

CHAPITRE III
PROBLÉMATIQUE

Au Québec, il n'existe aucun organe de régulation pour tenter de contrôler les impacts de la concentration des médias et de la convergence, et pour surveiller la qualité de l'information, hormis la Loi sur la presse, adoptée en 1929, qui s'applique aux journaux et aux périodiques. Or, cette loi n'a pour mandat que de protéger les journalistes contre les poursuites civiles de citoyens se sentant lésés par le contenu d'un article.

Le CRTC et le Bureau de la concurrence du Canada³⁴ ont approuvé presque toutes les transactions proposées ces dernières années. Puis le CPQ, qui a pour mandat de protéger la liberté de la presse et de défendre le droit du public à une information exacte, complète et de qualité, n'a que le pouvoir moral de formuler des recommandations à la suite des plaintes qui lui ont été soumises. Le sort de la qualité et de la diversité de l'information échappe donc au contrôle législatif.

3.1 Les législations existant ailleurs dans le monde

Le gouvernement du Québec pourrait-il légiférer sur la presse écrite ? Un cadre réglementaire nuirait-il à la liberté de la presse et à la liberté d'entreprise ? Dans un article signé par Christian Rioux dans *Le Devoir* du 1^{er} décembre 2000, on pouvait lire qu'en France, par exemple, il existe une loi qui interdit à une entreprise de contrôler directement ou indirectement plus de 30 % de l'audience dans un secteur

³⁴ Le Bureau de la concurrence du Canada est responsable de l'administration et de l'application de la Loi sur la concurrence, de la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, de la Loi sur l'étiquetage des textiles et de la Loi sur le poinçonnage des métaux précieux. Son rôle est de promouvoir et de maintenir une concurrence équitable pour que les Canadiens bénéficient de bas prix, d'un choix de produits et de services de qualité.

des médias de masse (presse écrite, radio, télévisions nationales et régionales). La propriété croisée est aussi sévèrement réglementée : les entreprises de presse qui détiennent 20 % du tirage national ne peuvent contrôler une chaîne de télévision qui rejoint plus de 7 % de la population.

En Italie³⁵, le seuil limite de concentration de la presse nationale est de 20 % (et de 50 % pour la presse régionale). Puis, en matière de propriété croisée presse/radio-télévision, un propriétaire ne peut détenir une chaîne de télévision nationale s'il contrôle des quotidiens dont la diffusion totale, au cours de l'année précédente, a dépassé 16 % de la diffusion totale des quotidiens en Italie. Un propriétaire ne peut détenir plus d'une chaîne de télévision nationale s'il contrôle des quotidiens dont la diffusion dépasse 8 % du total, et il ne peut détenir plus de deux chaînes de télévision nationale s'il contrôle des quotidiens dont la diffusion est inférieure à 8 % de la diffusion totale. Par ailleurs, le gouvernement italien exige que les entreprises médiatiques communiquent toute l'information touchant leur structure de propriété, les transferts d'actions (lorsqu'il s'agit de 10 % des actions ou plus) et leurs sources de financement.

Aux Pays-Bas³⁶, la Loi sur les médias assure le pluralisme grâce à des mesures de soutien aux médias imprimés (Fonds pour la presse). Par ailleurs, les éditeurs ont adopté des mesures d'autorégulation : ils s'engagent à limiter à 33 % leur part de marché de la presse quotidienne nationale. Enfin, en matière de propriété croisée,

³⁵ Raboy, M. et Grimard, G. 2001, p. 51.

³⁶ *Ibid.* p. 58.

l'Autorité des médias néerlandais, qui applique les règles formulées par la Loi sur les médias, peut interdire à un diffuseur commercial d'opérer s'il détient une participation de 25 % ou plus dans le marché des quotidiens.

En Allemagne³⁷, il existe une législation sur la presse. Cependant, l'État fédéral n'a pas fait usage de son pouvoir d'intervention jusqu'à présent. En matière d'autorégulation, le Deutscher Presserat (Conseil de presse allemand) a été instauré en 1956 afin de protéger la liberté de la presse et d'assurer l'accès à l'information. Ce conseil a formulé, en 1973, un code d'éthique et des lignes directrices rédactionnelles (le code a été mis à jour en 1974).

Au Royaume-Uni, étant donné qu'il n'existe pas de constitution écrite, la liberté d'expression et la liberté de la presse ne sont pas garanties par une loi. Cependant, les organismes qui réglementent la concurrence appliquent des normes strictes dans les secteurs des médias. Lorsqu'un groupe de presse atteint un certain tirage, il doit obtenir l'accord du ministre du Commerce et de l'Industrie pour acheter un journal britannique. En matière de propriété croisée, un propriétaire de journaux qui contrôle 20 % du marché ne peut détenir une licence de radiodiffusion locale ou nationale³⁸.

Aux États-Unis, depuis 1975, les propriétaires de journaux ne peuvent détenir une station de télévision dans une même ville. « La Cour suprême a jugé que la réglementation structurelle des médias n'est pas une entrave à la liberté

³⁷ *Ibid*, p. 26-27.

³⁸ *Ibid*, p. 62-65

d'expression », notait Jerome Barron, professeur de droit des communications à l'Université George Washington, dans le cadre d'un séminaire tenu à Montréal le 8 décembre 2000 (*La Presse*, 9 décembre 2000). Cette règle est toutefois remise en question et l'on songe à l'assouplir.

Bien qu'aucune loi ne couvre l'industrie des médias écrits aux États-Unis, c'est dans ce pays que le niveau de concentration est le plus faible. Le gouvernement, pour sa part, intervient de trois façons en matière de propriété des médias³⁹ :

- par l'intermédiaire de la règle de propriété croisée journaux/radiodiffusion, qui interdit à toute entreprise de détenir ou de contrôler un journal et une station de radio ou de télévision dans une même localité ;
- par l'intermédiaire du *Newspaper Preservation Act*, une exemption à la loi antitrust qui permet les ententes entre des journaux en ce qui concerne les opérations d'affaires (fixation des prix, partage du matériel de production et des systèmes de distribution) ;
- par l'intermédiaire des règles antitrust, qui s'appliquent à tous les secteurs de l'industrie; selon les lois antitrust, toute entreprise qui prend trop d'expansion ou qui obtient un monopole est en situation d'illégalité.

En matière d'autorégulation, en vertu du *Code of Ethics of the Society of Professional Journalists*, qui stipule que la liberté de la presse est un droit inaliénable devant être

³⁹ *Ibid*, p. 9-10.

sauvegardé, des ombudsmans sont présents chez plusieurs journaux américains afin d'évaluer la qualité de l'information à l'interne.

En Australie,⁴⁰ en matière de propriété croisée, une entreprise ne peut exploiter qu'un quotidien d'importance dans une communauté, ou y détenir une licence de télévision, ou encore une licence de radio. Un intérêt de 15 % ou plus dans une entreprise est perçu comme suffisant pour que le détenteur soit dans une situation de contrôle.

En Autriche⁴¹, l'industrie de la presse écrite est soumise à la loi antitrust, qui permet de contrôler les fusions entre les entreprises médiatiques. Si une transaction accorde une position dominante ou met en danger la pluralité des médias, les autorités antitrust peuvent intervenir et interdire la fusion ou imposer des conditions spécifiques. De plus, selon la Loi sur les médias (Media Act, Article I, Section 4, paragraphe 25), les éditeurs sont tenus de publier un rapport annuel faisant mention de leur propriété et des ententes avec d'autres entreprises médiatiques. Par ailleurs, le gouvernement autrichien intervient, grâce à la Loi pour la promotion de la presse de 1985 (amendée en 1992) afin de sauvegarder le pluralisme des médias. Entre autres, le gouvernement offre des subsides directs à tous les quotidiens et un soutien indirect à la distribution.

⁴⁰ Centre d'études sur les médias, février 2001. *La propriété croisée des médias au Canada*. Rapport déposé au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et à Patrimoine Canada, p. 70-71.

⁴¹ Raboy et Grimard, 2001, p. 28-30.

En Norvège⁴², en matière de propriété croisée, un propriétaire détenant un journal qui a le monopole dans une zone de diffusion où un seul réseau de transmission est disponible ne peut obtenir sa propre licence de radiodiffusion locale ou posséder plus de 49 % des actions ou des droits de vote d'une entreprise de radiodiffusion locale. Par ailleurs, la Norvège octroie trois types de subsides à la presse : exemptions de taxes, publicité et subventions. Enfin, en Suède⁴³, la propriété des journaux et la propriété croisée ne sont pas soumises à un système de régulation. Toutefois, la Suède a une politique nationale d'intervention qui permet l'octroi de subventions directes et indirectes.

Il existe donc, à travers le monde, diverses mesures permettant de contrôler les effets de la concentration de la presse sur la santé de la démocratie et la qualité de l'information dans la presse écrite. L'État devrait-il intervenir et imposer un seuil limite de concentration ou, encore, instaurer un organe de surveillance de la diversité de l'information ? Comme nous avons pu le constater dans les chapitres précédents, de nombreuses recommandations ont été faites au gouvernement en ce sens dans le cadre de divers comités d'étude depuis 30 ans. Et rien n'a été fait.

Si l'État n'intervient pas, alors quel rôle le journaliste peut-il jouer dans son environnement de travail afin d'assurer la qualité et la diversité de l'information ? Peut-il faire valoir son point de vue vis-à-vis de son rédacteur en chef, de l'éditeur, du gouvernement ?

⁴² *Ibid*, p. 53-54.

⁴³ *Ibid* p. 73.

Selon Anne-Marie Gingras, le journaliste peut, s'il le souhaite, contribuer à améliorer le traitement de l'information en fouillant davantage des dossiers ou en dénonçant des situations inacceptables auprès de son syndicat. Mais, précise-t-elle, « l'autonomie journalistique vis-à-vis du propriétaire et de l'éditeur dépend de plusieurs facteurs : la syndicalisation des journalistes, leur éthique, la tradition du média et la santé financière de l'entreprise. Puis, la capacité du rédacteur en chef de s'opposer au propriétaire ou à l'éditeur détermine le niveau d'autonomie. C'est en effet dans la relation privilégiée entre l'éditeur (gardien des intérêts de l'entreprise) et le rédacteur en chef (gardien des intérêts journalistiques) que se joue l'indépendance éditoriale » (Gingras, 1999 : 94).

3.2 Les limites de l'autoréglementation

Par quel mécanisme pourrait-on assurer l'indépendance des salles de rédaction ? Devrait-on miser sur l'autoréglementation ou l'intervention de l'État est-elle nécessaire ? Par exemple, dans le cadre des audiences du CRTC du 19 avril 2001, lorsque Bell Globemedia a demandé le renouvellement de la licence de CTV (*La Presse*, 19 avril 2001, D20), le télédiffuseur a affirmé que les décisions sur le traitement de l'information seraient prises de façon indépendante et qu'il soumettrait un code de principes, lequel tomberait sous l'autorité du Conseil canadien des normes de la radiotélévision. En vertu de ce code :

- Il n'y aura pas de mélange au sein des comités de rédaction. Par exemple, une personne de CTV ne pourra pas faire partie du comité de rédaction du *Globe and Mail*.
- Toutes les entreprises médiatiques de Bell continueront de déterminer elles-mêmes leurs politiques éditoriales.
- Les directeurs de nouvelles dans les stations locales continueront d'assumer les décisions quotidiennes.
- Chaque entité de Bell sera responsable de sa compétitivité sur le marché afin d'avoir suffisamment d'audience et de revenus.
- Le budget du réseau national de CTV et de ses stations locales sera distinct des autres entreprises de Bell Globemedia.

Toutefois, les journalistes pourraient écrire tant pour les médias écrits que pour la télédiffusion, ce qui se traduirait par une diminution du nombre de sources, donc par une moins grande diversité de points de vue. Cet exemple d'autoréglementation illustre bien les limites qu'elle implique. Qui pourra vérifier si ce contrat est bel et bien respecté ? Qui dénoncera les abus et les interférences du patron de presse dans l'agenda éditorial déterminé par le rédacteur en chef ? Quel arbitre analysera la situation et posera un jugement final ? Et enfin, quelle portée peut avoir un tel mécanisme si aucune pénalité n'est prévue en bout de ligne ?

Par ailleurs, en ce qui concerne les règles de transfert de propriété, les articles 5(4) et 5(5) de l'avis public CRTC 1993-354 stipulent que :

Les requérants doivent démontrer que l'approbation des transferts est dans l'intérêt du public, des communautés desservies par les titulaires, y compris les auditeurs, les téléspectateurs et les abonnés du câble, et qu'ils servent les intérêts du système de la radiodiffusion canadienne. [...] On doit démontrer qu'il y a des avantages significatifs et non équivoques qui sont dans l'intérêt public ⁴⁴.

Gingras note que les « critères d'avantages » ne se mesurent pas et que ce concept sert surtout à calmer les inquiétudes à l'égard de la concentration de la presse en prônant le discours selon lequel l'existence de grandes entreprises capables de lutter contre les conglomérats américains est une nécessité inévitable. Les critères d'avantages relèvent donc de l'arbitraire, selon l'auteure.

À ce sujet, le professeur de journalisme Jean-Claude Leclerc énonce quelques questions afin de « mesurer » l'intégrité de la presse (CEM, 2001 : 17) :

- La rédaction est-elle dirigée par un propriétaire qui a une conception valable de l'information en société démocratique et qui est convaincu de l'importance de lui donner un mandat, une direction et des ressources qui soient à la hauteur de la mission ?
- Les journalistes sont-ils libres de traiter des informations et des commentaires touchant aux transactions, aux pratiques et aux enjeux concernant l'empire auquel ils appartiennent ?

