

**Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information**

**Rapport final**

**Tome 2**

**Les effets de la concentration des médias au Québec :  
problématique, recherche et consultations**

**par Armande Saint-Jean, Ph.D.,  
professeure titulaire**

**assistée de Charles-Olivier Saint-Jean, avocat**

**janvier 2003**

## **Remerciements**

La tâche d'étudier une question aussi complexe que la concentration de la propriété des médias au Québec n'a rien de simple. Or la création en septembre 2002 du Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information a suscité beaucoup d'espoirs et soulevé certaines inquiétudes.

Le mandat confié à la Présidente consistait à réunir un groupe d'experts du domaine de l'information, des médias, et du journalisme dans le but d'analyser les orientations de la ministre dans le dossier de la concentration des médias d'information et de lui faire des recommandations au sujet de la possibilité de soumettre un projet de loi à l'Assemblée nationale au printemps 2003. Outre présider les séances du comité, ce mandat impliquait aussi d'alimenter et de coordonner la réflexion du groupe d'experts, de procéder à des consultations auprès de cadres et de propriétaires d'entreprises, de journalistes et de personnes représentatives du public. Le comité a été créé en septembre 2002 et l'échéancier pour la remise du rapport, fixé à janvier 2003. Le rapport que nous déposons témoigne de manière synthétique des nombreuses démarches et des heures d'étude qui ont été consacrées à ce phénomène au cours des quatre derniers mois.

Nous tenons à remercier la ministre d'État à la Culture et aux Communications, madame Diane Lemieux, de la confiance qu'elle a placée en nous et de sa conviction que nous allions consacrer à ce travail le meilleur de nos efforts et de nos connaissances. Nous avons tenté de relever le défi avec enthousiasme et professionnalisme, tout en demeurant très conscients des limites que nous imposait un échéancier aussi restreint. On nous pardonnera les lacunes et les éventuelles inexactitudes que pourrait contenir le rapport, en les mettant au compte du manque de temps et de moyens alloués à cette entreprise.

Il faut aussi souligner la très généreuse contribution des neuf autres membres du Comité conseil qui ont accepté de participer à cet exercice exigeant, en donnant de leur temps et de leurs efforts chaque semaine pendant quatre mois. Les réunions se sont déroulées dans un climat serein et studieux, et nous avons tous apprécié les échanges et la réflexion à laquelle nous nous sommes livrés collectivement. Nous garderons de cette expérience le souvenir d'un moment intense et fécond.

Nous espérons vivement apporter ainsi une contribution utile dans un domaine névralgique et nous osons croire que, malgré les aléas de l'actualité politique, les réflexions auxquelles nous nous sommes livrés de même que les recommandations que nous formulons pourront servir d'assises à l'élaboration de dispositions législatives ou réglementaires destinées à permettre à la société québécoise d'actualiser pleinement ses aspirations démocratiques en matière d'information.

Armande Saint-Jean, Ph.D.,

présidente

avocat,

Charles-Olivier Saint-Jean,

adjoint à la présidente

janvier 2003

## Table des matières

Introduction	1	
Mandat du comité	2	
Calendrier des travaux : analyse, recherche, consultations		2
1. Recherche	4	
1.1 Approche théorique	4	
Définition des termes		4
Les effets de la concentration	9	
Les effets positifs de la concentration		13
Les effets négatifs de la concentration	17	
L'impact sur les contenus d'information et les pratiques journalistiques		20
En résumé ...	25	
1.2 La situation de la concentration au Québec	27	
Une cascade de transactions depuis 2000	27	
Les regroupements d'entreprises	28	
Presse indépendante et médias communautaires		32
Quelques manifestations de la concentration au Québec		34
En résumé ...	41	
1.3 Les aspects juridiques touchant la concentration		44
Les législations étrangères	45	
Les juridictions constitutionnelles	49	
En résumé ...	56	
2. Consultations	58	
2.1 Réactions face à l'intervention de l'État		59
2.2 Qualité, diversité et accessibilité de l'information	60	
2.3 Éthique et déontologie	62	
2.4 Renforcer les mécanismes existants	63	
2.5 Dissensions chez les journalistes		64
2.6 La responsabilité sociale des médias	66	
En résumé ...	68	
Conclusion	70	

## Introduction

La concentration de la propriété des médias n'a cessé de soulever des inquiétudes au Québec, comme ailleurs dans le monde occidental, depuis plus de trois décennies. Le gouvernement du Québec s'est à quelques reprises interrogé sur l'évolution de ce phénomène et certaines initiatives ont vu le jour, au fil des ans, sans connaître de suites concrètes. Quand la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec s'est saisie du dossier, au début de 2001, le Québec ne s'était pas encore doté d'une législation ou d'une réglementation spécifiquement destinée à encadrer les mouvements de propriété des entreprises médiatiques ou leurs effets.

Le Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information est né dans la foulée de la réflexion suscitée par les transactions survenues dans le monde des médias depuis l'an 2000. Le Comité conseil a reçu le mandat d'étudier des avenues proposées par la ministre et de recommander des modalités que pourrait emprunter une éventuelle intervention du gouvernement du Québec. L'approche retenue par la ministre vise non pas à identifier des moyens de contrer les mouvements de propriété ou à freiner une concentration déjà fort avancée des entreprises médiatiques mais plutôt à s'interroger sur les effets potentiellement négatifs de ces regroupements d'entreprises.

Le phénomène de la concentration remonte à plusieurs décennies. Il a été analysé à maintes reprises, tant par des organismes gouvernementaux que par des chercheurs universitaires ou d'autres observateurs. Ici comme ailleurs, ses manifestations les plus frappantes sont assez bien connues, même si une certaine méconnaissance entoure encore les effets qu'il peut entraîner tant à moyen qu'à long terme. Le postulat qui sous-tend la démarche proposée par la ministre vise à orienter la réflexion non pas en amont du phénomène lui-même mais plutôt vers ses conséquences éventuelles, dans le but de les prévenir, si c'est possible, et de mettre en place des mécanismes destinés à en atténuer les effets non souhaitables. Selon les termes du mandat confié au Comité conseil, l'ensemble des qualités qu'il est désirable de conserver à l'information dans une société démocratique a été ramené à deux dimensions, la qualité et la diversité. Au fil de ses travaux, le Comité conseil a jugé pertinent d'élargir quelque peu cette désignation, pour parler désormais de qualité, de diversité et d'accessibilité. En effet, la pleine actualisation du droit à l'information des citoyens implique également une très large circulation de toute l'information, de manière à ce qu'elle soit aisément accessible. Dans ce sens, on associe l'accessibilité à une forme de démocratisation de l'information au même titre que les autres caractères essentiels, notamment la qualité et la diversité.

## **Mandat du comité**

Pour reprendre les termes du communiqué émis par la ministre en septembre 2002, les membres du Comité conseil ont reçu un double mandat : « d'abord celui d'analyser les orientations que la ministre leur soumettra et de lui faire des recommandations, ensuite celui d'encadrer des activités de recherche quant aux effets de la concentration de la presse ». Le Tome 1 du rapport rend compte du premier volet du mandat : il contient un résumé des réflexions et de l'analyse effectuées par les membres du Comité conseil ainsi que les recommandations formulées. Le Tome 2 présente, outre un énoncé de la problématique, le compte rendu des activités menées au titre de la recherche, soit un état de la question et les résultats d'une série de consultations.

Créé en septembre 2002, le Comité conseil a reçu un échéancier extrêmement serré de quatre mois, avec l'obligation de déposer son rapport dès janvier 2003. Vu l'allocation très limitée en termes de temps, le Comité conseil a donc dû restreindre ses activités à l'essentiel et le présent rapport, tant le Tome 1 que le Tome 2, ne prétend nullement à l'exhaustivité en la matière. Tout au plus, tentons-nous de rendre compte adéquatement de la somme de travail qui a été accompli en même temps que d'éviter le piège des simplifications abusives et des grossières approximations.

## **Calendrier des travaux : analyse, recherche, consultations**

Les travaux du Comité conseil se sont échelonnés sur quatre mois et ont couvert les deux volets du mandat, soit l'analyse et la recherche. Les membres du Comité se sont réunis à dix reprises, entre le 27 septembre 2002 et le 17 janvier 2003. Les réunions ont toutes eu lieu à Montréal, sauf une qui s'est déroulée à Québec et elles ont été d'une durée de trois à quatre heures chacune. Les membres du Comité conseil se sont entendus au départ sur une procédure allégée et non formaliste qui convenait à tous; les discussions se sont déroulées de manière sereine et collégiale, orientées vers la recherche de consensus. Toutes les recommandations qui en ont découlé ont été adoptées à l'unanimité.

Par ailleurs, la Présidente du Comité conseil et son adjoint ont procédé à une série de consultations auprès des principaux partenaires du monde de l'information au Québec ainsi qu'à des recherches de type documentaire dans le but de fournir un état de la question sur le sujet. De plus, un mandat externe a été confié à deux experts indépendants. Le premier, le juriste Pierre Trudel du Centre de recherche en droit public de l'Université de Montréal, a été sollicité dans le but de préciser les fondements juridiques sur lesquels pourrait s'appuyer une éventuelle intervention du Québec en matière d'information. Le second, Alain Péricard, un chercheur universitaire, a été

appelé à faire un survol de la documentation scientifique et des écrits portant sur les effets de la concentration et à présenter un état de la question au plan théorique. Les documents qu'ils ont soumis sont déposés en annexe au Tome 2.

Dans le présent tome, on trouvera deux grandes parties, l'une portant sur la Recherche, où l'on fait état des différentes démarches effectuées tant à l'interne qu'à l'externe, l'autre sur les Consultations, qui présente un compte rendu synthétique des consultations qui ont été effectuées au cours de l'automne dans le cadre du mandat confié au Comité conseil.

# 1. Recherche

## 1.1 Approche théorique

### Définition des termes

Bien qu'il soit connu depuis plusieurs décennies et qu'il ait été étudié en profondeur par de nombreux chercheurs, le phénomène de la concentration des médias en général et des entreprises de presse en particulier demeure encore assez mal connu dans l'opinion publique. Le Québec s'inscrit parfaitement dans la tendance qui s'observe à l'échelle internationale et le phénomène s'y manifeste de manière relativement complexe.

On a tendance à ramener parfois la concentration des médias à un ou deux aspects, négligeant ainsi des dimensions plus complexes. Par exemple, on entend souvent que tous les quotidiens du Québec n'appartiennent plus qu'à deux grands conglomérats, Quebecor et Gesca, qui détiennent à eux seuls plus de 97 p.c. du tirage de tous les quotidiens francophones. Il est vrai qu'au début du siècle dernier, il existait une bonne quinzaine de quotidiens québécois, dont plusieurs à fort tirage tant en langue française qu'anglaise, appartenant à autant de propriétaires différents. En quelques décennies, la situation a totalement changé, de sorte qu'au tournant des années 1980, le marché québécois de la presse francophone se trouvait entre les mains de trois grands groupes, Power Corporation, Quebecor et Unimedia, qui en étaient tous absents quinze ans plus tôt.<sup>1</sup> Aujourd'hui, il ne reste plus que trois quotidiens français qui sont distribués à grande échelle : *La Presse* et le *Journal de Montréal*, qui totalisent à eux seuls 58 p.c. du tirage des quotidiens de langue française, et *Le Devoir*, le seul quotidien indépendant, qui représente environ 2,5% du tirage. Le Québec compte aussi sept quotidiens régionaux, dont *Le Soleil* de Québec et le *Journal de Québec*, ainsi que deux quotidiens de langue anglaise, *The Gazette*, le seul dont le rayonnement dépasse la région montréalaise, et *The Record* à Sherbrooke.<sup>2</sup> La situation se complique, cependant, quand on considère qu'à Montréal, la plus grande ville du Québec, c'est la même entreprise, Quebecor, qui possède à la fois le quotidien le plus vendu, la première chaîne de télévision et, si le CRTC approuve la transaction, la station de radio AM la plus écoutée.

Différents types de concentration de la propriété ont été identifiés depuis longtemps. La concentration horizontale est apparue la première; on l'appelle maintenant propriété multiple. Elle survient quand une entreprise étend son pouvoir en regroupant plusieurs médias du même type. C'est le cas de Gesca, par exemple, propriété de Power Corporation et propriétaire de *La Presse*, qui au fil des années s'est

---

<sup>1</sup> Voir M. Raboy, *Les médias québécois. Presse, radio, télévision, inforoute*, 2000, p. 83.

<sup>2</sup> Voir en Annexe 1 le Portrait de la situation actuelle - Quotidiens. On n'a pas encore pris l'habitude d'ajouter au total des quotidiens les deux journaux distribués gratuitement dans le métro de Montréal.

porté acquéreur de tous les autres quotidiens québécois, à l'exception des deux journaux de Quebecor; les quotidiens de Gesca sont à présent répartis à travers le territoire québécois, à Québec, Trois-Rivières, Sherbrooke, Gatineau, Granby et Saguenay.

La concentration verticale s'est manifestée au début des années 1980. Le groupe Transcontinental en offre un exemple, avec des intérêts dans la publication de nombreux magazines et d'hebdomadaires, tout en étant propriétaire d'imprimeries, d'une entreprise de distribution et d'un réseau de marketing interactif sur Internet.

Peu à peu, cependant, c'est davantage la propriété croisée qui retient l'attention. Quebecor, en offre un exemple. À l'origine propriétaire de quotidiens, d'hebdomadaires, d'imprimeries et d'une entreprise de distribution, l'entreprise est aussi devenue propriétaire du réseau TVA, lequel regroupe dix stations de télévision, du réseau de nouvelles continues LCN, de plusieurs magazines et hebdomadaires, d'un réseau Internet. L'entreprise possède aussi de nombreuses imprimeries, une entreprise de câblodistribution, une autre de distribution et une librairie, doublée d'un disquaire. Quebecor est aussi impliquée dans le secteur de la production et la distribution de films, de spectacles et exploite une importante chaîne de clubs vidéo. C'est un parfait exemple de propriété croisée, dans le cas d'une entreprise qui touche à tous les secteurs d'activité médiatique.