⁴⁴ Avis CRTC 77-456

- Le coût d'acquisition de médias par un grand groupe va-t-il peser d'un tel poids sur les finances de la nouvelle entreprise qu'il lui sera difficile de réinvestir dans la qualité et le développement des services d'information ?
- La culture d'entreprise du groupe acquéreur est-elle respectueuse de ses employés, de leur droit de se syndiquer, de l'autonomie professionnelle des cadres ?
- Le nouveau groupe se contentera-t-il de recycler les informations des médias qu'il acquiert ou va-t-il ajouter au « contenu » déjà offert au public ?

Toutes ces questions sont pertinentes, mais il est difficile d'y répondre sans la présence d'un conseil, d'un organe de surveillance, d'un observatoire ou d'une législation pour assurer la fonctionnalité de ces impératifs et leur suivi. Par exemple, le CRTC, qui a approuvé la prise de contrôle de la chaîne de télévision TVA par le Groupe Quebecor Media, a fait les recommandations suivantes (Cyberpresse.ca, section Économie, 5 juillet 2001) :

- Quebecor doit se départir de TQS avant le 21 septembre 2001 afin d'éviter une trop grande concentration des médias.
- Quebecor Media devra injecter 49 millions \$ dans le Groupe TVA.
- La licence du Groupe TVA est renouvelée pour sept ans et le ratio publicitaire demeure à 12 minutes par heure de télédiffusion.
- Le CRTC accepte des « mesures de sauvegarde » proposées par Quebecor, dont le respect d'un code de déontologie applicable à TVA, LCN et LCN Affaires et la

mise en place d'un comité de surveillance chargé de traiter les éventuelles plaintes.

Cependant, Quebecor n'a pas déclaré quelle part des 49 millions \$ serait investie dans les ressources humaines et les ressources matérielles afin d'améliorer la qualité de l'information et la diversité des sources. Puis, certains événements ont prouvé l'inefficacité des mécanismes d'autoréglementation instaurés chez Quebecor à la demande du CRTC. Par exemple, le Comité de surveillance sur l'étanchéité et l'indépendance des salles de nouvelles du Groupe TVA qui examine les plaintes est habilité à s'informer uniquement auprès des entités du Groupe TVA, soit la direction de TVA, de LCN et de Quebecor Media. Ainsi, en cas de dérapage impliquant *Le Journal de Montréal*, le Comité n'a pas le pouvoir de convoquer l'éditeur ou un représentant du journal pour obtenir des renseignements. « Souvent, on ne peut donc pas mener l'enquête à terme parce que le mandat du Comité n'est pas assez élargi », a confié le président du syndicat des employés du Réseau TVA, Réal Lebœuf, dans un article du magazine *Trente* de février 2003.

Il donne en exemple le fait que *Le Journal de Montréal* ait déjà annoncé en première page de ne pas manquer le lendemain soir, au bulletin de nouvelles de TVA, une entrevue exclusive avec Dave Hilton, qui était en prison. Pourtant, l'article 2b) du Code de déontologie et de conduite de Quebecor stipule que TVA doit être indépendante des salles de nouvelles et des professionnels de l'information des journaux de Quebecor Media tout au long des étapes menant à la cueillette de

l'information et à sa diffusion au public. TVA s'était donc servie du journal pour faire mousser les cotes d'écoute de son bulletin d'information.

Les exemples de promotion croisée au détriment de la qualité et de la diversité de l'information se multiplient depuis 2002, notamment au cœur de l'empire Quebecor. Comme le notait Paul Cauchon dans une chronique du *Devoir* le 24 février 2003, la couverture médiatique accordée à l'émission *Star Académie* (diffusée sur le réseau TVA) par les publications de Quebecor illustre bien les effets pervers de la concentration de la presse.

L'émission *Star Académie* a bénéficié d'un nombre impressionnant d'articles depuis trois semaines dans les journaux de Quebecor, les plus lus au Québec, et, depuis vendredi, *Le Journal de Montréal* publie même une chronique sur ce que les internautes peuvent voir sur le site Internet de l'émission, histoire de vous convaincre de vous abonner à ce site, géré par une filiale de Quebecor. Il faut aussi payer, une fois dans ce site, si on veut voter pour un candidat. Et si vous désirez avoir accès à la webcam qui diffuse intégralement tout ce qui se passe dans « l'académie », Vidéotron, toujours propriété de Quebecor, vient à votre rescousse pour vous offrir une connexion haute vitesse, moyennant espèces sonnantes et trébuchantes.

Et on n'a pas encore parlé de tous ces hebdomadaires populaires de Quebecor qui consacraient leur page couverture ce week-end à l'émission, ni des futurs CD des participants qui seront distribués par une autre filiale de Quebecor, ni des autres produits dérivés dont je ne soupçonne même pas l'existence.

[...] Il existe dans la profession journalistique un consensus pour dire que la haute direction d'un empire médiatique ne dicte pas à ses journalistes le contenu de leurs articles. C'est exact. Mais la stratégie de conditionnement s'exerce de façon plus subtile. La direction de l'entreprise n'appelle pas le matin un journaliste qui aurait écrit une mauvaise critique sur l'émission. Elle n'en a pas besoin: l'émission est largement soutenue par les décisions éditoriales d'en parler en page couverture, par le choix rédactionnel d'y accorder de nombreux reportages, [...] Comme l'écrivait récemment le Syndicat des employés de TVA dans un mémoire remis au CRTC, cela représentait « du temps d'antenne

consacré à la promotion de la station plutôt qu'à l'information dirigée vers l'intérêt du public ⁴⁵ ».

L'exemple de *Star Académie* devrait susciter une réflexion au gouvernement et convaincre les sceptiques, tant chez les journalistes que chez les citoyens, en ce qui a trait à la bonne foi des patrons de presse, qui jurent ne pas dicter le contenu éditorial des médias d'information appartenant à leur empire. Les exemples de stratégies de promotion croisée de Quebecor (*voir annexe 3*) indiquent clairement que le contenu rédactionnel n'est pas épargné. Une analyse réalisée par le magazine le *Trente* de janvier 2004 montre en effet que le *Journal de Montréal* accorde une plus grande couverture que le journal *La Presse* aux émissions diffusées sur le réseau TVA (*voir annexe 4*).

Les citoyens comme les journalistes déplorent la trop grande couverture médiatique que Quebecor accorde aux émissions diffusées sur son réseau télévisé. Éleine Ayotte, chef d'antenne au bulletin de nouvelle de TVA, a même démissionné de son poste, dénonçant la place (parfois la manchette) qu'occupe l'information spectacle dans les bulletins d'information.

3.3 Une impasse, des effets pervers

Le débat sur la concentration de la propriété des médias s'avère donc jusqu'ici un pur cercle vicieux, une impasse dans les efforts pour contrôler l'impact de cette réalité qui prend forme et modifie le rôle social des médias et les conditions de travail des

⁴⁵ Paul Cauchon, dans *Le Devoir*, 24 février 2003.

journalistes. Malgré la Commission parlementaire sur la concentration des médias, malgré l'aveu de déception de la FPJQ face aux recommandations de la Commission, peu de débats ont eu lieu sur la place publique et au sein même de la communauté journalistique. Le patron de *La Presse*, Guy Crevier, est même parvenu à une entente avec le syndicat des travailleurs de l'information de *La Presse* concernant les activités du « réseau Gesca », autorisant l'échange de textes entre les sept journaux de la chaîne Gesca (*Le Devoir*, 16 novembre 2001). Seul *Le Devoir* en a fait état et a publié quelques éditoriaux afin d'analyser la problématique de la concentration de la propriété des médias dans un contexte de convergence. Le débat piétine, tandis que les effets pervers gagnent du terrain.

De fait, un après la signature de la clause Gesca, le président du syndicat du journal *Le Soleil*, l'un des quotidiens acquis dans la transaction Gesca-Unimédia, admet du bout des lèvres que la montréalisation du *Soleil* n'a pas tout à fait été évitée, puis les autres journaux du réseau dénoncent le fait que les chroniques de *La Presse* prennent la place de celles faites maison. On doute ainsi de la volonté du patron de presse de faire du *Soleil* un quotidien national et de préserver la couleur régionale des quotidiens en région. « Guy Crevier a dit vouloir respecter notre caractère régional, mais en nous imposant les chroniques de *La Presse*, il nous fait perdre un peu notre identité », révèle Fernand Bélanger, président du syndicat à *La Voix de l'Est*, dans le *Trente* de février 2003. Dans ce même reportage, le président du syndicat du *Nouvelliste*, Guy Veillette, déplore que Gesca ait une vision « réductrice » du mandat régional d'un quotidien. « Nous avons toujours eu notre chroniqueur cinéma, mais

depuis la mise en place de la clause Gesca, nous devons passer la chronique cinéma de *La Presse* trois samedis sur quatre. »

Un autre effet pervers de la concentration s'est manifesté en décembre 2001 au sein de l'empire Global Communications et Southam News, où la famille Asper, propriétaire du conglomérat, a imposé la publication d'un éditorial unique à ses 14 principaux journaux à travers le Canada. Ainsi, chaque jeudi, un texte rédigé au siège social à Winnipeg était publié dans les pages éditoriales des quotidiens appartenant au géant médiatique. Une procédure que l'on prévoyait étendre à deux ou même trois éditoriaux uniques par semaine en 2002.

En guise de protestation, plusieurs journalistes ont refusé de signer leurs textes durant deux jours et plus de 70 journalistes de *The Gazette* ont signé une lettre ouverte qui a été publiée dans plusieurs quotidiens, étalant au grand jour la situation périlleuse à laquelle était confrontée la presse écrite anglophone au Canada. Cette situation a été dénoncée par la FPJQ, la FNC, le CPQ et la Guilde des journalistes du Canada. Les trois anciens rédacteurs en chef de *The Gazette* Joan Fraser, Norman Webster et Mark Harrison ont même publié une lettre afin de manifester leur désaccord à l'égard de la nouvelle politique éditoriale de CanWest. Puis, l'Assemblée nationale a adopté, le 19 décembre 2001, une motion stipulant que les dirigeants de CanWest devraient publier un énoncé de principe et s'engager à assurer la qualité et la diversité de l'information, le caractère original et l'autonomie de la salle de rédaction du quotidien *The Gazette*.

Pour calmer les esprits, Québec a cru bon, à l'automne 2002, de créer un Comité d'experts pour étudier les effets de la concentration des médias au Québec. Pourtant, la commission parlementaire sur la concentration de la presse qui s'était tenue en février 2001 avait fourni diverses analyses, positions et recommandations d'experts en la matière. Quel était donc le but de cette décision gouvernementale ? Gagner du temps ? Calmer les gens après la tempête CanWest ?

N'empêche que depuis, rien n'a été fait : les recommandations de ce comité-conseil sur la qualité et la diversité de l'information, qui reprenaient celles qui avaient été énoncées lors de la commission parlementaire un an plus tôt, sont restées sur le papier.

3.4 Le défaitisme et l'immobilisme

Le débat ne fait plus les manchettes ni l'objet de discussion dans la confrérie des journalistes. Le défaitisme l'emporte à chaque vague de protestation, et les gens « vivent avec » cette réalité médiatique car, en bout de ligne, c'est le patron de presse qui décide et le gouvernement, lui, ne semble pas vouloir intervenir.

Comme le souligne Habermas, « une opinion peut souvent, une fois acquise, se scléroser et devenir un réflexe figé. En l'absence d'un processus de communication dont le moteur serait le public faisant usage de sa raison, même les opinions susceptibles de passer sur la scène publique ne se développent jamais jusqu'à former une opinion publique » (Habermas, 1978 : 223).

L'auteur explique notamment que l'immobilisme d'un débat peut résulter d'une perception fondée, mais stéréotypée des différents groupes d'intérêts et des préjugés profondément enracinés, reposant sur des expériences qui ont été transmises de génération en génération. Ainsi, le discours de patrons de presse et celui des artisans des médias sont devenus, au fil du temps, un même discours menant à une impasse. « Les médias reproduisent l'idéologie dominante et se bornent à représenter ce qui, de toute façon, constitue les conditions de leur vie, tout en faisant de cette existence la norme à laquelle ils doivent se conformer », explique l'auteur (Habermas, 1978 : 224). Par exemple, on stipule souvent que la concentration de la propriété des médias est inévitable dans un contexte de mondialisation afin de protéger la culture et l'identité nationale. C'est d'ailleurs le discours dominant des patrons de presse (élite économique) qui tapisse les pages de la presse commerciale.

À la lumière de ces constats, il est pertinent de se questionner sur le rôle que jouent les citoyens et les organismes représentant les intérêts de segments de la population dans les prises de décision de l'État quant à l'élaboration de recommandations et de politiques de communication. La participation publique aux décisions politiques a-t-elle une portée réelle ? Qui joue un rôle dans l'élaboration des recommandations à l'égard de la concentration de la presse ? Comment s'exerce cette influence ? Est-ce que l'État sait résister aux pressions des entreprises de presse ? Les décisions sont-elles prises dans l'intérêt public ? Quelle place occupe le public dans les prises de décision ? Quel groupe est mis de côté et pour quelles raisons ? Quel acteur social est davantage reconnu, comment et pourquoi ?

En somme, *La participation publique aux décisions politiques a-t-elle une portée réelle et, si oui, quel acteur social a le plus influencé la commission parlementaire dans ses choix parmi les recommandations qui lui ont été faites ?*

CHAPITRE IV
MÉTHODOLOGIE

Ce quatrième chapitre présente le corpus à l'étude et le choix de la méthodologie. Notre recherche se concentre sur la perception et l'opinion des acteurs sociaux, ce qui facilite le choix du paradigme de recherche, soit « l'ensemble d'orientations, d'attitudes, d'objets et de méthodes qu'une communauté de chercheurs, à une époque donnée, considère comme valable ⁴⁶ ».

Dans notre perspective, l'individu détient la compétence et le pouvoir d'intervenir et de participer à la modification des règles et des normes sociales, et à la création de nouvelles structures. Ainsi, nous avons choisi le paradigme interprétatif (Weber), qui suggère que « les formes sociales sont l'émanation des individus » et que la société est un « problème ouvert et insoluble » ⁴⁷. La sociologie qualitative « weberienne » permet de vérifier la perception qu'ont les acteurs sociaux des normes sociales et des structures dans leur vie quotidienne. Notre méthodologie se base ainsi sur cette position épistémologique des théoriciens de l'étude interprétative.

4.1 Approche méthodologique

Le but de la recherche étant d'analyser le rôle des acteurs sociaux dans le cadre de la Commission parlementaire sur la concentration de la presse, nous privilégions la méthode qualitative, qui nous permet d'analyser le contenu des interventions.

⁴⁶ Attallah, Paul. *Théorie de la communication. Sens, systèmes, savoir*. Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1991, p. 19.

⁴⁷ Lapassade, Georges. *L'ethnosociologie : les sources anglo-saxonnes*. Paris, Méridiens Klincksiek, 1991, p. 112.

En définitive, l'intérêt pour la méthode de l'analyse de contenu s'impose puisque les effets de la concentration de la presse ne sont pas « observables ». L'analyse de contenu, « une méthode de classification ou de codification des éléments d'un message dans des catégories propres à mettre en évidence les différentes caractéristiques en vue d'en faire comprendre le sens ⁴⁸ », nous permet de dévoiler quels sont les principaux thèmes abordés par les différents acteurs sociaux et pourquoi. Puis, nous vérifierons si les décideurs politiques ont tenu compte de ces observations, desquelles, provenant de qui et pourquoi.

4.2 Étapes techniques de l'analyse de contenu

Dans le cadre de ce projet, nous cherchons à répondre aux questions suivantes : Comment les intervenants se sont-ils positionnés ? Comment ont-ils fait valoir leurs intérêts ? Quelle est l'étendue de l'influence de chaque acteur social dans l'élaboration des recommandations en matière de concentration de la presse et comment s'exerce cette influence ? Comment s'effectue la mise en commun des intérêts divergents des diverses catégories d'acteurs sociaux ayant participé à la commission parlementaire ? Quelle place occupe chaque catégorie d'acteurs sociaux dans l'appareil décisionnel ? Comment les priorités sont-elles établies ?

⁴⁸ Mayer, R. et Ouellet, F. *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux*. Boucherville, Gaétant Morin éd., 1991, p. 346.

Une étude réalisée par Marc Raboy⁴⁹, ayant pour objet l'analyse de l'influence des acteurs sociaux dans l'élaboration de la politique de la radiodiffusion au Canada, présente une approche méthodologique pouvant s'appliquer à la présente problématique. Les chercheurs ont fait une analyse documentaire en procédant ainsi : une équipe de recherche a dans un premier temps scruté les mémoires et les procès-verbaux déposés dans le cadre de la révision gouvernementale de cette politique, puis elle a vérifié « comment les personnes, les associations et les groupes qui sont intervenus auprès du Groupe de travail, du Comité permanent et du Comité législatif ont pris position publiquement par rapport aux enjeux de la radiodiffusion canadienne » (Raboy, 1995 : 19). Pour ce faire, les chercheurs ont regroupé les intervenants en six catégories : la classe politique, l'appareil gouvernemental, l'agence de réglementation, les experts, les entreprises et les publics organisés. Ils ont ensuite ciblé sept enjeux présents au cœur de tous les débats qui ont eu lieu sur la question.

Cette approche méthodologique s'est inspirée d'études réalisées par un groupe de recherche international en Europe⁵⁰. Le groupe McQuail et Siune a analysé les motivations qui sous-tendent les intérêts des acteurs sociaux par rapport aux enjeux relatifs aux nouvelles technologies. Nous avons donc utilisé cette démarche systématique dans le cadre de ce projet de recherche.

⁴⁹ Raboy, Marc. *Accès inégal, Les canaux d'influence en radiodiffusion*. Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 1995.

⁵⁰ McQuail, Dennis et Siune, Karen. *New Media Politics : Comparative Perspectives in Western Europe*. Londres, Sage Publications, 1986.

4.3 Démarche

4.3.1 Présentation et justification du choix du corpus

Au préalable, rappelons que, sous la pression de la FPJQ, une commission parlementaire sur la concentration de la presse s'est réunie en février 2001. Plusieurs catégories d'acteurs sociaux représentant les intérêts économiques, politiques, culturels et sociaux de groupes constituant l'ensemble de la société ont déposé des mémoires afin de faire valoir leur point de vue sur la question et de faire des recommandations à la commission de la Culture.

Nous comptions au départ nous limiter à analyser quelques-uns des 34 mémoires (*voir annexe 2*) déposés dans le cadre de cette consultation publique. Or, le choix de l'un et l'exclusion de l'autre n'étant pas justifiable, nous nous sommes rendu compte qu'il était nécessaire d'inclure tous les mémoires au corpus littéraire afin d'établir un portrait fidèle de tous les enjeux, arguments et recommandations invoqués par toutes les catégories et les sous-catégories d'acteurs sociaux, lesquelles représentent des préoccupations de différents segments de la population.

En premier lieu, nous avons identifié les catégories et les sous-catégories d'acteurs sociaux qui sont intervenues dans le cadre de la commission parlementaire. Nous les avons répertorié de la façon suivante :

TABLEAU I

CATÉGORIES ET SOUS-CATÉGORIES D'ACTEURS SOCIAUX

Catégories d'acteurs sociaux	Sous-catégories d'acteurs sociaux
1) Groupes de presse	<ul style="list-style-type: none"> a) Gesca b) Médias Transcontinental c) Quebecor d) Radio Nord Communications
2) Syndicats, fédérations et associations	<ul style="list-style-type: none"> a) Confédération des syndicats nationaux (CSN) b) Centrale des syndicats du Québec (CSQ) c) Fédération nationale des communications (FNC-CSN) d) Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) (Association professionnelle) e) Regroupement des syndicats de Gesca f) Syndicat canadien de la fonction publique - section locale 687 (SCFP TVA) g) Syndicat <i>Étoile du Lac</i> h) Syndicat <i>La Presse</i> i) Syndicat <i>Le Devoir</i> j) Syndicat <i>Le Journal de Montréal</i> k) Syndicat <i>Le Soleil</i>
3) Représentants de médias indépendants, communautaires et de région	<ul style="list-style-type: none"> a) Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ) b) Association des radiodiffuseurs communautaires (ARC) c) Charles Desmarteau d) Corporation de télédiffusion du Grand Châteauguay inc. (CTGC) e) Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec (FTCAQ) f) <i>Le Devoir</i> g) <i>Revue ouvrière</i> h) Télévision communautaire du Grand Saint-Jérôme (TCGSJ)
4) Experts	<ul style="list-style-type: none"> a) Communications C.J. Devirieux b) Jean-Claude Picard c) Judith Dubois d) Marc-François Bernier

5) Milieu culturel

- a) Association des libraires du Québec (ALQ)
- b) Association nationale des éditeurs de livres (ANEL)
- c) Centre de ressources en éducation aux médias (CREM)

6) Publics organisés

- a) Assemblée des évêques du Québec (AEQ)
- b) Mouvement pour la démocratie des villes (MDV)
- c) Organisation mondiale pour les familles (OMF Familis)

7) Organisme d'autoréglementation

- a) Conseil de presse du Québec (CPQ)

Enjeux, arguments et recommandations

Après avoir effectué une première lecture flottante des 34 mémoires, nous avons retenu les neuf enjeux qui préoccupent le plus les intervenants et les neuf arguments les plus fréquemment mentionnés pour faire valoir leur position en faveur ou contre la concentration de la presse.

TABLEAU II
ENJEUX SOULEVÉS PAR LES ACTEURS SOCIAUX

Enjeux
Autonomie des salles de rédaction
Rationalisations
Uniformisation de l'information
Information régionale
Autocensure / Autopromotion
Mobilité des journalistes
Survie de la Presse canadienne
Survie des médias indépendants, communautaires et de région
Droits des pigistes

TABLEAU III
 ARGUMENTS INVOQUÉS PAR LES ACTEURS SOCIAUX

Arguments
Garde-fous actuels (CRTC, FPJQ, CPQ) suffisants / insuffisants
Assises historiques solides des groupes de presse
Législations dans le monde
Exemple d'effets pervers
Exemple de concentration sans danger
Avis d'un chercheur en faveur de la concentration
Avis d'un chercheur contre la concentration
Affronter la concurrence canadienne et étrangère
Maintenir en vie les petits médias dont la santé financière est en péril

Pour vérifier quelle catégorie et sous-catégorie d'acteurs sociaux a le plus influencé la commission parlementaire dans ses choix de recommandations (énoncés dans le Rapport de la Commission de la culture sur la concentration des médias, déposé en novembre 2001), nous avons répertorié les principales recommandations énoncées dans les 34 mémoires.

Enfin, nous avons répertorié un total de 20 recommandations, incluant les 12 recommandations de la commission figurant dans son Rapport.

TABLEAU IV

RECOMMANDATIONS DES ACTEURS SOCIAUX ET DE LA COMMISSION (EN GRAS)

<p>Exiger des engagements tacites de la part des groupes de presse</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Commission de la culture demande aux dirigeants d'entreprises de presse de publier leurs énoncés de principes et leurs engagements à l'égard de la qualité et de la diversité de l'information. • Invitation aux groupes de presse à assurer une meilleure couverture journalistique des régions. • Invitation aux entreprises de presse à donner suite à la décision récente de la Cour d'appel fédérale qui donne raison aux journalistes indépendants, à défaut de quoi la Commission recommande au gouvernement de légiférer pour faire respecter les droits des journalistes indépendants.
Investir dans la recherche et l'éducation sur les médias
Revoir le rôle de la CDP
Établir des balises pour le cyberjournalisme
Créer une agence de presse du Québec
Créer une fondation des médias indépendants
Investir dans un CPQ plus fort
Assurer l'appui financier à la Presse canadienne (PC)
Adopter une loi sur les droits des pigistes
Instaurer un ombudsman dans les groupes de presse
Mettre en place un mécanisme de vigie
Mettre en place des comités internes de surveillance dans les groupes de presse
Investir dans Télé-Québec
Établir une entente Québec-Ottawa dans le secteur des communications
Adopter une Loi sur l'information
Créer un fonds de développement pour les médias indépendants, communautaires et de région financé par les groupes de presse
Meilleur partage de l'assiette de publicité gouvernementale aux médias communautaires et indépendants
Prévoir un crédit d'impôt pour les médias indépendants
Créer une association de médias indépendants
Faire des pressions (gouvernement du Québec) sur le CRTC pour une radio et une télévision publiques et communautaires de qualité

C'est à partir de ces variables que nous avons fait un bilan des enjeux, des arguments et des recommandations présentés par chaque catégorie et sous-catégorie d'acteurs sociaux. Nous pourrions ainsi déterminer quels sont les enjeux qui préoccupent chaque catégorie et sous-catégorie d'acteurs sociaux, de même que les arguments invoqués par chacune d'entre elles pour appuyer leur position sur la question. Ensuite, il nous sera possible de dégager des prises de position communes pour chaque catégorie d'acteurs sociaux et de cibler les enjeux, arguments et recommandations qui ont mobilisé chacune d'entre elles.

Enfin, nous allons évaluer une dimension de l'influence des acteurs sociaux ayant pris part au débat en comparant leurs recommandations à celles de la commission. Nous verrons ainsi quelle place occupe la voix des groupes de presse, des syndicats de journalistes, des représentants de médias indépendants, communautaires et de région, des experts, du milieu culturel, des publics organisés et des organismes paragouvernementaux dans l'appareil décisionnel québécois à l'égard de la concentration de la presse. Plus précisément, nous déterminerons quelle catégorie ou sous-catégorie d'acteurs sociaux a été mise de côté et laquelle a davantage été prise en considération.

CHAPITRE V
PRÉSENTATION DES DONNÉES

Dans ce chapitre, nous mettons en lumière les résultats qui découlent de l'application des grilles d'analyse composées des variables « enjeux », « arguments » et « recommandations » à notre corpus composé de 34 mémoires. Dans un premier temps, voici un bilan des enjeux et des arguments qui ont été invoqués par chaque catégorie et sous-catégorie d'acteurs sociaux.

5.1 Bilan des enjeux et des arguments selon les acteurs

Groupes de presse

Les groupes de presse n'ont mentionné aucun des enjeux soulevés par les autres catégories d'acteurs sociaux. Au contraire, ils ont tenté d'apporter la preuve que la concentration de la presse est un moyen de contrer les enjeux en question. Les quatre groupes de presse ont de façon unanime donné comme argument que : la concentration de la presse est un levier économique qui permet d'améliorer la qualité et la diversité de l'information ; elle est nécessaire pour affronter la concurrence canadienne et étrangère vu la petitesse et la particularité francophone du marché québécois ; les garde-fous actuels (CRTC, FPJQ, CPQ) sont suffisants ; l'histoire et les assises solides des groupes de presse prouvent que leur priorité est la qualité de l'information ; plusieurs médias indépendants et de région ont pu continuer à vivre à la suite de leur acquisition par un groupe de presse.