De plus en plus, la concentration des médias est associée à des particularités qui se nomment « convergence » et « synergie », sans toutefois que ces termes soient toujours définis très clairement. Il importe donc de clarifier quelques éléments du lexique le plus fréquemment utilisé à propos de la concentration, de manière à mieux cerner le phénomène et à définir adéquatement les problèmes qui en découlent.<sup>3</sup>

## Définitions

### *Concentration*

Marc Raboy, professeur en Communication à l'Université de Montréal, propose d'appliquer au champ des médias la définition suivante, qui est reprise par plusieurs auteurs : « La concentration est le processus économique et financier qui caractérise un marché marqué à la fois par la réduction du nombre des acteurs et par l'augmentation de leur envergure ».<sup>4</sup> Certains auteurs font une distinction entre la concentration sous forme de *monopole*, la situation où une seule entreprise offre un service sur un marché donné, ou encore d'*oligopole*, le cas d'un marché où un nombre limité

---

<sup>3</sup> Les pages qui suivent sont tirées du texte de Alain Péricard, Ph.D., *Les effets de la concentration des médias sur la qualité et la diversité de l'information (Bibliographie commentée, 1998-2002)*, déposé en Annexe 9.

<sup>4</sup> M. Raboy, *Les médias québécois*, p.386.

d'entreprises, reliées ou non entre elles, ont le monopole de l'offre. Concentration des médias et *intégration* des médias sont parfois utilisés comme synonymes.<sup>5</sup>

### **Concentration horizontale**

Il s'agit d'une forme de concentration qui se situe dans un même secteur de l'industrie des médias, par exemple le contrôle par une même entreprise de plusieurs journaux ou de plusieurs stations de radio dans un même marché géographique. Cette forme de concentration est souvent une réaction à la concurrence qui incite une entreprise à acheter ses concurrents pour générer des économies d'échelle et des profits *oligopolistiques*. Historiquement, la concentration horizontale est un processus qui existe depuis les premiers médias, c'est-à-dire il y a plus d'un siècle dans le cas de la presse écrite.

### **Concentration verticale**

Ce terme définit la situation d'une entreprise qui contrôle plusieurs ou toutes les étapes de la production d'un média donné, par exemple l'impression, la production du contenu, la promotion et la distribution dans le cas d'une entreprise de la presse écrite. La concentration verticale a pour principal avantage de simplifier les processus de planification et d'établissement de contrats, ce qui peut constituer un avantage compétitif. D'après une recherche réalisée aux États-Unis par Dan Shaver et Mary Alice Shaver<sup>6</sup>, cet avantage pourrait toutefois être limité au court terme.

### **Propriété croisée**

Aussi nommée *propriété mixte*, cette forme de concentration définit la situation d'une entreprise qui contrôle plusieurs médias différents dans un même marché ou dans plusieurs marchés. Elle permet de faire de la *promotion croisée*, c'est-à-dire de promouvoir les contenus d'un média au moyen

---

<sup>5</sup> W.A. Meier et J. Trappel, « Media Concentration and the Public Interest », dans *Media Policy : Convergence, Concentration & Commerce*, McQuail, D. et Siune, K. (dir.), 1998.

<sup>6</sup> Respectivement ancien journaliste, professeur, School of Journalism et présidente, Department of Advertising, Michigan State University. Voir « The Impact of Concentration and Convergence on Managerial Efficiencies of Time and Cost », dans Albarran, B. et Arrese, A., *Time and Media Markets*, 2003.

d'un autre. Cette forme de concentration permet aussi dans certains cas de réduire les coûts de production.

### **Concentration sous forme de conglomérat**

Parfois nommée intégration multisectorielle ou (surtout dans les textes anglais) *concentration diagonale*, elle désigne la situation où la propriété croisée de médias se double de la propriété d'actifs dans d'autres secteurs économiques. Ce type d'intégration augmente la taille, le pouvoir financier et politique d'une entreprise ainsi que ses capacités de mise en marché, mais ne réduit pas nécessairement la concurrence. Elle est devenue un phénomène majeur depuis une décennie, en lien avec une stratégie de convergence. La notion d'*intégration internationale* définit la situation des médias qui se situent dans une forme ou une autre de concentration sur un territoire qui couvre plusieurs pays.

Il convient aussi de passer en revue les significations des termes suivants qui sont fréquemment associés aux questions de concentration.

### **Synergie**

Le principe de *synergie industrielle* est à la base de nombreuses stratégies de concentration. Il suppose que l'association et l'action coordonnée de plusieurs médias produisent des résultats supérieurs à ce que serait la somme des résultats de chacun de ces médias fonctionnant séparément. Dans le domaine de la presse, ce principe se vérifie dans certaines situations, par exemple lorsqu'il s'agit de réaliser la version étrangère d'un magazine. Les synergies dans le domaine de l'audiovisuel sont moins probantes, du fait des barrières linguistiques. La *synergie internationale* peut fonctionner sur le plan commercial en offrant la possibilité de faire des économies d'échelle, par exemple au moyen d'achats groupés de programmes.

Quant à la *synergie entre médias*, d'après Catherine Conso, il s'agit de:

la possibilité de faire jouer les interactions supposées existantes entre des activités pourtant différentes, [... ce qui] suppose qu'il existe un terrain fertile commun et/ou un savoir-faire minimal entre les activités de communication que leur multiplication exploiterait de meilleure façon.<sup>7</sup>

### **Convergence**

La *convergence technologique* est le processus par lequel les canaux de distribution tendent à diminuer du fait des innovations technologiques (par exemple, le câble coaxial ou la fibre optique), alors que les contenus (transmis sous forme digitale) augmentent. Par exemple, les informations diffusées par Internet peuvent associer des éléments qui sont traditionnellement imprimés (texte et photographies) à des éléments radiodiffusés (son et vidéo). La *convergence fonctionnelle*, parfois nommée le *multimédia*, désigne les nouveaux services hybrides combinant la voix, les données, le texte et l'image. La *convergence économique* décrit l'évolution des entreprises médiatiques traditionnelles qui intègrent des activités dans plusieurs formats. Elle est le fruit de fusions, d'associations et de diversifications dans des secteurs qui, traditionnellement, opéraient de façon séparée. Elle se situe dans un contexte d'apparition de nouveaux marchés résultant de la convergence technologique et de l'avantage économique que procure la diffusion des contenus par plusieurs canaux. Ces contenus peuvent soit être simplement reformatés, soit être modifiés pour mettre à profit les capacités d'un média différent. Par exemple des articles de journaux quotidiens peuvent être diffusés chaque jour sur Internet, ou encore intégrer du son et du vidéo et être mis à jour à mesure que de nouvelles informations sont disponibles.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Service Juridique et Technique de l'Information et de la Communication, Direction du développement des médias, Ministère de la Communication (France). Voir « Comment s'explique la montée en puissance des groupes multimédia dans le monde », dans *L'état des médias*, Charon, J.-M. et Sauvageau, F. (dir.), 1991, p. 291.

<sup>8</sup> Voir R. Babe, professeur, département de Communication, Université de Windsor, « Convergence and the New Technologies », dans *The Cultural Industries in Canada*, Dorland, M. (dir.), 1996 ainsi que E. De Bens, professeur au département des Communications de l'Université de Ghent (Belgique) et H. Ostbye,

D'après Babe, la convergence est le contraire de la situation qui lui préexistait, la *divergence*, alors que le domaine de l'information et des communications comprenait trois secteurs distincts : l'édition, les télécommunications et la radiodiffusion.

Dans l'ensemble, le phénomène de la concentration de la propriété des médias n'est pas nouveau au Québec mais il tend à prendre des formes de plus en plus complexes en raison des facteurs technologiques tout autant qu'économiques. Ainsi on note que de plus en plus d'entreprises qui possèdent des médias d'information, quotidiens, hebdomadaires ou autres, ont aussi des intérêts économiques dans d'autres types d'activités. Ce n'est pas nouveau au Québec, où du côté des quotidiens, par exemple, on a vu peu à peu disparaître les entreprises à caractère familial et leur remplacement par des holdings aux intérêts diversifiés.

Quand en 1967, le journal *La Presse*, « le plus grand quotidien français d'Amérique », détenu par une famille de la grande bourgeoisie montréalaise, fut vendu à l'homme d'affaires Paul Desmarais -- qui s'était fait remarquer quelques années auparavant lors de l'acquisition de trois quotidiens locaux (*Le Nouvelliste* de Trois-Rivières, *La Voix de l'Est* de Granby et *La Tribune* de Sherbrooke) -- on commença à s'inquiéter quelque peu. [...]

On avait déjà remarqué à l'époque que les médias les plus puissants appartenaient presque toujours à des représentants du grand capital (souvent de très vieille souche). Mais le cas Desmarais était le premier exemple, dans le contexte québécois, des « barons de la presse » financiers qui, sans nourrir un intérêt particulier pour la presse comme telle, se mettent à faire l'acquisition de journaux à des fins essentiellement commerciales [...].<sup>9</sup>

Avec les développements technologiques, plusieurs entreprises déjà actives dans la transmission ou l'infrastructure ont voulu ajouter du contenu à leurs réseaux et ont par conséquent développé des intérêts du côté de la production et de l'information en visant une rentabilité accrue découlant de cette intégration. Ces stratégies entraînent alors divers types de regroupements : alliances, fusions, acquisitions et les modèles sont assez variés. Toutefois, ces mouvements de propriété sont le fait de très grandes entreprises qui pour l'instant jouent surtout sur l'échiquier canadien et québécois, contrairement aux géants mondiaux qui dominent actuellement la planète : AOL Time Warner, Vivendi Universal et Bertelsmann. Il est clair que des groupes canadiens et québécois nourrissent aussi l'ambition d'étendre leurs activités hors frontières et, dans

---

professeure en communication de masse à l'Université de Bergen (Norvège), « The European Newspaper Market », dans *Media Policy : Convergence, Concentration & Commerce*, McQuail, D. et Siune, K. (dir.), 1998.

<sup>9</sup>

M. Raboy, *Les médias québécois*, p. 82.

certains cas, le font déjà. À la faveur de la mondialisation, il faut dès lors envisager des croisements éventuels où l'on verra des conglomérats de chez nous devenir partenaires d'entreprises à l'étranger en échange de la participation de ces mêmes étrangers dans des médias d'ici.

## Les effets de la concentration

La problématique soumise au Comité conseil est axée sur une approche inédite, celle des effets potentiellement négatifs de la concentration. Il importait donc de procéder à une revue de la documentation disponible sur ce sujet, une tâche assumée par le chercheur Alain Péricard, dont nous présentons le résultat des recherches dans les pages qui suivent. Cette recension des principaux écrits savants et des recherches scientifiques publiées ou effectuées au cours des cinq dernières années démontre que l'angle spécifique des effets de la concentration des entreprises de presse a été très peu exploré par les chercheurs. De plus, il est difficile de faire la distinction, à travers cette documentation, entre les discours « scientifiques » proprement dit et les autres, ceux que tiennent par exemple les praticiens des communications. Dans le cas des médias et du débat sur la concentration de la presse, ces « acteurs profanes », comme disent les sociologues, tiennent également lieu de théoriciens des sciences sociales.

Au départ toutefois, il importe de bien situer les concepts avec lesquels s'effectue cet exercice de réflexion. Les deux dimensions sous lesquelles se résument, aux fins du mandat du Comité conseil, les effets potentiels de la concentration, soit la qualité et la diversité de l'information, font l'objet de précisions dans les textes consultés, bien que subsiste toujours l'écueil des définitions satisfaisantes.<sup>10</sup>

### *Qualité*

La notion de qualité de l'information, qui est abondamment utilisée dans les écrits sur la concentration des médias, se trouve rarement définie et, lorsqu'elle l'est, les définitions manquent de précision. Meier et Trappel<sup>11</sup> sont parmi les rares auteurs qui se penchent sur ce terme. Ils écrivent ainsi que la qualité se réfère à la fois au contexte professionnel (une « qualité journalistique élevée ») et à la perspective du public qui considère un journal ou un programme comme étant « de haute qualité ». A propos de cette conception quelque peu tautologique, ils ajoutent :

---

<sup>10</sup> Les pages qui suivent sont tirées du texte de Alain Péricard, Ph.D., *Les effets de la concentration des médias sur la qualité et la diversité de l'information (Bibliographie commentée, 1998-2002)*, déposé en Annexe 9.

<sup>11</sup> Voir « Media Concentration and the Public Interest », dans *Media Policy : Convergence, Concentration & Commerce*, McQuail, D. et Siune, K. (dir.), 1998, p. 43.

However, as the notion of media quality is defined in line with specific needs, norms and values, it becomes instrumental to the power and professional elites dominating the political arena and it is constantly redefined accordingly.<sup>11</sup>

Cet inconfort que semblent manifester plusieurs auteurs par rapport à une définition claire de la notion de qualité de l'information pourrait, d'après Denis McQuail<sup>12</sup> et Karen Siune,<sup>13</sup> provenir du fait que ce terme prend un sens différent selon les acteurs. En Europe, les gouvernements mettent généralement l'accent sur une conception élitiste qui se réfère à la « haute culture ». Quant aux représentants de l'industrie, ils conçoivent la qualité comme « ce que les auditoires aiment », ce qui pourrait rejoindre la définition de D. Schneidermann, journaliste au quotidien *Le Monde*, selon lequel un élément d'information de qualité est « court, rapide, distrayant et percutant ».<sup>14</sup>

### **Diversité**

La notion de qualité de l'information est généralement associée à celle de diversité (*pluralisme, pluralité et variété* étant généralement interchangeable avec *diversité* dans beaucoup d'écrits) et parfois aussi à celle d'*équilibre*.<sup>15</sup> Alors que la qualité se réfère aux dimensions socioculturelles de l'information, la diversité et l'équilibre concernent ses dimensions politiques. Dans son sens large, le critère de diversité consiste à reproduire l'ensemble des opinions présentes dans la société et à représenter toutes les tendances politiques, religieuses ou idéologiques ainsi que les idées et les valeurs de toutes les classes sociales et de toutes les communautés, qu'elles soient définies sur une base géographique ou culturelle. Pour un comité d'experts de la Communauté économique

---

12 Professeur emeritus de communication de masse, Université d'Amsterdam (Pays Bas).

13 *New Media Politics : Comparative Perspectives in Western Europe*, 1986, p.139.

14 Cité dans E. De Bens, « Media Competition : Greater Diversity or Greater Convergence? Evidence from Two Empirical Studies », dans *Media and Open Societies*, van Cuilenburg, J. et van der Wurff, R. (dir.), 2000, p.176.