Quebecor et Gesca ont par ailleurs présenté des exemples de concentration de la presse sans danger ailleurs dans le monde, étayés par des études, des avis et des analyses de chercheurs. Gesca est pour sa part le seul groupe de presse à avoir tenté de montrer, d'un point de vue structurel, que la concentration de la presse favorise l'autonomie des salles de rédaction.

Syndicats, associations et fédérations

La majorité des intervenants de cette catégorie d'acteurs sociaux a présenté les quatre enjeux suivants : l'autonomie des salles de rédaction, les rationalisations, l'uniformisation de l'information et l'information régionale. Puis entre quatre et six intervenants ont manifesté leurs inquiétudes concernant l'autocensure et l'autopromotion, la mobilité des journalistes, la survie de la Presse canadienne, de même que celle des médias indépendants, communautaires et de région. Aucun syndicat, aucune association ni fédération n'a abordé la question des droits des pigistes sous forme d'enjeux ; la FPJQ aborde néanmoins le sujet dans ses recommandations.

La CSN et la FNC n'ont discuté d'aucun des enjeux. La CSN a plutôt fait un portrait de la situation pour énoncer directement ses recommandations. Puis la FNC avait pour sa part reçu le mandat de faire une étude sommaire sur les moyens d'assurer la liberté de la presse et la diversité de l'information dans les pays industrialisés. Le syndicat du *Journal de Montréal* n'a abordé que deux enjeux sur neuf, soit l'autonomie des salles de rédaction et l'uniformisation de l'information.

Les quatre arguments avancés par cette catégorie d'acteurs sont les suivants : plusieurs législations existent ailleurs dans le monde pour contrôler la concentration de la presse ; plusieurs exemples permettent de prouver les effets pervers de la concentration de la presse ; des chercheurs et des experts l'ont démontré ; les garde-fous actuels sont insuffisants, ce dernier argument ayant été invoqué uniquement par les syndicats de TVA, de *La Presse* et du *Journal de Montréal*.

Représentants de médias indépendants, communautaires et de région

Les trois principaux enjeux soulignés par les représentants de médias indépendants, communautaires et de région sont les suivants : l'uniformisation de l'information, l'information régionale et la survie des médias indépendants, communautaires et de région. L'AJIQ est la seule à avoir abordé la question des droits des pigistes. La mobilité des journalistes représente un enjeu pour l'AJIQ et *Le Devoir*, alors que les rationalisations inquiètent *Le Devoir* et *Revue ouvrière*.

Peu d'arguments ont été invoqués par cette catégorie d'acteurs. *Revue ouvrière* a fait référence aux législations qui existent ailleurs dans le monde et a offert quelques exemples d'effets pervers de la concentration de la presse. Puis *Le Devoir* et Télévision communautaire du Grand Saint-Jérôme ont cité un chercheur qui s'inscrit contre la concentration de la presse. *Le Devoir* a par ailleurs admis que la consolidation des structures médiatiques pouvait s'avérer nécessaire dans certains cas pour affronter la concurrence canadienne ou étrangère.

Experts

Au total, huit enjeux ont été soulignés par seulement deux experts (sur quatre). Judith Dubois et Marc-François Bernier ont tous deux abordé l'autonomie des salles de rédaction, l'uniformisation de l'information, l'autocensure et l'autopromotion. Mme Dubois a pour sa part discuté des rationalisations, de la survie des médias indépendants, communautaires et de région et des droits des pigistes, alors que M. Bernier a parlé de l'information régionale et de la mobilité des journalistes.

Parmi les arguments invoqués, M. Bernier et Mme Dubois avancent que la concentration de la presse peut contribuer à la survie de certains médias indépendants, communautaires et en région dont la santé financière est en péril. M. Bernier cite quelques exemples de législations qui existent ailleurs dans le monde pour contrôler la concentration de la presse.

Milieu culturel

Les intervenants du milieu culturel ont tous mentionné l'uniformisation de l'information comme enjeu. L'ALQ et le CREM ont aussi souligné les rationalisations et l'autocensure/l'autopromotion. L'information régionale n'a été signalée que par l'ALQ. Du côté des arguments, l'ALQ et l'ANEL ont cité des législations existant ailleurs dans le monde, puis l'ANEL a donné des exemples d'effets pervers de la concentration de la presse.

Publics organisés

Parmi les enjeux soulignés par les publics organisés, l'OMF Familis a mentionné l'autonomie des salles de rédaction et les droits des pigistes, le Mouvement pour une démocratie dans les villes (MDV) a noté l'uniformisation de l'information, l'information régionale et l'autocensure/l'autopromotion, enfin, le Comité des communications de l'Assemblée des évêques du Québec (CMAEQ) a fait part de ses craintes concernant la survie des médias indépendants, communautaires et de région. Peu d'arguments ont été apportés par cette catégorie d'acteurs : le MDV a cité des législations étrangères, de même que l'avis d'un chercheur qui s'inscrit contre la concentration de la presse.

Organisme d'autoréglementation

Le CPQ a souligné tous les enjeux, à l'exception de la mobilité des journalistes, de la survie de la Presse canadienne et des droits des pigistes. Puis, parmi les arguments invoqués, le CPQ fait mention d'exemples de concentration sans danger et rappelle les assises solides des groupes de presse du Québec. Il note cependant quelques exemples d'effets pervers, avance que les garde-fous actuels sont insuffisants et fait mention des législations qui existent ailleurs dans le monde.

TABLEAU V

BILAN DES ENJEUX SELON LES ACTEURS SOCIAUX

Catégories d'acteurs sociaux	Enjeux 1 à 4			
	Autonomie des salles de rédaction	Rationalisations	Uniformisation de l'information	Information régionale
Groupes de presse				
Gesca				
Médias Transcontinental				
Quebecor				
Radio Nord Communications				
Syndicats, fédérations et associations				
CSN				
CSQ	X	X	X	X
FNC				
FPJQ		X	X	X
Syndicats Gesca	X	X	X	X
SCFP TVA	X	X	X	X
Syndicat <i>Étoile du Lac</i>	X	X		X
Syndicat <i>La Presse</i>	X	X		X
Syndicat <i>Le Devoir</i>	X	X	X	X
Syndicat <i>Le Journal de Montréal</i>	X		X	
Syndicat <i>Le Soleil</i>	X	X	X	X
Médias indépendants et communautaires				
AJIQ			X	
ARC			X	X
Charles Desmarteau				
CTGC				X
FTCAQ			X	X
<i>Le Devoir</i>		X	X	
<i>Revue ouvrière</i>		X	X	X
TCGSJ				
Experts				
Communications CJ Devirieux				
J-C Picard				
Judith Dubois	X	X	X	
M-F Bernier	X		X	X
Milieu culturel				
ALQ		X	X	X
ANEL			X	
CREM		X	X	
Publics organisés				

CMAEQ				
MDV			X	X
OMF Familis	X			
Organisme d'autoréglementation				
CPQ	X	X	X	X

Catégories d'acteurs sociaux		Enjeux 5 à 9			
	Autocensure et Autopromotion	Mobilité des journalistes	Survie de la PC	Survie des médias indépendants, communautaires et de région	Droits des pigistes
Groupes de presse					
Gesca					
Médias Transcontinental					
Quebecor					
Radio Nord Communications					
Syndicats, fédérations et associations					
CSN					
CSQ	X			X	
FNC					
FPJQ	X	X	X	X	
Syndicats					
Gesca	X	X			
SCFP TVA	X				
Syndicat <i>Étoile du Lac</i>				X	
Syndicat <i>La Presse</i>	X	X	X		
Syndicat <i>Le Devoir</i>	X	X	X	X	
Syndicat <i>Le Journal de Montréal</i>					
Syndicat <i>Le Soleil</i>			X		
Médias Indépendants et communautaires					
AJIQ		X		X	X
ARC				X	
Charles Desmarteau					
CTGC				X	
FTCAQ				X	
<i>Le Devoir</i>		X		X	
<i>Revue ouvrière</i>				X	
TCGSJ				X	
Experts					
Com. CJ Devirieux					
J-C Picard					
Judith Dubois	X			X	X

M-F Bernier	X	X			
Milieu culturel					
ALQ	X				
ANEL					
CREM	X				
Publics organisés					
CMAEQ				X	
MDV	X				
OMF Familis					X
Organisme d'autoréglementation					
CPQ	X			X	

TABLEAU VI

BILAN DES ARGUMENTS SELON LES ACTEURS SOCIAUX

Catégories d'acteurs sociaux	Arguments 1 à 5					
	Garde-fous actuels (CRTC, FPJQ, CPQ)		Assises Historiques solides	Législations dans le monde		Exemples d'effets pervers
	Suffisants	Insuffisants		Pour	Contre	
Groupes de presse						
Gesca	X		X			X
Médias Transcontinental	X		X			
Quebecor	X		X	X		X
Radio Nord Communications	X		X			
Syndicats, fédérations et associations						
CSN					X	
CSQ					X	
FNC					X	
FPJQ					X	X
Syndicats Gesca						X
SCFP TVA		X			X	X
Syndicat <i>Étoile du Lac</i>					X	
Syndicat <i>La Presse</i>		X			X	X
Syndicat <i>Le Devoir</i>					X	
Syndicat <i>Le Journal de Montréal</i>		X				X
Syndicat <i>Le Soleil</i>						X
Médias indépendants et communautaires						
AJIQ						
ARC						
Charles Desmarteau						
CTGC						
FTCAQ						
<i>Le Devoir</i>						
<i>Revue ouvrière</i>					X	X
TCGSJ						
Experts						
Communications CJ Devirieux						
J-C Picard						

Judith Dubois							
M-F Bernier					X		
Milieu culturel							
ALQ					X		
ANEL					X	X	
CREM							
Publics organisés							
CMAEQ							
MDV					X		
OMF Familis							
Organisme d'autorégulation							
CPQ		X	X		X	X	X

Catégories d'acteurs sociaux		Arguments 6 à 9			
	Avis d'un chercheur en faveur de la concentration de la presse	Avis d'un chercheur contre la concentration de la presse	Affronter la concurrence canadienne et étrangère	Maintenir en vie les petits médias dont la santé financière est en péril	
Groupes de presse					
Gesca	X		X	X	
Médias Transcontinental			X	X	
Quebecor	X		X	X	
Radio Nord Communications			X	X	
Syndicats, fédérations et associations					
CSN					
CSQ					
FNC					
FPJQ					
Syndicats Gesca		X			
SCFP TVA		X			
Syndicat <i>Étoile du Lac</i>					
Syndicat <i>La Presse</i>		X			
Syndicat <i>Le Devoir</i>					
Syndicat <i>Le Journal de Montréal</i>		X			
Syndicat <i>Le Soleil</i>		X			
Médias indépendants et communautaires					
AJIQ					
ARC					
Charles Desmarteau					

CTGC				
FTCAQ				
<i>Le Devoir</i>		X	X	
<i>Revue ouvrière</i>				
TCGSJ		X		
Experts				
Communications CJ Devirieux				
J-C Picard		X		
Judith Dubois				X
M-F Bernier				X
Milieu culturel				
ALQ				
ANEL				
CREM				
Publics organisés				
CMAEQ				
MDV		X		
OMF Familis				
Organisme d'autoréglementation				
CPQ		X		

5.2 Prises de position des acteurs sociaux

Chez les groupes de presse, aucun enjeu n'est souligné. Les quatre groupes de presse estiment que la concentration de la presse donne les moyens d'offrir une information de meilleure qualité, d'affronter la concurrence étrangère et de maintenir en vie des petites publications qui ne sont plus rentables. Tous les groupes de presse sont par ailleurs d'avis que les garde-fous actuels sont suffisants et que le gouvernement devrait se fier à la bonne foi et au bon jugement des patrons de presse. Pour le prouver, ils invoquent leurs assises historiques solides.

Du côté des syndicats de journalistes, on s'inquiète surtout pour l'autonomie des salles de rédaction, les rationalisations, l'uniformisation de l'information et l'information régionale. Pour appuyer leurs craintes, ils ont presque tous cité l'avis

d'un chercheur contre la concentration de la presse, des exemples d'effets pervers et de législations existant ailleurs dans le monde pour les contrer.

Les représentants de médias indépendants, communautaires et de région s'inquiètent surtout pour l'uniformisation de l'information, la survie des médias indépendants, communautaires et de région et l'information régionale.

Chez les experts, aucune prise de position ne se dégage, en dehors du fait que deux des quatre intervenants ont fait part de leurs craintes à l'égard de l'autonomie des salles de rédaction, de l'uniformisation de l'information et de l'autocensure/l'autopromotion, tout en ajoutant que la concentration de la presse peut aussi sauver de la faillite des petits médias indépendants ou de région.

Les intervenants du milieu culturel s'entendent tous pour dire que la concentration de la presse risque de générer une uniformisation de l'information et des rationalisations, et d'inciter à l'autocensure/l'autopromotion. En ce qui concerne les publics organisés, aucune prise de position commune ne ressort.

TABLEAU VII
PRISES DE POSITION DES ACTEURS SOCIAUX

Catégories d'acteurs sociaux	Prises de position
Groupes de presse	<ul style="list-style-type: none"> • La concentration ne suscite aucun enjeu Arguments : <ul style="list-style-type: none"> • Maintenir en vie les petits médias dont la santé financière est en péril • Garde-fous actuels suffisants • Assises historiques solides
Syndicats de journalistes	Enjeux : <ul style="list-style-type: none"> • Autonomie des salles de rédaction • Rationalisations • Uniformisation de l'information • Information régionale
Médias indépendants, communautaires et de région	Enjeux : <ul style="list-style-type: none"> • Uniformisation de l'information • Information régionale • Survie des médias indépendants, communautaires et de région
Experts	Enjeux : <ul style="list-style-type: none"> • Autonomie des salles de rédaction • Uniformisation de l'information • Autocensure/autopromotion Arguments : <ul style="list-style-type: none"> • Maintenir en vie les petits médias dont la santé financière est en péril
Milieu culturel	Enjeux : <ul style="list-style-type: none"> • Rationalisations • Uniformisation de l'information • Autocensure/autopromotion
Publics organisés	Aucune

5.3 Enjeux mobilisateurs

Toutes les catégories d'acteurs sociaux, excepté les groupes de presse, ont mentionné l'uniformisation de l'information et l'information régionale comme étant des enjeux de la concentration de la presse, puis ils ont tous cité en exemple des législations existant ailleurs dans le monde sur la propriété des médias.

Les rationalisations, l'autocensure/l'autopromotion, de même que la survie des médias indépendants, communautaires et de région sont des enjeux qui ont mobilisé cinq catégories d'acteurs sociaux. L'autonomie des salles de rédaction a retenu l'attention des syndicats de journalistes, des experts, des publics organisés et de l'organisme d'autoréglementation ; la mobilité des journalistes préoccupe pour sa part les syndicats de journalistes, les médias indépendants, communautaires et de région et les experts; même chose pour les droits des pigistes, un enjeu mentionné par les médias indépendants, communautaires et de région, les experts et les publics organisés. La survie de la Presse canadienne n'a été soulignée que par les syndicats, fédérations et associations.

L'argument voulant que les garde-fous actuels soient suffisants, invoqué par les quatre groupes de presse, n'a été mentionné par aucune autre catégorie d'acteurs sociaux. Les quatre groupes de presse sont par ailleurs les seuls à avoir cité des chercheurs favorables à la concentration de la presse. Enfin, des exemples d'effets pervers ont été présentés par quatre catégories d'acteurs sociaux, soit les syndicats de journalistes, les représentants de médias indépendants, communautaires et de région, le milieu culturel et l'organisme d'autoréglementation.

TABLEAU VIII
ENJEUX MOBILISATEURS

Enjeux	Catégories d'acteurs sociaux
Uniformisation de l'information	<ul style="list-style-type: none"> • Syndicats • Médias indépendants, communautaires et de région • Experts • Milieu culturel • Publics organisés • Organisme d'autoréglementation
Information régionale	<ul style="list-style-type: none"> • Syndicats • Médias indépendants, communautaires et de région • Experts • Milieu culturel • Publics organisés • Organisme d'autoréglementation
Rationalisations	<ul style="list-style-type: none"> • Syndicats • Médias indépendants, communautaires et de région • Experts • Milieu culturel • Organisme d'autoréglementation
Autocensure/autopromotion	<ul style="list-style-type: none"> • Syndicats • Experts • Milieu culturel • Publics organisés • Organisme d'autoréglementation
Survie des médias indépendants, communautaires et de région	<ul style="list-style-type: none"> • Syndicats • Médias indépendants, communautaires et de région • Experts • Publics organisés • Organisme d'autoréglementation
Autonomie des salles de rédaction	<ul style="list-style-type: none"> • Syndicats • Experts • Publics organisés • Organisme d'autoréglementation
Mobilité des journalistes	<ul style="list-style-type: none"> • Syndicats • Médias indépendants, communautaires et de région • Experts
Droits des pigistes	<ul style="list-style-type: none"> • Médias indépendants, communautaires et de région • Experts

5.4 Étendue de l'influence des acteurs sociaux

Les 34 intervenants ont indiqué au moins une recommandation dans leur mémoire. Aux fins de notre recherche, nous avons retenu les revendications les plus souvent mentionnées. Nous les avons répertoriées dans les deux grilles suivantes, lesquelles incluent également les recommandations de la commission.

TABLEAU IX

PORTRAIT DES RECOMMANDATIONS RETENUES PAR LA COMMISSION (COLONNES OMBRAGÉES)

Catégories d'acteurs sociaux	Recommandations 1 à 5				
	Exiger des engagements des patrons de presse	Investir dans la recherche et l'éducation sur les médias	Revoir le rôle de la CDP	Établir des balises en cyberjournalisme	Créer une agence de presse du Québec
Groupes de presse					
Gesca	X				
Médias Transcontinental					
Quebecor	X				
Radio Nord Communications					
Syndicats, fédérations et associations					
CSN					
CSQ					
FNC					
FPIQ			X		
Regroupement syndicats Gesca	X				
SCFP TVA					
Syndicat Étoile du Lac					
Syndicat La Presse	X				
Syndicat Le Devoir					

Syndicat <i>Le Journal de Mtl</i>					
Syndicat <i>Le Soleil</i>	X				
Médias indépendants et communautaires					
AJIQ					
ARC					
Charles D.					
CTGC					
FTCAQ			X		
<i>Le Devoir</i>	X				
<i>Revue ouvrière</i>					X
TCGSJ					
Experts					
Communications CJ Devirieux					
J-C Picard	X				
Judith Dubois					
M-F Bernier	X	X			
Milieu culturel					
ALQ					
ANEL					
CREM		X			
Publics organisés					
CMAEQ					
MDV			X		
OMF Familis		X			
Organisme d'autoréglementation					
CPQ				X	
Commission	X				

Catégories d'acteurs sociaux	Recommandations 6 à 9			
	Créer une fondation des médias indépendants	Investir dans un CPQ plus fort	Assurer l'appui financier à la PC	Adopter une loi sur les droits des pigistes
Groupes de presse				
Gesca				
Médias Transcontinental				
Quebecor				
Radio Nord Communications				
Syndicats, fédérations et associations				
CSN				
CSQ		X		
FNC				
FPJQ		X		X
Regroupement syndicats				
Gesca				

SCFP TVA				
Syndicat <i>Étoile du Lac</i>				
Syndicat <i>La Presse</i>		X	X	
Syndicat <i>Le Devoir</i>				
Syndicat <i>Le Journal de Montréal</i>				
Syndicat <i>Le Soleil</i>				
Médias indépendants et communautaires				
AJIQ				X
ARC				
Charles Desmarteau	X			
CTGC				
FTCAQ				
<i>Le Devoir</i>				
<i>Revue ouvrière</i>	X		X	
TCGSJ				
Experts				
Communications CJDevirieux		X		
J-C Picard				
Judith Dubois				
M-F Bernier		X		X
Milieu culturel				
ALQ		X		
ANEL				
CREM				
Publics organisés				
CMAEQ				
MDV				
OMF Familis				
Organisme d'auto- réglementation				
CPQ		X		
Commission		X	X	

Catégories d'acteurs sociaux	Recommandations 10 à 15					
	Ombudsman dans les groupes de presse	Mécanisme de vigie	Comités internes de surveillance	Investir dans Télé- Québec	Établir une entente Québec- Ottawa dans le secteur des com.	Adopter une loi sur l'infor- mation
Groupes de presse						
Gesca						
Médias Transcontinental						
Quebecor						
Radio Nord Communications						
Syndicats,						

fédérations et associations						
CSN						X
CSQ						
FNC						
FPIQ	X					X
Syndicats Gesca			X			
SCFP TVA						
Syndicat <i>Étoile du Lac</i>						
Syndicat <i>La Presse</i>			X			X
Syndicat <i>Le Devoir</i>						X
Syndicat <i>Le Journal de Montréal</i>			X			
Syndicat <i>Le Soleil</i>						
Médias indépendants et communautaires						
AJIQ						
ARC						
Charles Desmarteau	X					
CTGC				X		
FTCAQ						
<i>Le Devoir</i>		X				X
<i>Revue ouvrière</i>				X		X
TCGSJ				X		
Experts						
Communications CJ Devirieux	X					X
J-C Picard		X				
Judith Dubois						
M-F Bernier	X	X	X			
Milieu culturel						
ALQ						X
ANEL		X				
CREM						
Publics organisés						
CMAEQ						
MDV		X	X	X		X
OMF Familis						
Organisme d'auto-réglementation						
CPQ	X	X				
Commission	X	X	X	X	X	

Catégories d'acteurs sociaux	Recommandations 16 à 20				
		Créer un fonds de développement pour les médias indépendants et communautaires	Meilleur partage de l'assiette de publicité gouvernementale aux médias	Prévoir un crédit d'impôt pour les médias indépendants	Créer une association de médias indépendants

	financé par les groupes de presse	indépendants et communautaires			radio et une télévision publiques et communautaires de qualité
Groupes de presse					
Gesca					
Médias Transcontinental					
Quebecor					
Radio Nord Communications					
Syndicats, fédérations et associations					
CSN					
CSQ	X				X
FNC					
FPJQ	X				
Syndicats Gesca					
SCFP TVA					
Syndicat <i>Étoile du Lac</i>		X			
Syndicat <i>La Presse</i>	X				
Syndicat <i>Le Devoir</i>	X				
Syndicat <i>Le Journal de Montréal</i>					
Syndicat <i>Le Soleil</i>					
Médias indépendants et communautaires					
AJIQ	X				
ARC		X			
Charles Desmarteau	X	X	X	X	
CTGC		X			X
FTCAQ		X			X
<i>Le Devoir</i>		X			
<i>Revue ouvrière</i>	X	X			X
TCGSJ		X			
Experts					
Communications CJ Devirieux					
J-C Picard					
Judith Dubois					
M-F Bernier					
Milieu culturel					
ALQ					
ANEL					
CREM					
Publics organisés					
CMAEQ					
MDV					X

OMF Familis		X			
Organisme d'auto-réglementation					
CPQ	X				
Commission		X	X	X	X

Sur les neuf enjeux qui ont été soulevés par les 34 intervenants dans le cadre de la consultation publique sur la concentration de la presse, sept ont retenu l'attention de la commission : l'autonomie des salles de rédaction, l'uniformisation de l'information, l'information régionale, l'autocensure et l'autopromotion, la survie de la Presse canadienne et la survie des médias indépendants, communautaires et en région. Ainsi, dans son Rapport, la commission ne tient pas compte des rationalisations, un enjeu noté par cinq catégories d'acteurs (syndicats, médias indépendants, experts, milieu culturel, organisme d'autoréglementation), et de la mobilité des journalistes, qui inquiète aussi trois catégories d'acteurs (syndicats, médias indépendants, communautaires et de région, experts).

Parmi les arguments invoqués par les 34 intervenants, aucun n'a spécifiquement été retenu par la commission qui, dans son Rapport, se limite à citer divers commentaires des acteurs sans prendre position ou se prononcer sur la valeur ou la pertinence des arguments. Cependant, les résultats montrent que la commission a retenu l'argument « assises historiques solides » des groupes de presse et a fait fi de la présentation des diverses législations qui existent ailleurs dans le monde, un argument invoqué par toutes les catégories d'acteurs sociaux, à l'exception des groupes de presse.

En effet, bien que cinq catégories d'acteurs sociaux aient réclamé une loi sur l'information, la commission a plutôt misé sur la confiance des patrons de presse en n'exigeant que des « énoncés de principes et des engagements à l'égard de la qualité et de la diversité de l'information ». Deux autres revendications n'ont pas eu d'échos. Il s'agit d'une loi sur les droits des pigistes et de la création d'un fonds de développement pour les médias indépendants, lequel serait financé par les groupes de presse. Ce qui nous mène au constat qu'aucune des recommandations de la CSN, de l'AJIQ et du syndicat des journalistes du *Devoir*, qui ont tous proposé l'une de ces deux pistes de solution, n'a été retenue par la commission.

TABLEAU X

NOMBRE ET POURCENTAGE DES RECOMMANDATIONS RETENUES PAR LA COMMISSION SELON LES CATÉGORIES D'ACTEURS SOCIAUX

Catégories d'acteurs sociaux	Nb intervenants	%	Nb de recom. retenues	Nb total de recom.	% des recom. retenues
Groupes de presse	4	12 %	1	1	100 %
Syndicats, fédérations et associations	11	32 %	7	11	64 %
Médias indépendants, communautaires et de région	8	23 %	9	15	60 %
Experts	4	12 %	5	8	63 %
Milieu culturel	3	9 %	2	4	50 %
Publics organisés	3	9 %	5	8	63 %
Organisme d'auto-réglementation	1	3 %	3	5	60 %

5.5 Les acteurs sociaux les plus influents

Les résultats montrent qu'en termes de nombre de recommandations retenues par la commission ce sont les représentants de médias indépendants, communautaires et de région et les syndicats, fédérations et associations qui ont eu le plus de gains, avec respectivement 9 et 7 recommandations retenues. Le milieu culturel et les groupes de presse sont en fin de liste.