15 D. McQuail et K. Siune (dir.), *New Media Politics : Comparative Perspectives in Western Europe*, 1986.

européenne sur la concentration des médias,<sup>16</sup> la diversité peut être mesurée en fonction de quatre éléments :

(a) l'existence d'une pluralité de médias autonomes et indépendants; (b) la variété des genres de médias et de contenus disponibles au public (*diversité de choix*); (c) la possibilité pour les différents groupes sociaux de s'adresser au public par le biais des médias; (d) la variété des formats qui sont offerts (reportages, dépêches, nouvelles, chroniques, éditoriaux, etc. dans le cas de l'information). La difficulté qui apparaît au moment d'appliquer ce principe est l'énorme quantité d'informations généralement nécessaires pour informer le public, alors que la variété et les contenus des médias sont limités par des contraintes économiques et parfois par des décisions politiques. Certains auteurs utilisent des catégories différentes de celles de Meier et Trappel, par exemple pluralisme ou *diversité des médias, diversité des contenus et diversité des représentations*.<sup>17</sup>

On doit éviter le piège que présente la recherche de définitions universellement reconnues car il mène à une spirale sans fin. Pour les besoins du présent exercice, le Comité conseil s'en est tenu aux acceptions les plus courantes, celles qui font consensus auprès de la plupart des professionnels de l'information. Ainsi, on entend par information, cet ensemble de renseignements nécessaires à tout individu pour exercer pleinement son rôle de citoyen, des renseignements de divers ordres (politique, économique, social, culturel, etc.) principalement transmis grâce à l'activité journalistique, laquelle doit s'exercer dans le respect des normes et standards professionnels. Cette définition a le mérite d'être simple même si elle ne fournit pas nécessairement d'indice permettant de tracer une démarcation nette et définitive entre des genres journalistiques assez flous ou délibérément confondus.

La qualité de l'information est difficile à définir, comme le notent plusieurs auteurs. On l'associe généralement aux valeurs que doit présenter l'information et aux principes sur lesquels s'appuie l'acte journalistique. Ces principes se résument à quelques-uns : l'objectivité (que d'aucuns préfèrent appeler la factualité), l'impartialité, l'équité, l'intégrité et le respect des droits fondamentaux (réputation, dignité, vie privée, égalité).<sup>18</sup> Par ailleurs, même si elle constitue en soi une caractéristique de l'information, la qualité se définit aussi par la diversité. Diversité de formes, de genres, de traitements d'approches, certes, mais aussi diversité de médias, de

---

<sup>16</sup> Cité par W.A. Meier et J. Trappel, « Media Concentration and the Public Interest », dans *Media Policy : Convergence, Concentration & Commerce*, McQuail, D. et Siune, K. (dir.), 1998.

<sup>17</sup> Voir le « Mémoire de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec sur les mouvements de propriété dans l'industrie des médias » présenté à la Commission de la culture, 2001.

<sup>18</sup> Voir A. Saint-Jean, *Éthique de l'information. Fondements et pratiques depuis 1960*, Presses de l'Université de Montréal, 2002.

véhicules, ainsi que diversité de points de vue, d'avis, d'analyses et d'opinions. Cependant, on doit noter qu'en cette matière, les effets n'ont rien de systématique : la multiplication des titres ne garantit pas pour autant la diversité des genres et n'entraîne pas non plus la pluralité des opinions. De la même manière, les regroupements d'entreprises peuvent ne pas entraîner automatiquement une diminution des médias disponibles, une uniformisation des approches ou des traitements journalistiques ou encore une réduction des points de vue, des analyses et des opinions. Tout est affaire de dosage, d'équilibre et, en dernier recours, de politique d'entreprise.

Tout le discours récent sur la concentration des médias se situe du reste entre ces deux pôles opposés, celui des effets positifs et l'autre, celui des conséquences négatives.

L'hypothèse initiale qui ressort a priori de la littérature est que deux thèses principales s'opposent à propos des conséquences de la concentration de la presse sur la qualité de l'information. La première implique que la bonne pratique du journalisme nécessite suffisamment de ressources humaines et matérielles. La concentration permet par conséquent d'augmenter les ressources disponibles et d'améliorer la qualité générale des médias, en particulier celle de l'information. La seconde thèse fait le constat que la concentration tend à accentuer la commercialisation en encourageant une tendance au sensationnalisme. D'après Karen Siune,<sup>19</sup> il est toutefois impossible de produire des preuves irréfutables en faveur de l'une ou de l'autre de ces thèses, car tout dépend de l'usage qui est fait des économies et des profits générés par la concentration :

One crucial question is how extra funds for the [media] are spent. If the resources are ploughed back into improving editorial quality, the position is different from a situation where the surplus is paid out as increased dividends to the owners.

La plupart des auteurs s'entendent par ailleurs sur le fait que la concentration tend le plus souvent à réduire la diversité des perspectives et des contenus.<sup>20</sup>

En somme, il n'est guère possible de trancher en faveur de l'une ou l'autre école de pensée, entre les tenants des bienfaits de la concentration et les critiques qui en

---

<sup>19</sup> Directrice du Danish Institute for Studies in Research and Research Policy (Danemark), voir « Changing Media and Changing Society », dans *Media Policy : Convergence, Concentration & Commerce*, McQuail D., et Siune K. (dir.), 1998, p. 16.

<sup>20</sup> A. Péricard, Ph.D., *Les effets de la concentration des médias sur la qualité et la diversité de l'information (Bibliographie commentée, 1998-2002)*, déposé en Annexe 9.

soulignent les aspects négatifs, dans la mesure où l'on ne possède encore aucune preuve irréfutable quant à la préséance de l'une ou de l'autre. Il est probable que les deux types de conséquences se manifestent en même temps et qu'il importe d'évaluer chaque cas individuellement de manière à bien distinguer les effets positifs et négatifs, qui peuvent coexister dans une même situation donnée.

### Les effets positifs de la concentration

L'un des aspects qui a le plus changé au fil des décennies récentes tient à la teneur du discours public au sujet de la concentration de la propriété des entreprises de presse. Jadis présenté uniquement comme un danger ou une menace, le phénomène fait aujourd'hui l'objet de commentaires ou d'appréciations beaucoup plus nuancés. Il n'est pas rare d'entendre que les effets positifs sont tels qu'ils annulent toute conséquence qui pourrait être jugée négative. On cite aisément le cas du quotidien *Le Soleil*, dont on dit que Gesca l'a non seulement sauvé d'une disparition que plusieurs redoutaient mais lui a permis de retrouver une qualité remarquable. Ce discours résolument optimiste se rencontre surtout du côté des entreprises, bien entendu, mais plusieurs journalistes ont joint leurs voix au concert d'éloges depuis une dizaine d'années. La prémisse sur laquelle s'appuie cette affirmation positive tient essentiellement à la logique économique.<sup>21</sup>

L'augmentation des ressources financières des médias aurait, d'après certains auteurs, un impact positif sur la qualité et sur la diversité de l'information. Dans cette perspective, la concentration des médias qui correspond en premier lieu à une rationalisation permettant d'augmenter les profits constituerait une évolution positive. Par ailleurs certains niveaux et certaines formes de concentration ont des impacts négatifs, comme l'a démontré un éminent critique de la concentration de la presse, Ben H. Bagdikian<sup>22</sup>. La question qui se pose est donc de savoir à quelles conditions un processus de concentration permet effectivement d'améliorer la qualité et la diversité de l'information.

La concentration horizontale de la presse écrite contribue sans aucun doute à l'amélioration de la situation financière

---

<sup>21</sup> Les pages qui suivent sont tirées du texte de Alain Péricard, Ph.D., *Les effets de la concentration des médias sur la qualité et la diversité de l'information (Bibliographie commentée, 1998-2002)*, déposé en Annexe 9.

<sup>22</sup> Ancien journaliste, professeur et doyen, Graduate School of Journalism, University of California at Berkeley (US), voir *The Media Monopoly*, 1983.

des entreprises grâce à des économies d'échelle et à des revenus supplémentaires.<sup>23</sup> Les chaînes de médias ont une meilleure capacité à attirer les revenus publicitaires.<sup>24</sup> Les auditoires plus instruits et avec des revenus élevés étant recherchés par les annonceurs, il convient de maintenir un minimum de qualité dans le domaine de l'information. Certaines technologies et certaines sources d'information deviennent accessibles aux entreprises consolidées, qui sont en conséquence susceptibles de fournir de meilleures conditions de travail aux professionnels de l'information. Par contre, une étude récente réalisée pour le Bureau des médias de la Federal Communications Commission (FCC) américaine indique que, dans le cas de la radio, la concentration horizontale ne génère pas réellement de revenus publicitaires supplémentaires.<sup>25</sup>

Même un observateur critique de la concentration tel que Bagdikian admet que l'augmentation de la taille des médias peut présenter des avantages pour les consommateurs d'information :

Monopolylike media can reduce sensationalism and hasty publication. Some of these gains come not from gigantism but from the evolution of technology in production, of professionalism in journalism, and of sophistication in audiences.<sup>26</sup>

Toutefois, des recherches réalisées au États-Unis tendent à démontrer que les situations monopolistiques, concentration horizontale ou propriété croisée, n'auraient que fort peu d'impact sur la qualité et, en particulier, sur l'homogénéité de l'information. Selon Carlos Ruotolo, professeur à l'Université de Puerto Rico, ce ne serait pas tant une situation de monopole ou d'oligopole qui provoquerait des changements dans l'information, mais plutôt

---

23 B. Litman, professeur, Department of Telecommunications, Michigan State University (US), « Microeconomics Foundations », dans *Press Concentration and Monopoly*, Picard, R.G., McCombs, M.E., Winter, J.P. et Lacy, S. (dir.), 1988.

24 Centre d'études sur les médias, « La concentration de la presse à l'ère de la 'convergence' », 2001, p. 24.

25 Sauf indication contraire, les auteurs des études de la FCC cités dans ce texte sont des chercheurs employés par cette institution. Voir K. Brown et G. Williams, *Consolidation and Advertising Prices in Local Radio Markets*, FCC, 2002.

26 *The Media Monopoly*, 1983, p. 121-122.

« l'économie de la production des nouvelles et de sa distribution » à savoir la commercialisation qui envahit le monde de l'information.<sup>27</sup> La recherche des auditoires les plus larges possible serait ainsi la raison première pour laquelle les médias de masse finissent par se ressembler.

Une synthèse de plusieurs recherches réalisées en Europe confirme que de nombreuses raisons autres que la concurrence monopolistique peuvent menacer la diversité des contenus.<sup>28</sup> Ces auteurs font écho à Ruotolo en constatant que les médias visent une large variété de publics différents, diversifiés et stratifiés, ce qui tend à en faire des « médias omnibus » qui cherchent à diffuser de tout pour tout le monde, réduisant ainsi la diversité des opinions et des commentaires au plus petit dénominateur commun. Ils ajoutent à cet aspect les suivants :

- une quantité réduite de sources d'information (un nombre limité d'agences de presse internationales pour les nouvelles étrangères et le plus souvent une seule pour les nouvelles nationales et locales);
- un nombre limité de catégories géographiques (local, national et international) et de rubriques (politique, social, économique, culture et sport) qui constituent le cadre contraignant dans lequel les journalistes doivent situer l'information;
- la dépendance croissante des mêmes sources d'informations, toutes orientées dans un sens « relations publiques », pour tous les journalistes qui s'adressent aux institutions et aux groupes de pression les plus puissants;
- le fait que les critères de sélection des nouvelles privilégient les activités et décisions des acteurs sociaux les plus puissants, ainsi que les sujets spectaculaires et susceptibles de provoquer des émotions.

---

<sup>27</sup> « Monopoly and Socialization », dans *Press Concentration and Monopoly*, Picard, R.G., McCombs, M.E., Winter, J.P. et Lacy, S. (dir.), 1988, p. 118.

<sup>28</sup> W.A. Meier et J. Trappel, « Media Concentration and the Public Interest », dans *Media Policy : Convergence, Concentration & Commerce*, McQuail, D. et Siune, K. (dir.), 1998.

Ces constats impliquent que la concurrence économique entre les médias n'est pas un gage de qualité et de diversité dans le domaine de l'information. L'observation indique clairement que de nombreux médias écrits et électroniques ne font, dans certains cas, que réécrire, reformater et rediffuser les mêmes informations provenant des mêmes sources.

Dans le cas de la concentration verticale, les auteurs qui en ont traité sont d'avis que non seulement cette forme de concentration ne génère pas de revenus supplémentaires, mais qu'elle pourrait même dans certains cas augmenter les coûts.<sup>29</sup> En ce sens, son impact sur l'information ne serait pas significatif, ce qu'une étude portant sur la télévision britannique semble confirmer.<sup>30</sup> De fait, certaines entreprises qui ont développé une forme d'intégration verticale ne considèrent pas qu'il s'agit nécessairement d'un avantage économique. Ainsi au Québec, André Préfontaine, président de Médias Transcontinental (une entreprise qui fait partie d'un groupe en apparence intégré verticalement, qui possède à la fois des imprimeries et des publications), soulevait lors d'une récente conférence la question : « Pourquoi compter sur un seul fournisseur de services, alors que plusieurs peuvent se surpasser? ». Il ajoutait : « À l'idée de convergence, nous préférons celle de promotion croisée ainsi que des stratégies de partenariat ».<sup>31</sup>

---

29 Voir J. C. Busterna, professeur, School of journalism and Mass Communication, University of Minnesota (US), « Concentration and the Industrial Organization Model », dans *Press Concentration and Monopoly*, Picard, R.G., McCombs, M.E., Winter, J.P. et Lacy S. (dir.), 1988.

30 Voir G. Doyle, professeure en gestion des médias, Department of Film and Media Studies, University of Stirling (UK), « The Economics of Monomedia and Cross-Media Expansion : A Study of the Case Favouing Deregulation of TV and Newspaper Ownership in the U.K. », *Journal of Cultural Economics*, 2000.

31 « Comment Transcontinental a-t-elle pu résister aux sirènes de la convergence? », Conférence présentée au colloque du Centre d'études sur les médias - Consortium canadien de recherche sur les médias, Montréal, novembre 2002.