TABLEAU XI
LES ACTEURS SOCIAUX LES PLUS INFLUENTS

Influence en termes de nombre de recommandations retenues		Influence en termes de % des recommandations retenues	
Catégories d'acteurs	Nb	Catégories d'acteurs	%
1) Médias indépendants, communautaires et en région	9	1) Groupes de presse	100 %
2) Syndicats, fédérations et associations	7	2) Syndicats, fédérations et associations	64 %
3) Experts	5	3) Experts	63 %
4) Publics organisés	5	4) Publics organisés	63 %
5) Organisme d'auto-réglementation	3	5) Médias indépendants, communautaires et de région	60 %
6) Milieu culturel	2	6) Organisme d'auto-réglementation	60 %
7) Groupes de presse	1	7) Milieu culturel	50 %

Or, lorsque le nombre de recommandations retenues est analysé en termes de pourcentage de toutes les recommandations faites par chacune des catégories d'acteurs sociaux, il est intéressant d'observer un tout autre résultat. Par exemple, la seule et unique recommandation de la catégorie d'acteurs « groupes de presse » a été

retenue (100 %), ce qui la place au premier rang. Les sous-catégories Quebecor et Gesca ont en effet recommandé à la commission de s'en tenir à un engagement ferme et tacite des patrons de presse à produire une information de qualité. Si l'on considère le poids des groupes de presse, qui ne représentent que 12 % de l'ensemble des intervenants, cette influence est considérable. D'autant plus que la commission, en misant sur l'engagement des groupes de presse, a par le fait même évacué les recommandations de diverses catégories d'acteurs sociaux qui sont favorables à une législation.

Du côté des syndicats, fédérations et associations, seules 7 de leurs 11 recommandations ont eu gain de cause, ce qui les maintient au deuxième rang en termes de pourcentage des recommandations retenues (64 %). Fait à noter, cette catégorie d'acteurs représente 32 % des intervenants, soit 11 sur 34.

Les résultats montrent par ailleurs que les experts ont aussi marqué des points, tant en termes de nombre que de pourcentage des recommandations retenues. De fait, cinq de leurs huit recommandations (63 %) ont été retenues par la commission, ce qui les place au troisième rang. Ici encore, si l'on tient compte du fait que les experts ne représentent que 12 % de l'ensemble des acteurs sociaux qui sont intervenus, ce résultat dénote une certaine influence de cette catégorie d'acteurs.

Fait intéressant, les publics organisés tirent leur épingle du jeu avec cinq recommandations sur huit de retenues (63 %), ce qui les situe au quatrième rang.

Notons que cette catégorie d'acteurs sociaux ne représentait que 9 % de l'ensemble des intervenants.

Du côté des moins influents figurent l'organisme d'autoréglementation et le milieu culturel, cette dernière catégorie d'acteurs sociaux occupant le dernier rang en termes de pourcentage (50 %) de recommandations retenues.

CHAPITRE VI
INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

Dans le présent chapitre, il nous paraît important de dégager quelques-uns des résultats et de tenter de les interpréter à l'aide des modèles théoriques présentés précédemment.

Dans un premier temps, nous constatons que les enjeux invoqués par différentes catégories d'acteurs sociaux dans les mémoires déposés dans le cadre de la commission parlementaire vont dans le sens de la pensée de Sénécal, de Gingras et de Daniel Chomsky, des auteurs qui mettent en doute le rôle social des médias dans le système démocratique actuel.

D'après Gingras, la concentration de la propriété des médias porte atteinte au pluralisme idéologique et selon Sénécal, elle centralise la production et uniformise les sources d'information. Les résultats montrent en effet que l'information régionale et l'uniformisation de l'information sont des enjeux qui préoccupent six catégories d'acteurs sociaux, soit les syndicats, les médias indépendants, communautaires et de région, les experts, le milieu culturel, les publics organisés et l'organisme d'autoréglementation.

Toujours d'après Sénécal, ce sont les médias communautaires et indépendants qui participent à la démocratisation des médias. Les représentants des médias indépendants, communautaires et de région ont de fait énoncé le plus grand nombre de recommandations, soit 15, dont 9 ont été retenues par la commission. La survie des médias indépendants, communautaires et de région est par ailleurs un enjeu soulevé par cinq catégories d'acteurs sociaux, soit les syndicats, les experts, les publics

organisés, l'organisme d'autoréglementation et, bien sûr, les représentants des médias indépendants, communautaires et de région.

Enfin, l'analyse de l'auteur Daniel Chomsky, selon laquelle l'éditeur aurait une influence directe sur le traitement de l'information fait par ses entreprises de presse, se reflète dans les enjeux mentionnés par quatre catégories d'acteurs, soit les syndicats, les experts, les publics organisés et l'organisme d'autoréglementation.

Dans un même ordre d'idées, Noam Chomsky affirme que l'information est filtrée par la taille de l'entreprise de presse, le niveau de concentration et la recherche de profits, puis que la qualité de l'information est altérée par l'influence des publicitaires, la dépendance vis-à-vis des sources officielles et les critiques visant à restreindre la marge de manœuvre des journalistes. Les résultats de notre analyse montrent que les craintes de divers groupes sociaux vont en ce sens. Par exemple, cinq catégories d'acteurs sociaux (syndicats, experts, milieu culturel, publics organisés, organisme d'autoréglementation) ont signalé l'autocensure et l'autopromotion comme enjeu, trois catégories d'acteurs (milieu culturel, experts et publics organisés) ont mentionné les droits des pigistes, alors que cinq catégories d'acteurs (médias indépendants, communautaires et de région, experts, milieu culturel, publics organisés, organisme d'autoréglementation) ont recommandé la mise en place d'un mécanisme de vigie.

6.1 Les groupes de presse, la voix la plus forte

Les théoriciens de l'école critique avancent que les médias diffusent l'idéologie dominante, n'ayant aucune autonomie face au pouvoir économique et politique (Missika et Wolton, 1983 : 203). Inversement, le système économique et politique commande le système des médias, lequel sert à reproduire la pensée dominante (Sfez, 1993 : 1001).

Ainsi, l'espace public perd de sa capacité à nourrir la vie démocratique lorsqu'il est pris en charge soit par l'État, soit par le milieu des affaires, soit par une quelconque association des deux (McChesney, 2000 : 89).

Les résultats de notre analyse montrent en effet que, dans le cadre de la consultation publique sur la concentration de la presse, où sept catégories de groupes sociaux ont pris position et ont fait des recommandations, c'est le monde des affaires qui a eu gain de cause. Comme le dit Ramonet, c'est le pouvoir économique qui devance le pouvoir médiatique, lesquels délogent le pouvoir politique (Ramonet, 1999 : 56).

En effet, 100 % des recommandations des groupes de presse ont été retenues par la commission. Quebecor et Gesca ont recommandé à la commission de leur accorder sa confiance en n'exigeant de leur part que des engagements tacites et des énoncés de principe, arguant que les mécanismes de surveillance actuels (FPJQ, CPQ, CRTC) sont suffisants. Les groupes de presse ont aussi misé sur leurs « solides assises historique », puis ils ont cité des exemples de concentration de la presse inoffensifs à

l'étranger, le tout appuyé de commentaires de chercheurs et d'experts en communication.

Ces recommandations et ces arguments ont non seulement influé sur les décisions de la commission, mais cette dernière a par conséquent dû écarter plusieurs recommandations qui mobilisaient l'ensemble des intervenants (à l'exception des patrons de presse), soit l'adoption d'une loi sur l'information et d'une loi sur les droits des pigistes, puis la mise sur pied d'un fonds d'aide aux médias indépendants, communautaires et de région, lequel serait financé par les groupes de presse. Par ailleurs, toutes les catégories d'acteurs sociaux ont donné comme argument des exemples de législations qui existent ailleurs dans le monde, et plusieurs ont cité des exemples concrets d'effets pervers de la concentration de la presse et de la convergence, parfois même appuyés de l'avis de chercheurs et d'experts en communication. Mais ces arguments n'ont pas eu le dessus sur ceux des groupes de presse.

Ainsi, la théorie d'espace public d'Habermas, selon laquelle tous les acteurs sociaux devraient avoir un accès égal à la sphère publique, de laquelle émane une opinion publique qui joue un rôle de médiateur entre les besoins de l'État, de la société et de l'intérêt public, ne semble pas s'appliquer dans le cas présent. Les résultats tendent en effet à montrer que, dans le cadre de cette consultation publique, la commission a davantage considéré les recommandations de certaines catégories d'acteurs sociaux.

6.2 Hégémonie de l'espace public démocratique

Selon Wolton, l'espace public est un modèle de société où cohabitent diverses communautés partielles (ou restreintes)⁵¹, lesquelles ont graduellement perdu leur légitimité et leur poids, au profit de la naissance d'un espace public universel comme espace d'expression et de délibération de citoyens libres et égaux en droit. « Il y a donc toujours eu un rapport de force entre ces deux concepts, celui d'espace public et celui de communauté partielle. Quel est le problème aujourd'hui ? Le rapport de force s'est tellement inversé que les communautés restreintes n'ont plus guère d'autonomie dans la gestion de leur système de différences et de symboles, et elles sont de plus en plus soumises aux règles régissant l'espace public. [...] Le problème n'est pas le droit à l'expression de chacune de ces communautés, mais la place accordée à ces systèmes symboliques hétérogènes par rapport aux règles démocratiques dominantes de l'espace public » (Wolton, 1997 : 169).

Les résultats montrent en effet que le milieu culturel et l'organisme d'autoréglementation sont les catégories d'acteurs sociaux qui ont le moins influencé la commission dans ses choix de recommandations. Notons cependant que ces catégories ne représentaient ensemble que 12 % des intervenants.

Parmi les recommandations qui ont été écartées par la commission figurent l'investissement dans la recherche et l'éducation sur les médias, une loi sur les droits

⁵¹ Par communauté restreinte, l'auteur entend les communautés religieuses, scientifiques, médicales, militaires et artistiques.

des pigistes, la révision du rôle de la CDP, des balises pour le cyberjournalisme, une loi sur l'information et la création d'un fonds de développement pour les médias indépendants, communautaires et de région financé par les groupes de presse. Des recommandations qui ne cadrent pas avec l'idéologie dominante, soit celle du milieu des affaires, qui refuse toute intervention législative du gouvernement, qui n'a aucun intérêt ni à contribuer financièrement à un fonds de développement pour les médias indépendants, ni à avoir des pigistes dont les droits sont protégés par une loi, ni à voir une CDP ayant les mains liées face à tout investissement dans leur empire, ni à être contraint à négocier avec des nouvelles règles encadrant la gestion d'un site Internet et de son contenu.

6.3 Le pouvoir des experts

L'un des effets paradoxaux de cette situation d'hégémonie de l'espace public démocratique sans intermédiaire et sans hiérarchie, selon Wolton, est la valorisation extrême de l'expert. Dans son ouvrage *Penser la communication*, il expose le problème de la montée en puissance de la logique de l'expert, un « phénomène en partie contradictoire avec le paradigme de la liberté et de l'égalité des opinions, mais qui s'explique par le besoin de hiérarchiser des opinions qui, par ailleurs, s'expriment librement et égalitairement » (Wolton, 1997 : 176).

Les résultats de notre analyse vont dans le sens de cette théorie, les experts étant la troisième catégorie d'acteurs sociaux ayant le plus influencé la commission dans ses décisions bien qu'ils ne représentent que 12 % de l'ensemble des intervenants. En

effet, 63 % de leurs recommandations ont été retenues, soit des engagements de la part des patrons de presse, un CPQ plus fort, un ombudsman, un mécanisme de vigie et un comité interne de surveillance. Les recommandations des experts qui ont été mises de côté sont : investissement en recherche et éducation aux médias, loi sur les droits des pigistes et loi sur l'information.

CONCLUSION

Les études réalisées au cours des dernières années montrent que la concentration de la presse peut nuire à la qualité de l'information et à la diversité des points de vue, mais qu'il n'y a pas nécessairement un lien univoque entre la structure de la propriété de l'entreprise de presse et la qualité de l'information. Par ailleurs, il est difficile de prouver scientifiquement les effets pervers de la concentration de la presse sur la santé de la démocratie, tandis que les avantages économiques sont concrètement et quantitativement identifiables. Le défi s'avère donc de trouver un moyen de maîtriser, voire de contrôler les impacts négatifs de ce phénomène complexe sur la qualité de l'information lorsqu'ils se produisent.

Idéalement, la première étape consisterait à informer les citoyens sur ce que signifie « concentration de la presse », sur ses implications et ses enjeux, en donnant des exemples concrets. Les stratégies de promotion croisée et la synergie entre les salles de rédaction du conglomérat Quebecor ou, encore, l'impact de l'échange d'articles dans le réseau Gesca permettent aujourd'hui de mieux illustrer et comprendre le phénomène de la concentration de la presse et de la convergence.

Pour les citoyens, le débat demeure virtuel et superficiel. Tant que la question ne sera pas explicitée sur la place publique, par la télévision ou la radio d'État, par exemple, le public ne sera pas au rendez-vous.

Certes, la question revient toujours. Pourquoi la concentration de la presse demeure-t-elle un cercle vicieux qui, malgré toutes les commissions d'étude, n'a toujours pas été réglé ? Pourquoi les gouvernements parviennent-ils toujours à se

défiler lorsque vient le moment d'agir ? Pourquoi les citoyens, les journalistes et les politiciens finissent-ils toujours par faire leur deuil de la question ? Peut-être bien parce que les citoyens, le public, la masse n'ont pas eu accès à toute l'information requise pour saisir tous les enjeux que sous-tendent la concentration de la presse et la convergence. Peut-être aussi parce que les citoyens, de toute façon, n'ont plus confiance dans les journalistes et dans les médias.

En effet, un sondage Léger Marketing commandé par la FPJQ en octobre 2002 révèle que 80 % des Québécois se disent entièrement satisfaits de l'information qui leur est livrée sur papier ou en onde, les trois quarts de la population estiment que les journalistes jouent très bien ou assez bien leur rôle pour préserver la démocratie dans notre société et 54 % pensent que l'information produite par les médias est suffisante pour les aider à porter un jugement critique sur les événements locaux, nationaux et internationaux.

Cependant, 41 % des Québécois sont d'avis que les médias ne disent pas toujours la vérité et la moitié de la population aimerait que les journalistes se sentent davantage responsables de la qualité de leur travail, eux qui sont avant tout, selon les sondés, au service de leur entreprise (38 %), de leur propre intérêt (29 %) et de l'intérêt public (27 %).

Ainsi, les citoyens sont satisfaits de la qualité de l'information et du travail des journalistes, mais ils n'ont pas confiance en eux et ne sont pas convaincus de la véracité des faits qui leur sont transmis. De tels résultats sont inquiétants et prouvent

encore une fois l'urgence d'investir dans l'éducation sur les médias. Dans cette perspective, il reviendrait au gouvernement d'agir pour assurer la qualité de l'information. Or, le nouveau gouvernement au pouvoir, celui de Jean Charest, n'a jamais soufflé mot sur la question, sa priorité étant la santé pour le moment.

Pourtant, pour un gouvernement qui est en faveur du changement, ce serait l'occasion d'agir différemment des gouvernements précédents en mettant en place ne serait-ce qu'un mécanisme de vigie, ou encore, en obligeant à tous les groupes de presse à financer le Conseil de presse du Québec ou à mettre en place un ombudsman et un mécanisme de surveillance interne.

Cela dit, une lueur d'espoir en a fait rêver plus d'un en 2003. Le CRTC a bloqué, en juillet 2003, l'acquisition des huit stations de radio AM d'Astral Média, dont CKAC, par le Groupe TVA/RadioNord Communications. Le CRTC trouvait que l'ajout d'un nouveau médium, soit la radio, le seul où Québecor n'a pas encore d'actifs, accentuerait les problèmes liés à la concentration de la presse et à la propriété croisée. Ce qui laisse donc croire que le CRTC est d'accord pour dire que le phénomène de la concentration de la presse entraîne des effets pervers.

Puis, en entrevue dans le magazine *Trente* de septembre 2003, le président du CRTC, M. Charles Dalfen, a déclaré que le Conseil craignait que la synergie souhaitée par Québecor entre les salles de nouvelles de la radio et de la télévision n'accroisse l'uniformisation de l'information.

Le CRTC travaille actuellement à mettre au point un code de déontologie sur la propriété croisée qui sera applicable à l'ensemble de l'industrie, peut-on lire dans *Trente*, mais la décision inattendue et surprenante du CRTC de bloquer la transaction n'implique pas un changement de direction. « Nous avons toujours été préoccupés par la concentration de la presse et la propriété croisée, mais nous avons toujours trouvé un équilibre », a confié M. Dalfen au *Trente*.

Par conséquent, le CRTC n'a pas l'intention de légiférer sur la presse écrite afin, par exemple, de pouvoir interdire la propriété croisée comme aux États-Unis ou encore d'exiger qu'un pourcentage minimum des revenus du patron de presse soit réinvestis dans l'information et le journalisme d'enquête. « Nous avons décidé en 1999 qu'Internet ne serait pas réglementé, car nous préférons laisser jouer les forces du marché. Sans doute que ce sera la même chose pour la presse écrite. Il s'agit d'un choix historique voulant que l'État n'interfère pas dans les journaux », explique le président du CRTC dans *Trente*.

En attendant la prochaine vague de protestations, les effets pervers, eux, continuent de se manifester chez Quebecor, Gesca et CanWest, et tous, lecteurs, journalistes et politiciens, réalisent qu'ils n'ont aucun pouvoir d'intervention, car, en bout de ligne, c'est la liberté d'entreprise et les intérêts économiques qui triomphent. Du moins, pour l'instant...

La liberté de la presse, elle, passe en second. En effet, malgré les protestations de toutes parts, même de l'Assemblée nationale, Izzy Asper a déclaré le

31 janvier 2002 : « Nous voulons nous assurer que, pour les sujets nationaux et internationaux d'importance, nous n'ayons qu'une seule position éditoriale officielle et non 14⁵². »

La FPJQ a réagi, en indiquant dans un communiqué de presse le même jour, que « pour CanWest, le Canada et les médias ont changé. Les éditoriaux nationaux seraient la nouvelle façon d'aborder les questions nationales, laissant les questions locales aux équipes éditoriales de chacun des quotidiens. Tous ne sont pas d'accord avec cette politique, mais les journalistes de *The Gazette* qui s'y opposent publiquement sont menacés de mise à pied. Les journalistes n'ont-ils donc de responsabilités qu'à l'égard de leur employeur même lorsqu'ils croient, en leur âme et conscience, que la liberté de la presse est en jeu ? Sont-ils de simples employés comme les autres comme le soutient CanWest ? »

Même le CRTC, conscient des impacts négatifs de la convergence sur la qualité de l'information et témoin des stratégies peu subtiles de promotion croisée de Quebecor, préfère se limiter à l'autoréglementation, et ce, même si le syndicat des journalistes de TVA a prouvé à maintes reprises que le code de déontologie et le code de conduite et de surveillance ne sont pas efficaces sur le terrain.

En considérant tous ces états de fait, nous constatons qu'effectivement le pouvoir économique l'emporte sur le pouvoir médiatique, lesquels ont le dessus sur le pouvoir politique. Sans être tout à fait d'accord avec le concept d'espace public d'Habermas,

⁵² *Le Journal de Montréal*, 31 janvier, p. 31.

nous croyons que, pour atteindre un idéal démocratique, il faut rêver. Rêver à un espace de discussion dans les médias indépendants, communautaires et publics, où l'enjeu de la concentration de la presse et de la convergence sera expliqué et débattu avec transparence. Un espace de discussion qui sera accessible à la masse et qui exposera tous les pour et les contre, les enjeux, les arguments et les pistes de solution qui ont été énoncées au cours des 30 dernières années dans le cadre de commissions parlementaires et de comités d'étude financés par les fonds publics.

Un débat public ayant une réelle portée passe d'abord par l'éducation, la vulgarisation, la transparence, puis par la mobilisation des citoyens, qui exigeront une information de qualité et diversifiée, en toute connaissance de cause. Ensuite, peut-être le gouvernement agira-t-il en toute « légitimité » et, qui sait, retrouvera-t-il l'emblème du pouvoir qui lui revient.

D'ici là, nous croyons qu'il serait pertinent de faire une véritable analyse du contenu des médias québécois afin de mesurer le niveau d'uniformisation de l'information, l'enjeu qui préoccupe toutes les catégories d'acteurs sociaux – à l'exception des groupes de presse, cela va de soi. Il sera ainsi possible d'aller au-delà des suppositions et de mesurer, grâce à une grille d'analyse unique et originale, l'uniformisation de l'information au sein des empires médiatiques. Face à de telles preuves, un gouvernement responsable pourra-t-il vraiment se défilier au nom d'une quelconque liberté ? Le droit à une information de qualité et diversifiée mène pourtant à la plus grande des libertés, celle de la connaissance.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

ATTALLAH, P. *Théorie de la communication. Sens, systèmes, savoir*. Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1991.

BERNIER, M.-F. *Éthique et déontologie du journalisme*. Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval, 1994.

CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS. *La propriété croisée des médias au Canada*. Rapport déposé au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et à Patrimoine Canada, 2001.

CHOMSKY, D. « The mechanisms of management control at the *New York Times* », dans *Media, Culture and Society*, 1999, Vol. 25, p. 579-599.

CHOMSKY, N. « Les exploits de la propagande » dans *Propagande, médias et démocratie*. Montréal, Éditions Écosociété, 2000.

COLLINS, R. et Murrioni, C. *New Media, New Policies, Media and Communications Strategies for the Future*. London, Polity Press, 1996.

COMMITTEE OF EXPERTS ON MEDIA CONCENTRATION AND PLURALISM (MM-CM). *Report on Media Concentration and Pluralism in Europe*. Rev. Ed. Strasbourg, Council of Europe, 1997.

GINGRAS, A.-M. *Médias et démocratie : le grand malentendu*. Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1999.

HABERMAS, J. *L'espace public - Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris, Payot, 1978.

HALE, F. D. « The influence of chain ownership on news service subscribing », dans *Newspaper Research Journal*, 1991, p. 34-46.

HERMAN, E. S. et Chomsky, N. *Manufacturing Consent. The Political Economy of Mass Media*, New York, Pantheon Books, 1988.

IOSIFIDES, P. « Diversity versus Concentration in the deregulated Mass Media domain », dans *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1999, vol. 76, n° 4, p. 1-22.

JUNQUA, D. *La presse, le citoyen et l'argent*. Paris, co-édition Le Monde-Gallimard, 1999.

KENT, T. et coll. *Rapport de la commission royale sur les quotidiens*. Ottawa, ministère des Approvisionnement et services, 1981.

LAPASSADE, G. *L'ethnosociologie : les sources anglo-saxonnes*. Paris, Méridiens Klincksiek, 1991.

LAVOIE, M.-H, Dornan, C. et Sauvageau, F. *La concentration de la presse écrite, un « vieux » problème non résolu*. Québec, Centre d'études sur les médias. Les cahiers-médias, n° 11, Presses de l'Université Laval, 2000.

MAYER, R. et Ouellet, F. *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux*. Boucherville, Gaëtan Morin éd., 1991.

McCHESNEY, R. W. Les géants des médias, une menace pour la démocratie, dans *Propagande, médias et démocratie*. Montréal, Editions Écosociété, 2000.

Mc QUAIL, D. et Siune, K. « New Media Politics : Comparative Perspectives in Western Europe », Londres, Sage Publications, 1986, dans Raboy, M. *Le rôle des acteurs dans l'élaboration de la politique canadienne de la radiodiffusion*, Communication/Information, 1990, n° 11 (2), p. 251-271.

MEIER, W.A. et Trappel, J. « Media Concentration and the Public Interest », dans *Media Policy*, de McQuail, D. et Siune, K. Sage London, Thousand Oaks, 1998.

MISSIKA, J. L. et Wolton, D. *La folle du logis : la télévision dans les sociétés démocratiques*. Éditions Gallimard, Paris, 1983.

PICARD, R. *Intervention lors du séminaire de Montréal dans le cadre du débat « La concentration des médias : l'expérience étrangère »*, transcription par le Centre d'études sur les médias, Université Laval, 2000.

RABOY, M. *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*. Boucherville, Gaëtan Morin éd., 2^e édition, 2000.

RABOY, M. *Le rôle des acteurs dans l'élaboration de la politique canadienne de la radiodiffusion*, *Communication/Information*, 1990, n° 11 (2), p. 251-271.

RABOY, M. *Accès inégal, Les canaux d'influence en radiodiffusion*. Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 1995.

RABOY, M. et Grimard, G. *Les mesures visant à assurer la liberté de la presse et la diversité de l'information dans dix pays industrialisés ainsi qu'au sein de l'Union européenne*. Étude réalisée pour la Fédération nationale des communications, éd. Gaëtan Morin, 2001.

RAMONET, I. *La tyrannie de la communication*. Paris, Galilée, 1999.

ROGERS, E. M. « L'école empirique et l'école critique de recherche en communication », dans *Les cahiers de la communication*, vol. 1, n° 3, 1981.

SCHLESINGER, P. et coll. (1991), p. 398, cité dans Tumber, H. « Selling scandal : business and the media », dans *Media, Culture and Society*, 1993, vol. 15, n° 3, p. 345-361.

SÉNÉCAL, M. *L'espace médiatique. Les communications à l'épreuve de la démocratie*. Montréal, Liber, 1995.

WOLTON, D. *Penser la communication*. Paris, Flammarion, 1997.

ANNEXE 1

PORTRAIT DE LA PROPRIÉTÉ DANS LE SECTEUR
DE LA PRESSE ÉCRITE AU QUÉBEC

Groupe de presse	Titres	Parts du marché (quotidiens francophones) %
Gesca (Power Corporation)	<i>La Presse</i> <i>La Tribune</i> <i>La Voix de l'Est</i> <i>Le Nouvelliste</i> <i>Le Soleil</i> <i>Le Quotidien</i> <i>Le Droit</i>	51,1 %
Quebecor	<i>Le Journal de Montréal</i> <i>Le Journal de Québec</i>	45,9 %
CanWest Global	<i>The Gazette</i>	-
Hollinger	<i>The Record</i>	-
Le Devoir	<i>Le Devoir</i>	3 %
Total		100 %

Source : Centre d'études sur les médias

ANNEXE 2

LISTE DES MÉMOIRES DÉPOSÉS À LA COMMISSION PARLEMENTAIRE SUR LA

CONCENTRATION DE LA PRESSE

1. Assemblée des évêques du Québec (AEQ)
2. Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ)
3. Association des libraires du Québec (ALQ)
4. Association des radiodiffuseurs communautaires (ARC)
5. Association nationale des éditeurs de livres (ANEL)
6. Centrale des syndicats du Québec (CSQ)
7. Centre de ressources en éducation aux médias (CREM)
8. Charles Desmarteau
9. Communications Claude Jean Devirieux inc.
10. Confédération des syndicats nationaux (CSN)
11. Conseil de presse du Québec (CPQ)
12. Corporation de télédiffusion du Grand Châteauguay inc. (CTGC)
13. Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec (FTCAQ)
14. Fédération nationale des communications (FNC)
15. Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ)
16. Gesca
17. Jean-Claude Picard
18. Judith Dubois
19. Le Devoir
20. Marc-François Bernier
21. Médias Transcontinental inc.
22. Mouvement pour la démocratie des villes (MDV)
23. Organisation mondiale pour les familles (OMF FAMILIS)
24. Quebecor Media
25. Radio Nord Communications Inc.
26. Regroupement des syndicats de Gesca
27. Revue ouvrière inc.
28. Syndicat canadien de la fonction publique, section locale 687 (TVA-Montréal)
29. Syndicat de la rédaction du Devoir
30. Syndicat de la rédaction du Soleil
31. Syndicat des travailleurs de l'information de La Presse
32. Syndicat des travailleurs de l'information du Journal de Montréal
33. Syndicat des travailleurs et travailleuses du Lac-Saint-Jean et syndicat des travailleurs et travailleuses de l'Étoile du Lac
34. Télévision communautaire du Grand Saint-Jérôme