## Les effets négatifs de la

Il n'empêche que le degré d'intégration qu'atteint à présent la concentration de la propriété des entreprises de presse continue d'en inquiéter plus d'un. On verra dans la prochaine section (Consultations, p. 57) que les dangers potentiels ou appréhendés sont tels que des personnes qui étaient jadis de farouches adversaires de toute forme d'intervention de l'État en la matière changent maintenant d'avis et préconisent l'adoption de certaines mesures voire même d'une réglementation en matière d'information.

Toutefois, tel qu'il est dit précédemment, aucune recherche probante n'a permis véritablement de mesurer les impacts de la fusion d'entreprises, des achats ou de l'intégration des médias. Faute d'une observation scientifiquement menée sur une période significative, on doit donc s'en tenir à des analyses théoriques et à des positions déductives.<sup>32</sup>

Plusieurs auteurs sont d'avis que la concentration sous forme de propriété croisée ou de conglomérat est susceptible de poser des problèmes particuliers pour ce qui est de la qualité de l'information : plus un média est sujet à des objectifs de profits, plus les pratiques journalistiques professionnelles tendront à être remplacées par un « journalisme de marché ». Les annonceurs ne recherchent en effet pas un journalisme de haute qualité mais un journalisme « de la qualité requise pour rejoindre le public ciblé ».<sup>33</sup> L'objectif du journalisme de marché n'est pas d'informer mais de satisfaire les consommateurs visés.

D'autres font en outre le constat que, malgré les lacunes de la recherche, si l'on se base exclusivement sur les chiffres disponibles, les avantages économiques de la concentration sous forme de propriété croisée et de conglomérat ne sont pas aussi manifestes que ce qu'en disent ses promoteurs.<sup>34</sup> Une étude réalisée en Grande Bretagne sur la propriété croisée télévision/journaux démontre l'absence des synergies et des profits supplémentaires escomptés.

---

<sup>32</sup> Les pages qui suivent sont tirées du texte de Alain Péricard, Ph.D., *Les effets de la concentration des médias sur la qualité et la diversité de l'information (Bibliographie commentée, 1998-2002)*, déposé en Annexe 9.

<sup>33</sup> W.A. Meier et J. Trappel, « Media Concentration and the Public Interest », dans *Media Policy : Convergence, Concentration & Commerce*, McQuail, D., et Siune, K., (dir.), 1998, p. 57.

<sup>34</sup> Meier & Trappel, 1998, p. 40.

Gillian Doyle,<sup>35</sup> son auteure, précise que d'autres formes de synergies fonctionnent effectivement et génèrent des profits (par exemple la synergie entre l'édition électronique et l'imprimerie), mais que, dans ce cas précis, l'objectif des entreprises de médias était plutôt de favoriser la déréglementation :

[...] the deployment of economic claims concerning the benefits of combined television-newspaper ownership seems only to have served as a means of legitimizing policy concessions which were favoured by the UK government on alternative political grounds.<sup>36</sup>

Quel est l'impact de la propriété croisée sur l'information? Les données empiriques permettant de répondre à cette question sont rares. Pour ce qui est de la diversité d'opinion aux États-Unis, une recherche réalisée par la FCC sur les positions éditoriales dans dix entreprises au moment de la campagne présidentielle de 2000 semble indiquer que les positions adoptées par une station de télévision et un journal appartenant au même groupe n'étaient pas nécessairement les mêmes.<sup>37</sup> Ce constat se situe toutefois dans un contexte où les entreprises contribuent traditionnellement aux deux grands partis politiques. Il est donc peu significatif.

---

<sup>35</sup> « The Economics of Monomedia and Cross-Media Expansion : A Study of the Case Favouring Deregulation of TV and Newspaper Ownership in the U.K. » dans *Journal of Cultural Economics*, no 24, 2000, p. 23-24.

<sup>36</sup> « The Economics of Monomedia and Cross-media Expansion : A Study of the Case Favouring Deregulation of TV and Newspaper Ownership in the U.K. », dans *Journal of Cultural Economics*, no 24, 2000, p. 23-24.

<sup>37</sup> D. Pritchard, *Viewpoint Diversity in Cross-Owned Newspapers and Television Stations : A Study of News Coverage of the 2000 Presidential Campaign*, Department of Journalism and Mass Communication, University of Wisconsin-Milwaukee, 2002.

Dans le cas de conglomérats tels que AOL/Times Warner ou Vivendi Universal, des entreprises dont les initiatives ont eu d'après certains auteurs un effet d'entraînement sur toute l'industrie des médias,<sup>38</sup> un groupe d'experts et de professionnels réunis récemment à Montréal concluait que l'avenir de ces groupes et plus généralement des entreprises qui ont misé sur la convergence est aujourd'hui lourdement handicapé.<sup>39</sup> Il est apparu ces dernières années que ce type d'entreprises devait mobiliser toutes les ressources disponibles, parfois sans commune mesure avec leurs capacités réelles, pour financer des acquisitions. Dans certains cas, les médias faisant partie de ces groupes jouent le rôle de « vache à lait », ce qui ne peut qu'avoir un impact négatif sur la qualité et sur la diversité des contenus. Les gestionnaires d'un groupe qui possède des actifs dans plusieurs domaines n'ont en outre pas toujours d'expérience des médias, ni de sensibilité aux particularités et aux responsabilités dans ce domaine. Enfin un aspect des discours sur la convergence étant l'équivalence des contenus, dans la perspective des gestionnaires, la distinction entre l'information d'intérêt public et le reste, que ce soit la publicité, les petites annonces, les communiqués, la musique et les vidéos clips, n'existe plus.

Le discours sur les effets de la concentration, qu'il soit celui des propriétaires, des praticiens et même des scientifiques, se trouve plus souvent qu'autrement enfermé dans une logique économique qu'il est difficile de dépasser. Il semblerait que seuls les paramètres strictement mesurables et quantifiables doivent prédominer quand il s'agit de considérer l'information et le système par lequel elle est produite et diffusée, un peu comme si elle n'était rien d'autre qu'un produit commercial destiné à exister sur un marché spéculatif et compétitif. Au fil du temps, les entreprises de presse se sont éloignées de la vision qu'avaient eue leurs fondateurs et ont cessé d'être définies et, peut-être également de se percevoir elles-mêmes, comme des institutions de service public pour être ramenées surtout à leur statut corporatif d'entreprises commerciales.

---

<sup>38</sup> Centre d'études sur les médias, « La concentration de la presse à l'ère de la 'convergence' », 2001, p. 18.

<sup>39</sup> Voir Élie Cohen, conférence sur Vivendi Universal présentée au colloque du Centre d'études sur les médias - Consortium canadien de recherche sur les médias, novembre 2002, et Hervé Fisher, « La convergence, rationalisation d'un fantasme », conférence présentée au même colloque, novembre 2002.

Denis McQuail écrit que, malgré la quantité des recherches sur la concentration des médias, il faut bien reconnaître que les chercheurs ne sont pas parvenus à établir clairement quels sont les effets de la situation de plus en plus monopolistique des médias sur leurs performances économiques, en termes de coûts et bénéfices et de performance.<sup>40</sup> D'importants problèmes méthodologiques ne sont pas encore résolus.<sup>41</sup> Il est possible d'en déduire qu'à plus forte raison, l'impact sur l'information, sur sa qualité et sur sa diversité des changements économiques qui se sont produits dans les entreprises intégrées ne saurait être établi sans réserves. D'après ces auteurs, c'est d'ailleurs de cette approche économique que provient une partie du problème de la compréhension des effets de la concentration : le concept économique de *politique de concurrence* (« competition policy ») domine totalement les discours et les politiques, aux dépens d'une approche de sciences sociales centrée sur le concept de *politique publique* (« public policy »), qui se trouve aujourd'hui marginalisé. Ces deux approches sont en fait complémentaires, car un marché des idées viable dépend dans une large mesure de l'existence d'un marché économique compétitif dans le champ des médias.<sup>42</sup>

Il est vrai qu'il est fort difficile de distinguer entre les effets de la commercialisation et ceux de la concentration comme tel. Qu'il nous suffise de réitérer ce qui fait partie du discours généralement tenu au sujet de l'information à l'effet que la commercialisation, qu'on appelle aussi la marchandisation de l'information, a souvent pour conséquence de faire prédominer les impératifs économiques sur d'autres considérations d'ordre éthique ou déontologique, bref sur ce qu'il est convenu d'appeler la qualité ou la diversité de l'information.<sup>43</sup> Pour ce qui est de l'accessibilité, cette autre qualité essentielle à l'information, le temps a manqué pour que la recherche puisse procéder à une recension des écrits scientifiques sur le sujet.

---

<sup>40</sup> Cité dans W.A. Meir et J. Trappel, *Media Policy : Convergence, Concentration & Commerce*, 1998, p.40.

<sup>41</sup> P. Iosifides, « Methods of Measuring Media Concentration », dans *Media Culture and Society*, Vol. 19, no 4, 1997.

<sup>42</sup> Alain Péricard, Ph.D., *Les effets de la concentration des médias sur la qualité et la diversité de l'information (Bibliographie commentée, 1998-2002)*, déposé en Annexe 9.

<sup>43</sup> Cette affirmation est longuement développée dans *Éthique de l'information. Fondements et pratiques depuis 1960*, Armande Saint-Jean, Presses de l'Université de Montréal, 2002.

## L'impact sur les contenus d'information et les pratiques journalistiques

S'il est impossible de départager ce qui découle de l'un et de l'autre phénomènes, de la commercialisation et de la concentration, il n'en demeure pas moins possible d'apprécier certaines manifestations très actuelles dans l'information, qui apparaissent au Québec autant qu'ailleurs dans le monde. Les observations qui suivent portent sur deux aspects spécifiques : les contenus informationnels et les pratiques journalistiques. L'un des impacts de la concentration sur la qualité de l'information se vérifie notamment à l'égard d'une relative absence dans les grands médias d'information de dossiers et d'analyses sérieuses touchant le phénomène lui-même ou son impact sur la société démocratique.<sup>44</sup>

Du fait de l'influence plus ou moins ouverte de la perspective des patrons de presse sur l'information, une majorité d'auteurs estiment que les débats publics sur les questions liées à la concentration de la presse et à ses conséquences sur l'information et sur la démocratie sont peu équilibrés. Les professionnels de la majorité des médias – et en particulier les journalistes des grandes chaînes – peuvent rarement s'exprimer librement sur ce sujet.

D'après Meier et Trappel,<sup>45</sup> qui se réfèrent au contexte européen, la plupart d'entre eux sont en pratique directement affectés par l'influence croissante des conglomérats médiatiques, mais bien peu peuvent exposer publiquement les changements qui se produisent à cause des subtiles pressions internes exercées sur eux.

Quant aux propriétaires des médias, ils sont en mesure d'exposer largement quels sont d'après eux les avantages de la concentration et de l'internationalisation des médias, et de minimiser les menaces et les risques potentiels de ce mouvement pour la vie démocratique.

---

<sup>44</sup> Les pages qui suivent sont tirées du texte de Alain Péricard, Ph.D., *Les effets de la concentration des médias sur la qualité et la diversité de l'information (Bibliographie commentée, 1998-2002)*, déposé en Annexe 9.

<sup>45</sup> « Media Concentration and the Public Interest », dans *Media Policy : Convergence, Concentration & Commerce*, 1998, p. 39.

Aux États-Unis, Bagdikian<sup>46</sup> remarque que malgré une nette amélioration de la qualité de l'information depuis la deuxième guerre mondiale, grâce à la demande d'un public plus instruit, à une meilleure formation et à une meilleure éthique des journalistes, l'information destinée au grand public sur des questions telles que la concentration reste très fortement biaisée dans le sens des intérêts de l'industrie. Ce ne sont pas les professionnels de l'information qui sont en cause dans ce déséquilibre :

Professional journalists, including their top editors, are largely powerless in determining the areas of strategic news coverage. That task has been taken by market analysts and business consultants.<sup>47</sup>

Le résultat est que l'information sur la concentration reste généralement centrée sur les aspects économiques ou technologiques, sur la personnalité des patrons impliqués et très peu sur les conséquences sociales ou sur la qualité et la diversité de l'information. Dans le cas de la fusion AOL/Time Warner, une analyse de 903 articles de journaux et de magazines américains indique que seulement 6% d'entre eux citaient de véritables analystes indépendants tels que des professeurs en gestion, finance ou marketing, et seulement 1% citaient des professeurs en communications. « La couverture des médias sur la fusion ne passe pas le test de la diversité », commentait David Demers.<sup>48</sup>

Pratiquement tous les ouvrages et articles qui ont été écrits récemment sur des propriétaires de médias laissent ainsi entendre que des pressions discrètes s'exercent sur les journalistes pour orienter l'information en fonction d'intérêts particuliers.<sup>49</sup>

---

46 *The Media Monopoly*, 1983.

47 B. Bagdikian, *The Media Monopoly*, 1983, p. 221.

48 Professeur de Communication, Washington State University (US), « Media Merger News Coverage Fails Diversity Test : Study Shows Media Scholars Rarely Quoted », *Global Media News*, Vol. 2 no 2, 2000.

49 J.-J. Bertholus, journaliste au *Nouvel Économiste* (France), *Les média-maîtres. Qui contrôle l'information?*, 2000; D. Junqua, ancien journaliste au *Monde* (France), *La presse, le citoyen et l'argent*, Gallimard, 2000.

Pourquoi d'ailleurs les élites des médias se comporteraient-elles à cet égard de façon différente des autres élites, demande Nesbitt-Larking ?<sup>50</sup> Jeremy Tunstall et Michael Palmer<sup>51</sup> passent en revue les plus influents des propriétaires de grandes chaînes de médias européens du début des années 1990 et montrent comment beaucoup d'entre eux ont fait du lobbying auprès des gouvernements, tout en cherchant à influencer l'opinion publique, dans le but d'encourager la déréglementation. Aux États-Unis, la situation est semblable, comme l'indique une recherche qui démontre la nature biaisée de la couverture de presse des débats sur la concentration et la propriété des médias en 1996, peu avant l'adoption d'un projet de loi sur ces questions, le Telecommunications Act. Ses auteurs, Martin Gilens et Craig Hertzman,<sup>52</sup> ont analysé 397 articles, publiés par 27 des plus grands quotidiens du pays,<sup>53</sup> sur le projet de diminution des restrictions à la propriété des stations de télévisions. Il en ressort que ces articles diffusaient des versions différentes qui reflétaient les intérêts de leurs propriétaires. Premièrement, les journaux qui appartenaient à des chaînes ayant des actifs dans la télévision rapportaient moins d'informations et informaient moins le public sur les changements proposés et sur les enjeux identifiés lors des débats. Deuxièmement, lorsque ces journaux diffusaient de l'information sur cette question, ils la présentaient en termes plus positifs que les autres journaux, dont les propriétaires ne possédaient pas de stations de télévision.

---

<sup>50</sup> *Politics, Society and the Media : Canadian Perspectives, 2001*, p. 123.

<sup>51</sup> Professeur de sociologie, City University (UK) et professeur de communications, Paris-3 (France), *Media Moguls*, 1991.

<sup>52</sup> Respectivement professeur de science politique et membre de l'Institute for Social and Policy Studies, Yale University, et chercheur, Yale (US), « Corporate Ownership and News Bias : Newspaper Coverage of the 1996 Telecommunication Act », *Journal of Politics*, 2000.

<sup>53</sup> L'échantillon comprenait certains titres prestigieux, entre autres, parmi les journaux appartenant à des entreprises dont la propriété croisée incluait plusieurs chaînes de télévision, et dont la couverture était nettement biaisée, le *USA Today*, le *Boston Globe*, le *New York Times* et le *San Francisco Chronicle*.

Après avoir mis ces résultats en parallèle avec des recherches similaires sur les biais des médias en rapport avec leur propriété<sup>54</sup>, ces auteurs concluent :

[...] a press that systematically slants the news to further its own business objectives threatens to undermine the very foundations of democracy. This study provides systematic evidence that the financial interests of media owners influence not only newspaper editorials but straight news reporting as well.<sup>55</sup>

En somme, la plupart du temps c'est d'abord au plan économique que l'on évalue les impacts de la concentration. Théoriquement, il semble évident qu'une augmentation de la taille d'une entreprise soit de nature à lui donner accès à de meilleures possibilités de financement et à un éventail d'activités élargi, ce qui, par voie de conséquence, aurait pour effet d'améliorer les conditions de travail de ses employés, en l'occurrence les journalistes. Dans les faits cependant, il y a lieu de craindre que de tels regroupements d'entreprises ne favorisent la mise en commun des ressources au nom des économies et de la rationalisation des activités, ce qui aurait pour conséquence soit de réduire les effectifs soit d'alourdir la tâche des journalistes, qui devraient alors être encore plus polyvalents. L'expérience a démontré que la seule marge de manoeuvre dont disposent les entreprises de presse, lorsque les coûts fixes du papier journal, de l'impression et des salaires sont trop lourds, demeure la couverture de l'information.

Pour diminuer les frais, le journal réduit le nombre de journalistes, ferme des bureaux de correspondants, baisse les dépenses des reporters (pour se rendre sur les lieux des événements), entre autres. Il en résulte une disparition de ce qui assure le meilleur journalisme, soit les reportages qui découlent de l'initiative même des journalistes. On se contente des nouvelles faciles à couvrir, des événements organisés

---

<sup>54</sup> De nombreuses recherches sur cette question des biais reliés à la propriété ont été menées aux États-Unis, tout particulièrement depuis que des logiciels permettent de réaliser des analyses de contenus sur de gros échantillons. Il arrive que ces recherches concernent des cas canadiens, comme celle qui fut réalisée par Ann Hollifield (ancienne journaliste et professeure, Telecommunication Department, Grady College, US) sur la couverture du référendum québécois de 1995 par les journaux publiés aux États-Unis (un échantillon de l'Ohio, de Pennsylvanie et de l'Indiana) de la chaîne Thomson (propriété canadienne), comparée avec la couverture d'autres quotidiens comparables (propriété américaine). Il ressort que les journaux de Thomson couvraient plus souvent le référendum dans les pages éditoriales en termes négatifs que les journaux américains (A. Hollifield, « Effects of Foreign Ownership on Media Content : Thomson Papers' Coverage of Quebec Independence Role », *Newspaper Research Journal*, Vol. 20 no 1, 1999).

<sup>55</sup> M. Gilens et C. Hertzman, « Corporate ownership and news bias : Newspaper Coverage of the 1966 Telecommunication Act », dans *The Journal of Politics*, 05, 2000, p. 383.

d'avance (discours, réunions, conférences de presse, etc.), ce qui occasionne une ressemblance ahurissante de l'information d'un média à l'autre.<sup>56</sup>

Dans tous les cas, plus elles grandissent, plus les entreprises sont susceptibles de se fragiliser, ce qui est de nature à augmenter le climat d'insécurité dans lequel travaillent les professionnels de l'information.

Ainsi, même si c'est le plus souvent après coup, la dégradation des conditions de travail des professionnels de l'information à mesure que les entreprises de presse deviennent plus monopolistiques est abondamment documentée et commentée, à la fois par les chercheurs et par les professionnels, et même par certains patrons de presse.<sup>57</sup> Les contraintes semblent s'accroître à mesure que la concentration crée des groupes plus gros et plus diversifiés. Une pression nouvelle s'exerce sur les journalistes au moment où la concentration prend la forme de propriété croisée, comme c'est le cas actuellement dans les marchés anglophones et francophones de Montréal.<sup>58</sup> Des pressions discrètes s'exercent pour que les intérêts d'une entreprise d'un groupe de presse soient défendus dans le cadre de l'information diffusée par les autres médias. Malgré les discours sur l'indépendance des rédactions, l'étanchéité apparaît comme un mythe et, avec le temps, des canaux d'échange ou des « partenariats » se développent entre les salles de presse de médias différents. Quant aux journalistes à l'emploi des entreprises qui deviennent la propriété de conglomérats, leur insécurité s'accroît : au moment de la fusion de Time Warner avec AOL, les discours de la nouvelle direction prétendaient que le secteur de

---

<sup>56</sup> Traduction d'une partie du texte de Enn Raudsepp, « Media Accountability and Responsibility », publié dans *Canadian Issues / Thèmes canadiens*, juin 2002.

<sup>57</sup> Frank A. Blethen, actionnaire majoritaire, président et éditeur du *Seattle Times* est de ceux-là. La propriété privée et surtout la concentration des médias sont incompatibles avec la mission de service public de la presse, affirme-t-il. « There is simply no way a large, faceless, institutional investor is going to spend time worrying about readers, content, and the quality of journalism ». La situation de la presse ne fait qu'empirer, avec une réduction de la diversité et de l'indépendance des médias. La lutte des journalistes est, d'après ce patron, « la bonne » : la réglementation devrait limiter la concentration des médias et toute forme d'aide financière à la concentration devrait cesser. Voir « It's going to get worse », *Columbia Journalism Review*, 2001.

<sup>58</sup> « Canada Duopoly », *The Economist* V. 359, 28 avril 2001.

l'information ne serait pas touché. Or Neil Hickey<sup>59</sup> signale que les économies prévues à CNN signifient la disparition d'environ 400 emplois, soit près de 10% de l'ensemble du personnel de la chaîne.

À *Time*, d'après Frank Houston,<sup>60</sup> des coupures ont été effectuées sous le prétexte d'une diminution des revenus publicitaires (et plus discrètement dans les discours, afin d'atteindre un ambitieux objectif d'augmentation des profits résultant des « synergies »). Au moment où l'article a été écrit, *Fortune* avait congédié 13 éditorialistes sur un total de 200, et Norman Pearlstine, l'éditeur de *Time*, a reconnu vouloir éliminer 16 postes éditoriaux (au total Time Inc. a offert une prime de congédiement à 530 employés sur 13000). Sa déclaration est sans ambiguïté quant à ses priorités. D'après une entrevue qu'il accordait à Frank Houston :

Frankly, I like profits, and when you are making money you feel like you are a winner. You feel emboldened to do stuff, you're willing to take risks with startups, with investments. When you're just struggling to get by, you know, it's just an awful lot harder ». <sup>61</sup>

En somme, même si l'on n'a pas encore réussi à les circonscrire, les mesurer ni les démontrer hors de tout doute, les effets négatifs de la concentration se manifestent tant sur les conditions de travail et de pratique que connaissent les journalistes que sur le traitement ou l'approche qui sont réservés à certains sujets d'actualité, dont l'épineux problème de la concentration de la propriété.<sup>62</sup>

---

<sup>59</sup> Éditeur, *Columbia Journalism Review* (US). M. Hickey est un observateur de la concentration des médias depuis près de 30 ans; voir « CNN After the Merger », *Columbia Journalism Review*, août 2001, p. 28.

<sup>60</sup> Journaliste, écrivain, ancien éditeur à Fox News Online. Voir « AOL/TW Spells Big », dans *Columbia Journalism Review*, août 2001.

<sup>61</sup> F. Houston, « AOL/TW Spells Big », *Columbia Journalism Review*, 2001, p. 23.

<sup>62</sup> Alain Péricard, Ph.D., *Les effets de la concentration des médias sur la qualité et la diversité de l'information (Bibliographie commentée, 1998-2002)*, déposé en Annexe 9.

### En résumé ...

De ce survol des principaux écrits sur le sujet, il ressort que les impacts de la concentration sur l'information peuvent se résumer en quelques grandes catégories :

dimensions économiques  
conditions de travail  
pratiques professionnelles.

Dans chaque catégorie, on peut distinguer à la fois des effets positifs et des conséquences négatives, sans qu'il ait été établi clairement si les uns et les autres se manifestent vraiment. Toutefois, l'expérience acquise dans le domaine permet déjà de repérer un certain nombre de difficultés auxquels sont déjà confrontés les journalistes dans l'exercice quotidien de leur métier. Ces difficultés sont de divers ordres et peuvent être résumées ainsi:

- subordination de l'information aux impératifs économiques (accentuation possible) en raison des objectifs de rentabilité qui peuvent devenir incompatibles avec la recherche d'une information complète et de qualité
- perte du pluralisme des voix
- risque d'uniformisation et de standardisation des contenus, au détriment d'un éventail large d'approches et de sujets
- centralisation et, plus spécifiquement « montréalisation », perceptible dans les approches et les préoccupations
- monopolisation du marché publicitaire (par les géants) et fragilité accrue des indépendants et des petits
- perte d'autonomie possible des salles de rédaction ou fusion des salles ou de la rédaction en chef.

Étant donné le peu d'information que fournissent les médias sur le phénomène de la concentration et de ses effets, il serait utile de disposer de moyens systématiques permettant de suivre la situation de près et, le cas échéant, d'en apprécier les conséquences. C'est pourquoi il semble nécessaire, au nom du bien commun, plus particulièrement du droit à l'information, d'obliger les entreprises de presse à une plus grande transparence par rapport à leur mode de gestion, tant en matière de ressources humaines que de politique d'information.

En effet, la responsabilité sociale des médias se traduit, entre autres, par une imputabilité, comme il en faut dans tous les domaines de service public. Les grands discours, les affirmations rassurantes et les engagements de principes ne sauraient suffire en pareille matière. Il semble tout à fait légitime d'exiger que les entreprises, tant publiques que privées, qui assument la tâche de fournir à la collectivité l'information jugée nécessaire à l'existence d'un régime démocratique, soient tenues de rendre des comptes à l'État et à la population.

## 1.2 La situation de la concentration au Québec

### Une cascade de transactions depuis 2000

Au plan de la concentration des entreprises de presse, le Québec présente un paysage très changeant. La situation se modifie constamment, vu le très grand nombre de transactions qui surviennent, la plupart à l'abri de la curiosité du public et sans que les journalistes y portent beaucoup d'attention. Les bilans que tentent de tenir certains observateurs doivent être constamment remis à jour et les données en cette matière sont hautement éphémères. Au moment d'écrire ces lignes, voici esquissés brièvement les grands traits de la concentration des entreprises de presse chez nous.

Plusieurs transactions se sont succédé en cascade depuis deux ou trois ans, qui ont eu pour effet de modifier sensiblement le paysage de la propriété des médias québécois. Sans qu'il y ait de lien de cause à effet et tout au plus en raison d'un concours de circonstances, cette cascade semble avoir été déclenchée à la suite de très grandes transactions survenues à l'échelle internationale, avec AOL Time Warner, par exemple, ou encore Vivendi Universal. Les plus significatives de ces transactions sont sans doute celles par lesquelles Quebecor s'est porté acquéreur de Vidéotron, alors propriétaire de la chaîne de télévision TVA, en septembre 2000, grâce à une association avec Capital Communications, une filiale de la Caisse de dépôt et de placement du Québec, formant la filiale Quebecor Média.<sup>63</sup> Déjà propriétaire du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*, et largement impliquée à travers ses filiales dans les hebdomadaires régionaux, les magazines et les médias Internet entre autres, Quebecor poursuivait sa diversification en augmentant ses actifs dans le secteur de la télévision et allait s'avancer peu après, en 2002, dans celui de la radio AM et FM.

Toujours à l'automne 2000, Gesca, déjà propriétaire de *La Presse* et de trois autres quotidiens régionaux, se portait acquéreur des journaux d'Unimédia, filiale de Hollinger, *Le Soleil*, *Le Droit* et *Le Quotidien*. Du coup, dans le domaine

des quotidiens au Québec, le nombre de joueurs d'importance est ramené à deux, Quebecor et Gesca, avec un seul indépendant, de taille beaucoup plus modeste, *Le Devoir*. Alors que Quebecor et TVA se trouvent en situation effective de synergie médiatique, Gesca et Radio-Canada s'associent en janvier 2001 dans une entente de collaboration, sorte d'alliance stratégique leur permettant d'unir leurs ressources pour les événements spéciaux, la promotion et la publication d'un horaire de télévision (*Voilà*) destiné à faire compétition à celui de Quebecor (*TV Hebdo*).