ANNEXE 3

Exemple d'application



Campagne publicitaire
 Promotion de la Halte routière Km/h au Salon
 Reportages de Gabriel Gélinas en direct du Salon Salut Bonjour et le TVA 17 h
 Commandite promotionnelle de l'émission Km/h
 Commandit: rapports circulation Salut Bonjour
 Reportages de Gabriel Gélinas en direct du Salon 6 positions fixes par jour



LE GRAND DÉPART
 17h - 18h30



Campagne publicitaire
 Coupons rabais sur l'entrée au Salon
 Publicité à tarif préférentiel dans le cahier de l'auto du dimanche
 Couverture rédactionnelle

SALON INTERNATIONAL DE L'AUTO DE MONTRÉAL

LA HALTE KM/HEURE



Halte routière Km/h
 Visionnement promotionnel d'épisodes de Km/h
 Rencontre et signature avec les comédiens



Distribution de copies de magazines à la Halte routière Km/h



Distribution de copies gratuites du Journal de Montréal aux fabricants exposants.
 Distribution de copies gratuites du Journal de Montréal à la Halte routière Km/h
 Distribution aux visiteurs de 3 000 copies du cahier auto le dimanche 25 novembre



6 postes Internet Haute Vitesse
 Vidéotron pour consultation de sites tels que Autonet.ca



Démonstration de la télé interactive Illico




Vente de CD et de livres sur l'auto à la Halte routière Km/h
 Kiosque de magazines spécialisés sur l'auto pour consultation ou achat sur place
 Séances de dédicaces des derniers guides de l'auto par les auteurs



Exemple d'application

L'ORÉAL



Publicité traditionnelle

Commandite de chronique sur mesure et intégration de produits dans l'émission *Deux filles le matin*

Promotion d'un concours pour la télé interactive Illico



Mode de participation au concours

Interactivité Information complémentaire à la chronique



Publicité traditionnelle

Contenu éditorial sur les nouveaux produits



Micro-site concours
Marketing viral et basé de données

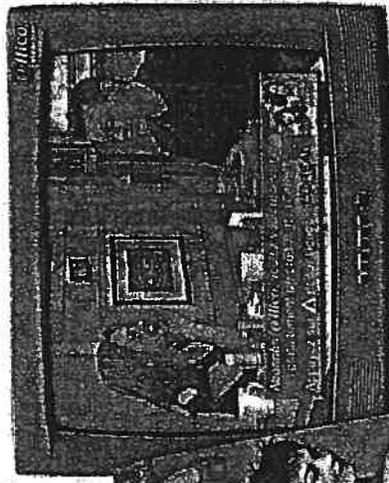
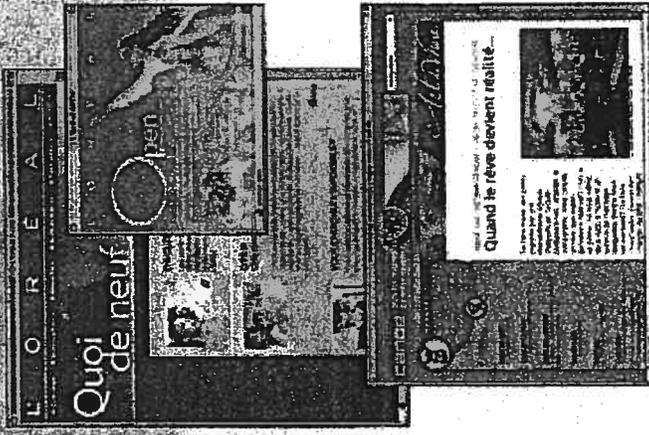
Publicité

Opération promotionnelle avec échange gratuit



Fabrication du site corporatif de L'ORÉAL

Planification et élaboration de campagnes interactives sur le Web



Exemple d'application

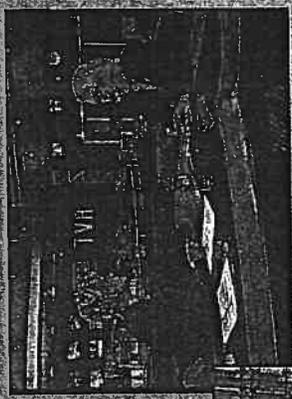
SANTÉ CANADA DON D'ORGANES

TVA
www.tva.org
Commandite
Campagne
sociétale avec
Guy Mongrain
comme
porte-parole
Endossement
par plusieurs
personnalités
de l'antenne
par le port du
ruban vert

TVA publications
Extension de la
campagne
télévisée
Campagne de
sensibilisation
Reportage
sur des cas vécus

**le journal de
montreal**
**le journal
de québec**
Cahiers spéciaux
d'information sur
les dons d'organes

CANODÉ
VOTRE RÉSEAU INTERNET
Micro-site
information
Bannières
publicitaires
avec hyperlien
au micro-site



www.santecanada.ca/donorganesattusaus
1 800 O-CANADA
(1 800 622-0232)

Canada
1 800 1-Canada
www.santecanada.ca/donorganesattusaus



ANNEXE 4

Le Journal de Montréal favorise Occupation double



La Presse

Emily, de Star Académie, en répétition au Centre Bell. Le groupe donnait un aperçu du spectacle qu'il a présenté dans les régions du Québec.

La couverture médiatique des émissions de télé-réalité fait l'objet de vives critiques, tant de la part des journalistes que du public. Le Trente vous présente une analyse comparative de la couverture de Loft Story, Occupation double, Star Académie, Canadian Idol et Phénomia, et des articles traitant du phénomène de la télé-réalité et de la convergence par deux quotidiens, soit La Presse et le Journal de Montréal.

FRANCE LAJOIE ET RICHARD BOUSQUET

Le Trente a calculé le nombre de photos, d'articles journalistiques, de chroniques, de mentions (c'est-à-dire lorsque le journaliste parle brièvement d'une émission de télé-réalité dans son article ou lorsqu'il est question de la guerre des cotes d'écoute de chacune des émissions de télé-réalité), le nombre de fois que le journal annonce en couverture du journal ou de section Arts et Spectacles ou TV, en une ou dans le bandeau (*teaser* télé); le tout mesuré en nombre de pouces de texte, en tenant compte de la largeur des colonnes.

Par contrainte de temps, le Trente s'est limité à analyser le contenu des deux quotidiens pendant un mois, soit du 6 octobre 2003 au 8 novembre 2003. Le résultat donne un aperçu, mais il aurait été préférable d'avoir un plus grand corpus, en prolongeant l'analyse de la couverture médiatique de quelques mois, et en ne se limitant pas aux quotidiens, car bon nombre de critiques concernent les bulletins de nouvelles télévisés.

Média	Loft Story	Occupation double	Star Académie	Canadian Idol	Phénomia	Télé-réalité	Convergence
La Presse	9 articles 12 mentions 2 chroniques 0 front journal 3 front section 1 teaser télé front journal 3 teaser télé front section 176 pouces 4 1/2 pages 15 photos	1 article 8 mentions 0 chronique 0 front journal 0 front section 0 teaser télé front journal 0 teaser télé front section 12 pouces 1/2 page 0 photo	4 articles 10 mentions 1 chronique 0 front journal 1 front section 0 teaser télé front journal 1 teaser télé front section 57 pouces 2 1/3 pages 2 photos	2 articles 2 mentions 0 chronique 0 front journal 0 front section 1 teaser télé front journal 0 teaser télé front section 31 pouces 3/4 page 1 photo	3 articles 0 mention 0 chronique 0 front journal 0 front section 0 teaser télé front journal 1 teaser télé front section 54 pouces 1 2/3 page 4 photos	6 articles 1 mention 1 chronique 0 front journal 0 front section 0 teaser télé front journal 2 teaser télé front section 113 pouces 2 1/3 pages 2 photos	2 articles 0 mention 0 chronique 0 front journal 0 front section 0 teaser télé front journal 1 teaser télé front section 24 pouces 3/4 page 2 photos
Journal de Montréal	9 articles 8 mentions 4 chroniques 0 front journal 2 front section 0 teaser télé front journal 4 teaser télé front section 184 pouces 9 1/2 pages 9 photos	89 articles 6 mentions 1 chronique 1 front journal 1 front section 0 teaser télé front journal 0 teaser télé front section 1070 pouces 70 1/2 pages 172 photos	5 articles 3 mentions 0 chronique 1 front journal 2 front section 0 teaser télé front journal 0 teaser télé front section 66 pouces 3 pages 6 photos	1 article 0 mention 0 chronique 0 front journal 0 front section 0 teaser télé front journal 0 teaser télé front section 12 pouces 1/2 page 0 photo	3 articles 0 mention 0 chronique 0 front journal 0 front section 0 teaser télé front journal 0 teaser télé front section 32 pouces 1 2/3 page 5 photos	7 articles 0 mention 1 chronique 0 front journal 0 front section 0 teaser télé front journal 0 teaser télé front section 127 pouces 5 1/2 pages 2 photos	0 article 0 mention 1 chronique 0 front journal 0 front section 0 teaser télé front journal 0 teaser télé front section 20 pouces 2/5 page 0 photo

Loft Story. *La Presse* a publié 9 articles, 12 mentions et 2 chroniques (Petrowski et Cassivi) pour un total de 176 pouces de texte sur *Loft Story*. Un résultat semblable à celui du *Journal de Montréal*, qui a publié 9 articles, 8 mentions et 4 chroniques (Plourde), pour un total de 184 pouces de texte. Une couverture qui s'équivalait, du moins au cours de cette période.

Alors que le 6 octobre *La Presse* mettait en une, dans son bandeau, «*Qui sont les lofteurs de TQS?*» et présentait, en couverture de son cahier Arts et Spectacles les 12 candidats de *Loft Story*, le *Journal de Montréal* n'en glissait pas un mot. Ce jour-là, le *Journal* a plutôt présenté trois finalistes aux auditions de *Star Académie II*. Cependant, les 21 et 22 octobre, les deux quotidiens ont tous deux sorti les nouvelles concernant le doc Mailloux mis en demeure pour *Loft Story* et les deux lofteurs qui ont quitté l'émission de leur propre gré.

Le 24 octobre, le *Journal de Montréal* a publié un texte sur la plainte qui a été adressée au CRTC pour dénoncer le contenu trop «sexuel» de l'émission *Loft Story*, alors que *La Presse* n'en a pas parlé. Puis, fait à noter, le *Journal* a annoncé dans un *teaser* télé de trois pouces : «*Le doc Mailloux affrontera les parents des lofteurs dimanche.*»

Occupation double. *La Presse* a publié 1 article et 8 mentions pour 12 pouces sur l'émission *Occupation double*, comparativement à 89 articles, 6 mentions et une chronique (Plourde) pour un total de 1070 pouces de texte dans le *Journal de Montréal*. Zéro photo dans *La Presse* et 172 photos dans le *Journal*.

La direction du *Journal* a décidé de consacrer chaque jour deux pages à la couverture d'*Occupation double*. Ainsi, parmi les 89 articles «journalistiques» du *Journal*, on compte 29 chroniques Internet signées par Michel Therrien. À *La Presse*, on retrouve des annonces publicitaires de *Loft Story*, parfois

signées par David Crête et le plus souvent intitulées «*La chronique du Loft*», ce qui peut porter à confusion pour le lecteur, qui ne sait plus s'il s'agit d'un contenu rédactionnel journalistique ou promotionnel.

En somme, le *Journal de Montréal* traite du contenu de l'émission hebdomadaire *Occupation double* au quotidien, alors que *La Presse* s'est plutôt limitée, au cours de la période analysée, à comparer les cotes d'écoute d'*Occupation double* à celles de *Loft Story* et de plusieurs autres émissions.

Star Académie et les autres. *La Presse* a publié 4 articles, 10 mentions et une chronique (Petrowski) pour 57 pouces de texte sur *Star Académie*, une couverture qui s'apparente à celle du *Journal*, qui a publié 5 articles et 3 mentions pour 66 pouces de texte. *Canadian Idol*, pour sa part, a été traitée 4 fois dans *La Presse* (2 articles et 2 mentions) pour un total de 31 pouces, et une seule fois dans le *Journal de Montréal* (12 pouces). Les articles sur *Phénomia* et le phénomène de la télé-réalité ont eu droit à une couverture équivalente dans les deux quotidiens.

Enfin, *La Presse* a publié 2 articles (24 pouces) sur la convergence («*Malaise chez les journalistes du journal de Montréal*» et «*TQS s'en prend à la couverture de Loft Story par Quebecor*»); le *Journal de Montréal* a, de son côté, publié une chronique de *Nuovo* traitant de la «*Guerre médias convergence-maillage*».

Note : Au moment de mettre sous presse, il a été impossible d'obtenir des commentaires des responsables des sections Arts et Spectacles de *La Presse* et du *Journal de Montréal* sur les quotas à respecter et sur les critères qui déterminent la couverture ou la non-couverture des émissions de télé-réalité. - 30 -

Données colligées par Richard Bousquet, chef de pupitre au *Journal de Montréal*, et France Lajoie, journaliste à *L'actualité médicale*. Texte de France Lajoie.