D'autres exemples peuvent aider à mieux comprendre la complexité des changements qui surviennent et du faisceau de liens qui se tissent d'un média à l'autre. En septembre 2001, Quebecor vend la chaîne de télévision TQS à Cogeco et Bell Globemedia (un holding formé d'une part de BCE, laquelle détient Bell Canada, CTV et le portail Sympatico, et d'autre part de Thomson Corporation, propriétaire du quotidien torontois *The Globe and Mail*). On peut donc dire que TQS, la deuxième chaîne généraliste privée au Québec, est désormais « parente » du réseau de télévision anglais CTV et du quotidien torontois *The Globe and Mail*. D'autre part, en septembre 2002, Radio- Nord et Groupe TVA achètent un réseau de 6 stations de radio AM de Astral Communications, déjà propriétaire de plusieurs radios AM et FM un peu partout au Québec et au Nouveau-Brunswick; cette transaction, qui avait été rendue nécessaire en vertu d'une exigence du Bureau de la concurrence à Ottawa, doit recevoir l'aval du CRTC en 2003. Cela signifie en clair que Groupe TVA, propriété de Quebecor et de la Caisse de dépôt et de placement du Québec, possède la première chaîne de télévision privée et plusieurs stations de radio, dont certaines opèrent dans la même ville. On peut penser que dans un avenir rapproché la stratégie de synergie ou les économies d'échelle justifieront de rapprocher sinon de fusionner des salles de nouvelles ou des effectifs journalistiques entre stations de radio et de télévision d'une même entreprise, opérant sur le même territoire et desservant le même public.

### **Les regroupements d'entreprises <sup>64</sup>**

On le voit, la situation évolue très rapidement. Si on tente de dresser un portrait schématique de la situation actuelle, on peut résumer de la façon suivante :

---

<sup>64</sup> On trouvera davantage d'information en consultant l'Annexe 5 - Les principales entreprises propriétaires de médias au Québec.

**Quotidiens** : deux groupes se partagent les tirages.<sup>65</sup>

Quebecor est premier avec 44,6% du tirage de tous les quotidiens (anglais et français) et 52,3% du tirage des quotidiens français;

Gesca suit avec 38,1% du tirage total et 44,7% du tirage des quotidiens en français.

*Le Devoir*, le seul indépendant à survivre parmi les grands, récolte 2,5% du tirage total et traverse de façon endémique des difficultés financières.

En anglais, le journal *The Gazette*, propriété de CanWest Global, occupe 14,4% du marché total et 97,5% du tirage des quotidiens publiés en anglais.

**Hebdomadaires** : deux groupes occupent presque toute la scène.<sup>66</sup>

Médias Transcontinental domine avec 56 titres (30% des titres) et 41% des tirages.

Quebecor suit de près avec 41 titres (25% des titres) et 16% des tirages.

Parmi les autres joueurs, on note Gesca, qui possède trois hebdomadaires dans des villes où l'entreprise publie déjà des quotidiens (Sherbrooke, Granby et Saguenay).

Même si le Québec détient un des plus forts taux de concentration de la presse hebdomadaire au Canada, les propriétaires indépendants (environ une quarantaine de titres) et les petits groupes régionaux comptent néanmoins pour environ 40 p.c. du tirage total.<sup>67</sup>

**Radio** : la propriété est plus fragmentée.

Sur un total de 151 stations, on retrouve, outre Radio-Canada (qui possède 14 stations à travers le Québec), trois grands réseaux, une quinzaine d'entreprises qui sont propriétaires de plus d'une station et de nombreux indépendants.

Astral Communications : 18 stations (12 % du total des stations) rattachées entre autres aux réseaux Radiomédia, Rock-Détente et Réseau-Énergie;

Radio-Nord : 16 stations en Abitibi, Outaouais, Québec, Mauricie, Sherbrooke;

Corus Entertainment : 12 stations du réseau Radiomédia un peu partout au Québec.

---

<sup>65</sup> Ces données excluent les deux quotidiens distribués gratuitement dans le métro de Montréal, l'un publié par Quebecor, l'autre par un consortium composé de Médias Transcontinental, Métro International (filiale de l'entreprise suédoise Modern Times) et Gesca.

<sup>66</sup> Selon l'usage, seules les publications hebdomadaires qui visent un public local ou régional sont incluses dans cette catégorie; les autres publications hebdomadaires qui s'adressent à des publics nationaux ou spécialisés sont inclus dans la catégorie des magazines (Raboy 2000, p. 11).

<sup>67</sup> Les données disponibles en ces matières sont extrêmement changeantes et contradictoires, selon les diverses sources consultées.

**Télévision** : deux chaînes généralistes privées et deux publiques se partagent la scène.

TVA : qui occupe 31% des parts de marché avec 10 stations, et qui appartient à Quebecor Média;

SRC (radio diffuseur public) : 18% des parts de marché, un réseau de 8 stations dont 3 lui appartiennent;

TQS : 15% des parts de marché avec 8 stations; appartient à Cogeco (60%) et à Bell Globemedia (40%);

Télé-Québec (public) : qui compte pour 2,5% des parts de marché.

**Magazines** : on retrouve quelques très grands joueurs.

Médias Transcontinental, le premier éditeur de magazines et de périodiques au Canada avec 105 titres, dont plusieurs magazines grand public comme *Affaires Plus*, *Forces*, *Les Affaires*, *Elle Québec*, *Le Bel Âge*, *Madame* et d'autres, ainsi que de nombreuses publications spécialisées;

Rogers Media publie 14 magazines dont *l'Actualité* et *Châtelaine* au Québec;

TVA Publications revendique le titre de no1 de l'édition au Québec avec une pléthore de magazines grand public comme *7 Jours*, *Le lundi*, *TV Hebdo*, *TV 7 jours*, *Échos vedettes*, *Clin d'Oeil* et autres.

Outre les catégories traditionnelles, tant en presse écrite qu'électronique, un portrait complet du paysage médiatique devrait également comprendre de nombreux autres médias comme les portails Internet, les télévisions spécialisées, les radios et télévisions communautaires, les périodiques indépendants, communautaires, alternatifs ou autres. Toutefois, les principales catégories évoquées plus haut permettent, à notre avis, de donner une idée assez précise du degré de concentration atteint à ce jour en ce qui a trait aux entreprises québécoises qui ont une mission d'information.

Toutefois, on ne saurait faire l'économie de quelques autres aspects connexes à l'information mais qui font également partie du phénomène de la concentration. On entend souvent dire que l'impression et la distribution constituent à eux seuls les deux postes les plus lourds au budget d'une entreprise de presse écrite. Or, à cet égard on retrouve également deux géants au Québec. Pour l'**impression**, Quebecor World se réclame du titre de premier imprimeur mondial et Imprimeries Transcontinental se présente, pour sa part, comme l'un des dix plus importants imprimeurs commerciaux d'Amérique du Nord. À eux seuls, ces deux imprimeurs monopolisent l'impression de tous les quotidiens du Québec, de plusieurs hebdomadaires et de périodiques. Depuis quelques années, le groupe Transcontinental a acheté les imprimeries de Gesca et a aussi conclu un contrat d'impression de 15 ans de plusieurs quotidiens de Gesca, dont *La Presse* et *Le Soleil*. Cette transaction ne manquera pas d'avoir un impact, ne serait-ce qu'au plan psychologique, sur ces journaux dont la culture a été marquée par le fait qu'ils ont toujours eu leurs propres presses, leurs typographes, leurs pressiers et leur tradition d'impression.

En ce qui a trait à la **distribution**, les deux mêmes géants dominent les routes qui sillonnent le Québec du sud au nord et d'ouest en est, se livrant une concurrence féroce en certains endroits et se partageant parfois d'autres territoires plus éloignés. Distribution Transcontinental (propriété du groupe Transcontinental) et les Messageries Dynamiques (Quebecor) assurent à elles

seules la quasi-totalité de la distribution des hebdomadaires, des magazines et des périodiques commerciaux, créant pratiquement une situation de duopole susceptible de nuire éventuellement à de petits éditeurs indépendants ou de menacer l'accessibilité à l'information écrite, du moins dans les régions éloignées. Un quotidien comme *Le Devoir* dépend pour sa distribution en dehors de Montréal du bon vouloir de l'une des deux grandes messageries qui accepte de lui vendre le service. Par ailleurs quelques médias écrits indépendants, communautaires ou autonomes, tentent en ce moment de se regrouper pour se doter d'un service de distribution adéquat à l'échelle du Québec.

Sur le plan de la **câblodistribution**, on retrouve aussi des joueurs très importants qui se partagent l'échiquier, notamment Vidéotron, propriété de Quebecor, Cogeco et, dans une moindre mesure, Look. La câblodistribution constitue une activité industrielle où la concurrence est extrêmement vive. Elle se trouve aussi au coeur des stratégies de convergence qu'entretiennent certaines très grandes entreprises. La concurrence la plus importante livrée à l'industrie de la câblodistribution provient de la télévision par satellite, où l'on retrouve essentiellement deux joueurs principaux, Bell Express View et Star Choice.

La concentration se moque des frontières et si l'on sort un peu du Québec, on constate que des alliances économiques rattachent des entreprises d'ici à des intérêts extérieurs, au Canada anglais tout comme à l'étranger. Ainsi en juillet 2002, CanWest Global, propriétaire des journaux de la chaîne Southam, dont *The Gazette*, a cédé à Médias Transcontinental ses journaux hebdomadaires dans les provinces de l'Atlantique et en Saskatchewan. L'entreprise québécoise Transcontinental se retrouve donc au nombre des protagonistes de la concentration à l'échelle du Canada, tout comme Quebecor, déjà propriétaire de la chaîne des journaux *Sun*, dont le *Toronto Sun*, et d'une dizaine d'autres quotidiens au Canada et aux États-Unis.

Les deux principales entreprises de distribution du Québec sont également actives à l'extérieur de nos frontières, tout comme les imprimeries qui appartiennent à ces mêmes conglomérats, Quebecor World et les Imprimeries Transcontinental figurant parmi les plus importants imprimeurs commerciaux actifs en Amérique du Nord, au Mexique, en Europe et ailleurs.

## Presse indépendante et médias communautaires

Depuis longtemps, la notion de diversité des médias au Québec a été liée à l'existence de médias communautaires, tant dans la presse écrite qu'électronique. Sous un dénominateur commun, celui de *communautaire*, se retrouvent des entités fort différentes les unes des autres. Nés dans les années 1970 de l'initiative populaire et souvent soutenus par des fonds publics, les médias communautaires revendiquent un lien direct avec les milieux où ils s'insèrent, en particulier avec les groupes de revendication ou de changement social. « Certains d'entre eux hésitent même à affubler leur média du terme *communautaire*, perçu ici de manière péjorative par un engagement social et une militance soit disant dépassée, ou en référence à une présentation artisanale plutôt que professionnelle. »<sup>68</sup>

Trente ans plus tard, les médias communautaires ont certes évolué mais ils visent toujours à s'imposer comme des alternatives souhaitables, des moyens démocratiques d'information et d'expression à l'échelle locale et régionale. Ils sont regroupés pour la plupart au sein de trois associations sectorielles. L'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ) existe depuis 1979 et compte 24 membres dont le fonctionnement de base dépend du financement que leur procure le gouvernement du Québec. Une soixantaine de membres se retrouvent au sein de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec. Finalement, une centaine de journaux communautaires font partie de l'AMEQ, l'Association des médias écrits communautaires du Québec. La plupart de ces médias sont dirigés par des citoyens ou des intervenants issus du milieu et par un conseil d'administration. Au total, ces médias « mobilisent 3800 à 4000 bénévoles et possèdent un membership d'au moins 20 000 membres ».<sup>69</sup> Tous dépendent de l'aide des fonds publics et réclament que le gouvernement du Québec veille à l'application d'une mesure adoptée en 1995, celle de réserver 4 p.c. de ses budgets publicitaires aux médias communautaires. Jusqu'à présent, la proportion du budget publicitaire gouvernemental allouée aux médias communautaires plafonne à 2,9 p.c. en moyenne.

Sans financement stable, les personnes qui dirigent les médias communautaires finissent par passer le plus clair de leurs temps à tenter d'obtenir telle subvention, l'accès à un programme d'employabilité, etc. En caricaturant à peine, on pourrait dire que ces personnes risquent de finir par être plus compétentes en

---

<sup>68</sup> Voir C. Champagne, J. Keable et E. Foy, *Les médias communautaires au Québec : état de la situation et pistes d'avenir. Étude réalisée pour le Ministère de la Culture et des Communications du Québec*, août 1999, p. 196.

<sup>69</sup> *Les médias communautaires au Québec*, p. 22.

recherche d'appuis financiers qu'en production d'information! Tout cela est de nature à les décourager.<sup>70</sup>

L'application de la règle des 4 p.c. de budget publicitaire et la révision en profondeur du programme d'aide du MCC, le PAMEC, aurait certes pour effet d'encourager le développement des médias communautaires au Québec. Pour ces médias, cette revendication ne vise pas seulement à obtenir l'assurance de toucher des fonds supplémentaires mais aussi, et peut-être surtout, à être reconnus comme des partenaires de plein droit, qui rejoignent des publics cibles spécifiques, ce qui justifie d'être inclus dans le partage de l'enveloppe publicitaire publique. Les objectifs que certains nourrissent sont donc non seulement de l'ordre de la survie financière mais touchent également la qualité de la production. À travers des conditions plus stables et mieux assurées, il serait davantage possible d'envisager un rehaussement des standards professionnels, en particulier en matière d'information, de même qu'une harmonisation de ces standards à travers le réseau. De très grandes disparités dans les contenus, les approches, les méthodes de travail et les modes de production, tant dans les journaux communautaires qu'en radio ou en télévision, nuisent à la bonne réputation de l'ensemble des médias de cette catégorie. Pourtant, dès que l'on considère les moyens d'assurer la diversité et l'accessibilité de l'information, en particulier dans les régions peu ou mal desservies au plan local et régional, on se tourne du côté des médias communautaires.

Il faudra bien, un jour ou l'autre, que quelqu'un se charge de contempler et de considérer le nombre et le type de médias présents dans chacune des MRC du Québec afin qu'aucune d'entre elles ne se retrouve sous-alimentée en matière d'information locale et régionale, en espaces publics occupés par les citoyens. Peu importe le type du média (radio, journal, télé) désiré et souhaité par le milieu ou la communauté, il importe que celle-ci puisse disposer d'un instrument qui soit libre dans la production d'information et l'expression de points de vue pluriels, reflétant les enjeux et les besoins réels des communautés desservies. Le mandat de dresser une forme de cartographie de l'offre d'information locale et régionale pourrait sans doute être confié aux agents régionaux du MCCQ ou à tout autre intervenant majeur des milieux concernés (ex. : CRD, CLD, Conseil de la culture, etc.).<sup>71</sup>

---

70 *Les médias communautaires au Québec*, p. 22.

71 *Les médias communautaires au Québec*, p. 198.

Il importe en effet de respecter la diversité des vocations et les orientations spécifiques que chacune des régions souhaite se donner. La définition par le milieu lui-même des besoins et des priorités en matière d'information est de nature à susciter une meilleure participation des citoyens à la condition d'offrir un appui ou un encouragement tangible aux instruments choisis et mis en place pour assurer la diversité, la qualité et l'accessibilité de l'information locale et régionale. À cet égard, on retrouve dans le cahier des recommandations du Comité conseil des propositions qui font écho aux souhaits exprimés par les médias communautaires non seulement de trouver une meilleure base de financement et de fonctionnement mais également de voir leur lien avec la collectivité reconnu et valorisé.<sup>72</sup>

Toutefois, il ne relève pas du mandat du Comité conseil de recommander à la ministre des mesures touchant des programmes comme le PAMEC. Qu'il nous soit seulement permis de mentionner que le milieu communautaire, à qui l'on reproche souvent une dépendance chronique à l'endroit des fonds publics, souhaite vivement une révision et une rationalisation des formes de soutien qui lui sont destinées ou auxquelles ces médias ont accès (l'aide à l'emploi, par exemple). L'examen qui devrait précéder cette nécessaire réorganisation devrait prendre en compte la diversité non seulement des médias eux-mêmes mais aussi, et peut-être surtout de leur mission, de leur structure et de leur mode de fonctionnement. Les médias communautaires qui se donnent un mandat d'information devraient être traités comme les autres entreprises de presse, c'est-à-dire soumis aux mêmes exigences professionnelles en matière de production, de gestion et de déontologie de l'information.

### Quelques manifestations de la concentration au Québec <sup>73</sup>

À défaut de disposer d'une étude systématique de la situation, laquelle n'existe pas encore au Québec pas plus qu'ailleurs, quelques illustrations cueillies au hasard d'entrevues ou de rencontres, permettent de mieux comprendre certaines des formes que prennent concrètement, dans des cas bien précis, les effets de la concentration des entreprises de presse au Québec. Les observations qui suivent ne prétendent pas être exhaustives ni procéder d'un relevé systématique ou scientifique de la situation; tout au plus ces exemples visent-ils à donner une illustration, tout à fait impressionniste, d'une situation extrêmement complexe et parfois difficile à imaginer.

Le premier ordre de conséquences des fusions ou des regroupements de médias sous un même propriétaire touche sans contredit les conditions de travail des journalistes eux-mêmes. Dans une région éloignée comme le Bas Saint-Laurent - Gaspésie, pour un territoire immense à couvrir, on trouve un nombre très restreint de journalistes, dont plusieurs à statut précaire. Dans tout le Témiscouata, par exemple, un seul journaliste est en poste et il travaille pour une radio privée. Du côté de la région des Basques, le seul journaliste d'expérience est contraint à la pige après 25 ans de métier. Ce sont là quelques-unes des répercussions de décisions commerciales récentes de Quebecor sur la scène des hebdomadaires.

Jusqu'à l'an dernier, le Témiscouata était desservi par *Le Touladi*, un hebdomadaire qui existait depuis plus de 20 ans. Racheté par Quebecor moins de 5 ans avant sa fermeture, ce journal n'a pas, tout comme *Le Courrier de Trois-Pistoles* après 41 ans d'existence, survécu à la « médecine de Quebecor ». Le concept est simple : élargir le bassin de ventes de publicité d'un hebdomadaire dans le marché d'un autre, propriété de la même entreprise. Dans cette situation, comment justifier, en vertu d'une logique commerciale, de maintenir deux journaux en concurrence? L'entreprise en ferme un, mais réembauche les vendeurs de publicité dans l'autre. Les journalistes quant à eux n'ont d'autre choix que de se contenter de piges publiées dans le journal survivant.

Ailleurs, outre la précarité, la polyvalence devient une condition indispensable à qui veut survivre comme journaliste. À Sept-Iles, par exemple, un seul journaliste est en poste pour le réseau TVA et le quotidien *Le Soleil* compte un collaborateur pigiste; chacun de ces journalistes doit couvrir toute l'actualité locale alors que Radio-Canada dispose d'effectifs six fois plus importants. À la télévision, les topos sont envoyés à la station de Rimouski pour

---

<sup>73</sup> Ces données sont tirées de La réalité de la concentration des médias en région : quelques témoignages, qu'on trouvera en Annexe 7.

TVA et à celle de Québec pour Radio-Canada, qui les diffusent dans la portion locale des bulletins de nouvelles.

Or pour ajouter à la frustration, quand survient un événement d'importance, les têtes de réseau ou les chaînes de quotidiens envoient des journalistes de Montréal ou de Québec pour traiter de sujets qui font la manchette localement depuis un certain temps; ce fut le cas, entre autres, de l'entente avec les Innus survenue l'an dernier.

Mais dans l'ensemble, tant les quotidiens que les chaînes de télévision s'intéressent fort peu aux régions : « Depuis que je suis ici, je me sens complètement oublié du reste du Québec. Nous, on reçoit de l'information nationale sans problèmes, mais personne ne parle de nous, plus encore, presque personne n'est intéressé à parler de nous. »<sup>74</sup>

Ailleurs, comme en Abitibi, par exemple, on note aussi des effets sur les pratiques professionnelles des journalistes. Pour Quebecor, l'Abitibi se sépare en deux régions assez semblables : l'est et l'ouest. Chaque région a son journal vendu et ses deux journaux gratuits, distribués de porte en porte. En outre, sur la frontière imaginaire séparant l'est et l'ouest, on trouve un journal indépendant, *Le Courrier de Malartic* qui, avec un tirage de 1000 exemplaires, survit grâce à la volonté et à l'acharnement de sa propriétaire et d'une journaliste à temps complet. La hiérarchie d'entreprise chez Quebecor prévoit, en plus des directeurs de journaux, un directeur général régional qui supervise tant le journal de l'est que celui de l'ouest. Toutefois, depuis le départ du dernier directeur en titre, celui-ci a été remplacé par un cadre de Quebecor, en poste dans les basses Laurentides.

La présence de journaux hebdomadaires gratuits et vendus dans le même marché permet aux uns et aux autres de présenter des nouvelles de genres différents. « Les journaux gratuits donnent clairement plus dans la nouvelle à caractère humain et dans la nouvelle locale, tandis que les journaux vendus, eux, peuvent se permettre d'aller un peu plus en profondeur et de couvrir d'avantage les scènes régionale et judiciaire, par exemple. »<sup>75</sup> La fusion récente des salles de nouvelles de *l'Écho abitibien* et du *Citoyen de la Vallée de l'or*, tous deux propriété de Quebecor, influe directement sur le travail des journalistes. « Avec un seule date de tombée, on pouvait produire plusieurs articles par semaine, de 7 à 9 environ, avec un ou deux plus fouillés. Le lendemain de la parution du journal, on pouvait prendre la journée pour travailler d'avantage un sujet, faire des

---

<sup>74</sup> Propos recueillis lors d'une entrevue avec Félix Séguin, journaliste à la radio privée CJMV-FM à Val d'Or, novembre 2002.

<sup>75</sup> Propos recueillis lors d'une entrevue avec François Bélisle, ancien journaliste à *L'Écho abitibien*, novembre 2002.

recherches, etc. Mais avec deux jours de tombée, le mercredi pour *L'Écho* et le vendredi pour *Le Citoyen*, c'est devenu impossible de faire autre chose que d'écrire constamment. »<sup>76</sup> Au bout du compte, un article est jugé acceptable ou correct dès qu'il a le seul mérite d'être écrit.

La crainte est vive, partout en région, de voir les médias locaux devenir de simples succursales qui servent de sources d'informations locales à bon marché. Dans une ville comme Trois-Rivières, qui par comparaison fait figure d'enfant gâté au plan de l'information, on craint même que le quotidien *Le Nouvelliste* ne soit un jour réduit à un simple cahier inséré dans un grand journal national. « Qui peut assurer que Gesca ne distribuera pas, dans quelques années, dans les régions actuellement desservies par un quotidien, un journal unique avec seulement un cahier produit localement et contenant un minimum de nouvelles locales? »<sup>77</sup>

Pour l'instant, le quotidien trifluvien consacre environ les deux tiers de son contenu à l'information régionale. En vertu d'une entente entre les quotidiens propriété de Gesca, un protocole institutionnalisé d'échange de textes permet à une responsable à Montréal de dresser une liste quotidienne d'articles régionaux susceptibles d'intéresser les autres membres du groupe. La mise en commun des articles sur l'actualité régionale peut présenter un intérêt pour les autres quotidiens de la chaîne. Les directions locales ont le choix d'insérer ou non ces textes dans leur menu quotidien et de choisir la version du réseau ou celle de la Presse canadienne, qui a souvent le mérite de proposer des textes plus courts et plus faciles à éditer. Cette pratique se justifie aussi du fait que les quotidiens régionaux ne produisent pas d'information nationale, sauf en des circonstances exceptionnelles. Par exemple, lors du sommet des régions, l'automne dernier, *Le Nouvelliste* a délégué une journaliste pour suivre les débats à Québec ce qui a permis d'apporter un éclairage particulier et une saveur locale à la couverture de la rencontre.

Par ailleurs, l'imposition des chroniques, rédigées par des *columnists* montréalais ou québécois, suscite beaucoup plus de résistance de la part des intervenants locaux. La réalité locale est toujours difficile à faire comprendre à l'entreprise centrale. En contrepartie, la population d'une région apprécie grandement les chroniqueurs locaux parce que ces derniers sont proches des préoccupations de leur public et voient souvent les choses sous le même angle. « Moi par exemple, ça fait un certain nombre d'années que je fais la chronique des livres dans le cahier culturel du samedi. Mais voilà que récemment, *La Presse* impose les textes de ses divers chroniqueurs culturels. Le cinéma bulgare peut

---

<sup>76</sup> F. Bélisle, novembre 2002.

<sup>77</sup> Propos recueillis lors d'entrevues avec des journalistes de la région, novembre 2002.

être certes une grande richesse, mais le lecteur de Shawinigan n'y aura jamais accès; d'où la nécessité de chroniques locales, même sur des sujets culturels d'apparence universelle. En plus, pour nous, c'est agréable parfois de faire changement, de ne pas toujours écrire le même genre de textes sur le même genre de nouvelles. »<sup>78</sup>

Outre l'impact sur les conditions de travail et les pratiques journalistiques, les fusions ont également des conséquences sur la nature même des journaux, ainsi que sur l'information qu'ils diffusent. Malgré des différences dans l'approche qui distinguent les hebdomadaires entre eux, plusieurs déplorent la tendance à l'uniformisation des journaux appartenant aux grands conglomerats.

Les journaux de Quebecor ont maintenant tous le même format, les titres sont souvent de couleurs éclatantes, les photos sont de plus en plus importantes et ce, toujours aux dépens des textes; la « recette » du *Journal de Montréal* semble avoir été implantée dans les hebdomadaires.

« Avant, un texte standard avait 2 feuillets et demi. S'il était plus long, on coupait la photo. Maintenant, si la photo est bonne, on coupe le texte. »<sup>79</sup> De façon générale, on déplore que l'essence même du travail n'est plus de rechercher la nouvelle, mais bien d'offrir au public un produit visuel accrocheur. Lors du transfert des hebdomadaires de Gesca à Médias Transcontinental, la transaction s'est manifestée de façon visible dans la facture des journaux eux-mêmes : caractères et couleurs identiques, uniformité de la présentation, etc.

À l'opposé, les quotidiens de Gesca, qui sont à présent répartis à travers le territoire québécois, à Québec, Trois-Rivières, Sherbrooke, Gatineau, Granby et Saguenay, conservent tous leur personnalité propre; ils sont différents les uns des autres, dans leur contenu autant que dans leur présentation.

Plusieurs intervenants déplorent une accentuation des préoccupations commerciales au détriment du souci accordé à l'information. Une enquête effectuée par la section Bas St-Laurent - Gaspésie de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec à l'automne 2002 démontre que la tendance ressentie partout sur ce territoire touche la désaffection de l'information par les entreprises de presse et une dégradation générale de la qualité et de la quantité d'information diffusée. La tendance à la « trivialisation » de l'information rejaillit en région; l'information produite par Quebecor est moulée sur le modèle du *Journal de Montréal* : peu de nouvelles, beaucoup de fait divers. Certains intervenants déplorent aussi l'absence de politique relative à l'information dans ces entreprises : ces journaux ne publient pas d'éditoriaux, rarement de lettres

---

78 Propos recueillis lors d'une entrevue avec Martin Francoeur, journaliste au *Nouvelliste* de Trois-Rivières, novembre 2002.

79 F. Bélisle, novembre 2002.

des lecteurs et aucune analyse. «L'information devient étrangement fade; on sent un déséquilibre. »<sup>80</sup>

Un autre terrain miné pour les journalistes en région éloignée est sans contredit la frontière entre le commercial et l'information. « Moi, je refuse systématiquement de couvrir les ouvertures de magasins. Sauf qu'il y a toujours moyen de contourner les choses en changeant d'angle, par exemple. »<sup>81</sup> Il se produit un mélange des genres, en particulier dans les médias écrits, qui constitue un problème d'autant plus grave qu'il entretient une confusion induite dans l'esprit du public. « Un gros tournoi de hockey ne peut pas s'abstenir d'annoncer dans l'hebdomadaire local, ce serait trop dangereux qu'il ne reçoive pas, lors de l'événement, de couverture du tout. »<sup>81</sup>

Il est tout aussi difficile pour les annonceurs de distinguer entre publicité et reportage : « Des gens m'ont déjà appelé pour savoir combien coûtait un reportage! ».<sup>81</sup>

Même si les journalistes en région affirment ne pas subir de pression de la part de leurs patrons, qu'ils soient dans la même ville qu'eux ou ailleurs, à Montréal ou à Québec, il reste que les effets se manifestent au plan de la promotion croisée.

Lors du passage à Rimouski de l'émission *Staracadémie*, produite par Julie Snyder et qui sera diffusée prochainement au réseau TVA, le chef de pupitre de *Nord-Est*, l'hebdomadaire local, propriété de Quebecor, s'est vu imposer de publier le communiqué au sujet de l'événement. Certes il s'agit d'un incident local, dont la portée n'a rien de catastrophique, mais il est révélateur d'une mentalité qui pourrait aisément se généraliser à l'échelle du Québec tout entier, vu les intérêts importants qui sont en jeu dans les médias.

Si des journalistes s'inquiètent des répercussions de ce genre de pratiques sur la diversité de l'information,<sup>82</sup> les entreprises estiment qu'il s'agit là d'un échange de bons procédés et ce qui importe est de « ne pas dénaturer un des deux médias ». <sup>83</sup>

C'est sans doute en regard de la diversité des sources d'information que la situation des régions éloignées est la plus préoccupante. Ironiquement, le câble

---

<sup>80</sup> Propos recueillis lors d'entrevues avec Harold Michaud, journaliste de Radio-Canada à Rimouski et Claude Beaudin, journaliste de Radio-Canada à Rivière-du-Loup et président de la section locale de la FPJQ.

<sup>81</sup> Propos recueillis lors d'une entrevue avec Alexandre Cantin, journaliste de TVA à Sept-Iles, novembre 2002.

<sup>82</sup> La Fédération nationale des communications a manifesté ses inquiétudes dans son mémoire déposé à la Commission de la culture en 2001.

<sup>83</sup> André Préfontaine, président de Médias Transcontinental, a abordé le sujet de la promotion croisée dans une conférence qu'il a prononcée au colloque du Centre d'études sur les médias - Consortium canadien de recherche sur les médias, Montréal, novembre 2002.

ou les soucoupes paraboliques permettent aux citoyens dans les coins les plus reculés d'avoir accès à la planète entière alors que ce qui se passe chez eux est réduit à la portion congrue des pages ou des bulletins de nouvelles produits au Québec. Dans le Bas St-Laurent, en particulier au Témiscouata, la MRC la plus pauvre du Québec, très affectée par la crise du bois d'oeuvre et la disparition d'usines, la télévision apporte chaque jour une ration réduite d'information locale. Au plan de la programmation proprement dite, TQS diffuse intégralement ce qui lui vient de Montréal, sauf pour quelques capsules culturelles. La situation est différente chez les deux autres concurrents. Radio-Canada présente depuis cette année, une nouvelle émission, *L'Est du Québec ce soir*, produite à Québec, cette émission compte sur deux collaborateurs à Rimouski, deux autres sur la Côte-Nord, un à Matane et un pour la péninsule Gaspésienne. D'une durée de 10 ou 12 minutes, cette émission cède ensuite l'antenne à la chaîne nationale. TVA présente pendant ce temps un bulletin de nouvelles régionales produit à Rivière-du-Loup. Puis, à 18h30, Radio-Canada diffuse aussi un bulletin local. Les bulletins locaux de TVA et de Radio-Canada, malgré des lecteurs différents, sont produits par la même équipe de journalistes. « Ils utilisent le même camion! On y retrouve le logo de Radio-Canada sur un côté, celui de TVA sur l'autre et celui de TQS à l'arrière... »<sup>84</sup>

En Abitibi, les quatre stations de radio commerciales sont réparties également entre Radio-Nord et Astral. On le devine bien, ces stations n'ont pas comme mandat premier de produire des nouvelles et leurs effectifs journalistiques sont relativement faibles.

La situation est tout aussi simple en télévision : Radio-Nord possède les trois antennes de la région. Si TQS fait bande à part en ayant ses bureaux à Val d'Or et en employant trois journalistes, TVA et Radio-Canada sont en symbiose totale : les deux antennes partagent les mêmes bureaux, la même salle de nouvelles, les mêmes effectifs, le même studio et les mêmes équipements. « Ce studio est assez particulier : d'un côté, le bureau du chef de pupitre de Radio-Canada est à côté du décor de Radio-Canada, et de l'autre côté de la même salle, on retrouve les deux mêmes unités, mais aux couleurs de TVA. »<sup>85</sup>

Pour ce qui est du temps d'antenne local, TQS offre, vers 17 heures, un court bulletin de nouvelles de 3 à 5 minutes, coincé entre deux blocs du bulletin montréalais de Jean-Luc Mongrain. Un résumé d'environ une minute de ce déjà bref bulletin est diffusé en soirée, pendant les plages de commerciaux. TVA et Radio-Canada offrent, quant à eux, des téléjournaux légèrement plus longs, une dizaine de minutes, consécutifs l'un à l'autre (partage de studio oblige), vers 18h00. Mais dans ces deux bulletins, ce sont les mêmes journalistes qui abordent les mêmes nouvelles. « Les télévisions et les radios de Radio-Nord se permettent

---

84 H. Michaud, novembre 2002.

85 F. Bélisle, novembre 2002.

des choses qu'elles ne feraient pas si elles étaient ailleurs. Elles présentent les mêmes topos, par les mêmes journalistes; la notion de compétition est complètement évacuée. »<sup>86</sup>

En télévision, la ville de Rivière-du-Loup est particulièrement intéressante en ce qu'elle représente, en termes de publicité, le plus petit marché au Canada. En plus d'un niveau élevé de concentration, on y note la présence de deux frères : Marc Simard en télévision et Guy Simard en radio. « Même si on est porté à trouver cette situation invraisemblable, sur le terrain, les deux frères sont plutôt en compétition. De toute façon, dans un petit marché comme ici, il faut ménager les gens: tout le monde se connaît et un individu ne peut pas faire ce qu'il veut envers et contre tous. »<sup>87</sup> N'empêche que les antennes des trois chaînes principales (TVA, Radio-Canada et TQS) sont détenues par le même individu. De surcroît, la même personne, qui est aussi la fille du propriétaire, est directrice de l'information dans la salle de nouvelles combinée de Radio-Canada et de TVA.

Étant donné le faible taux de pénétration des quotidiens, les hebdomadaires revêtent une importance capitale. « *L'Écho abitibien*, un des hebdomadaires vendu en Abitibi, est qualifié de quotidien du mercredi »,<sup>88</sup> ce qui n'a rien d'étonnant quand on songe que les journaux de Montréal arrivent en fin de matinée à Rouyn ou à Val d'Or. Situation semblable à Sept-Iles où le quotidien *Le Soleil*, qui a pourtant la réputation de fournir une excellente couverture locale, n'arrive qu'à 10h30.

On retrouve des hebdomadaires influents partout en région et sans doute en raison de la rareté des sources d'information locale, ils occupent la plupart du temps une place importante dans la vie des gens. De la même façon, les médias indépendants et communautaires jouent souvent un rôle spécifique en région, bien différent de celui qu'ils peuvent assumer dans les grandes agglomérations urbaines. À ce chapitre, on dénote quelques initiatives intéressantes. Dans le Bas St-Laurent, *Le Placoteux* de St-Pascal de Kamouraska a été créé. *L'Avantage* est un hebdomadaire indépendant qui « tout en restant dans la nouvelle positive, est meilleur que ce que produit Quebecor ». *Le Mouton Noir* est né à Rimouski, à la suite du refus qu'a essuyé son fondateur, Jacques Bérubé, de faire publier une

---

86 Propos recueillis lors d'une entrevue avec Félix Séguin, journaliste à la radio à Val d'Or, novembre 2002.

87 Propos recueillis lors d'une entrevue avec Claude Beaudin, journaliste de Radio-Canada à Rivière-du-Loup, novembre 2002.

88 F. Bélisle, novembre 2002.

lettre d'opinion dans un hebdomadaire de Québecor. Depuis, il s'est orienté surtout du côté culturel, et malgré son nom, insiste sur l'opinion et fait preuve de mordant. On souligne que ce mensuel, par cynisme, s'est adjoint des collaborateurs dans les grands centres. « Ça fait du bien de voir le modèle universel changer de côté ». On parle aussi d'une initiative pour faire revivre un hebdomadaire dans la région des Basques.<sup>89</sup>

En Abitibi, on signale une importante initiative pour pallier le manque de quotidien avec la mise sur pied du *webdiffuseur*, un site Internet dédié à l'information régionale, fondé par un journaliste de la région, Guy Champoux. Avec 145 000 visiteurs par mois et plus d'un million pour l'année 2002, cette source est à considérer comme majeure dans le tableau de cette région.

Parmi les moyens que suggèrent les intervenants dans les régions pour améliorer la qualité, la diversité et l'accessibilité de l'information, on note une importance très nette accordée à la formation des journalistes et à l'établissement de politiques d'information explicites dans les entreprises de presse, peu importe leur statut. On mise aussi sur l'éveil et la sensibilisation du public, à travers diverses initiatives, dont l'éducation aux médias. Ces préoccupations et suggestions ont inspiré certaines des résolutions qu'on trouvera dans le Tome 1 du rapport. Il serait fort utile de procéder à une vaste tournée à travers toutes les régions du Québec de manière à mieux cerner les particularités de chacune ainsi que les besoins, qui varient d'un coin du Québec à l'autre.

### **En résumé ...**

Comme on le voit, le phénomène de la concentration des entreprises médiatiques a beau figurer dans le paysage économique et politique depuis plusieurs décennies, la cascade de transactions survenues depuis deux ou trois ans lui confère des contours et des caractéristiques tout à fait nouvelles. La situation évolue très rapidement et bien malin qui pourrait prédire ce qu'elle sera dans quelques années. L'idée que le phénomène de la concentration des médias ne saurait s'accroître davantage ne résiste pas à l'analyse; déjà en 1980, à l'époque de la commission Kent, on prédisait que peu de choses allaient survenir sur ce plan et on sait à quel point les faits ont pu contredire ces prédictions naïves.

Au Québec, pour l'instant, on constate que dans les principales catégories de médias d'information traditionnels, soit les quotidiens, les hebdomadaires, la radio et la télévision, seuls quelques grands joueurs dominent le marché. Certains misent sur une diversité maximale. Quebecor en est un exemple frappant puisque ses activités touchent à peu près tout : quotidiens, hebdomadaires, magazines, télévision, radio, portail Internet et intégration web, impression, distribution, câblodistribution, édition de livres, distribution et vente au détail. D'autres visent une consolidation dans certains champs de spécialisation. C'est le cas du groupe Transcontinental qui s'implique en édition de magazines, de périodiques (et de quotidiens au Canada), en impression et en distribution ainsi que de Gesca, dont les intérêts se concentrent sur les quotidiens et, dans une moindre mesure, les hebdomadaires.

Le phénomène de la concentration dépasse désormais les frontières du Québec et l'on constate qu'un nombre croissant d'entreprises québécoises se positionnent sur l'échiquier de l'information au Canada ou étendent leurs activités d'impression ou de distribution un peu partout à l'extérieur du Québec. De la même façon, des entreprises canadiennes deviennent propriétaires, seules ou conjointement avec des partenaires locaux, de médias québécois; c'est le cas de BCE, Rogers Communications, CanWest Global et d'autres.

Les médias indépendants des grands conglomérats et les médias communautaires complètent le portrait. Il font parfois figures de parents pauvres étant donné l'hyper commercialisation et les exigences de marketing qui ont favorisé le développement de produits d'information de facture sophistiquée ou d'allure fort recherchée, qui s'éloignent des modèles artisanaux ou austères. La vocation militante et la dépendance envers le financement public, qui ont entouré la création des médias communautaires au Québec et qui continuent d'assurer leur survie depuis trois décennies, nuisent d'une certaine manière à la reconnaissance de leur statut professionnel. De la même façon, la précarité des moyens financiers empêchent leur expansion et nuit à l'établissement ou à la consolidation de standards de professionnalisme élevés, qui leur permettraient de jouer le rôle actif et dynamique que plusieurs d'entre eux souhaitent avoir en information au Québec.

En région, la concentration de la propriété des médias se répercute principalement sur les conditions de travail des journalistes ainsi que sur les pratiques professionnelles. Le principal effet perceptible semble être la diminution des effectifs journalistiques qu'on note partout où les grandes chaînes, qui publient des hebdomadaires, achètent leurs concurrents et fusionnent les journaux. De ce fait, le nombre de journalistes diminue, la précarité d'emploi augmente, certains sont réduits à la pige en dépit de longues années d'expérience et ceux qui restent sont souvent seuls pour couvrir toute l'actualité sur un territoire parfois très étendu. On note une tendance très nette à la fusion des salles de nouvelles une fois que la station de radio et la station de télévision dans une ville ou une région deviennent propriété de la même entreprise. Jointe à la diminution des effectifs, cette pratique de rationalisation constitue une menace indubitable et pourrait se traduire par une diminution de la quantité, sinon de la qualité de l'information.

Un autre effet de la concentration touche les produits d'information comme tel. On remarque une certaine uniformisation des journaux, en particulier les hebdomadaires, à partir du moment où ils deviennent la propriété des grandes chaînes. Du côté de la télévision, la programmation est relativement uniforme dans les chaînes tant privées que publique pour l'ensemble du Québec : seuls de courts bulletins de nouvelles sont insérés dans l'horaire autour de 18 heures et fournissent des informations locales et régionales. Les quotidiens conservent davantage leur personnalité propre mais, à l'exception du *Quotidien* à Saguenay, on note qu'ils sont tous publiés dans des villes importantes situées dans le couloir qui relie Montréal et Québec.

Là où il n'y a pas de quotidien ou dans les régions si éloignées du centre que les quotidiens n'arrivent que tard en matinée, les hebdomadaires assurent le gros de l'information locale et régionale. Ces hebdomadaires, tant les journaux rattachés à de grandes chaînes que les indépendants, sont aux prises avec des contraintes très lourdes qui se traduisent souvent par la prépondérance des exigences liées à l'aspect commercial au détriment de l'information proprement dit.

Dans l'ensemble, les tendances actuelles inspirent une crainte assez généralisée, celle de la « montréalisation » de l'information. Ce phénomène désigne à la fois une hégémonie croissante des sujets d'intérêt aux yeux des médias et du public de la métropole, un désintérêt de plus en plus marqué pour l'activité régionale, quand elle n'a rien de spectaculaire ni de dramatique, et l'uniformisation, à travers les quotidiens, les hebdomadaires et les bulletins de nouvelles à la radio et à la télévision, de modèles d'information axées sur la nouvelle vite faite, constituée en large part de faits divers ou restreinte aux seuls « grands » dossiers de l'heure.

Ces tendances ne frappent pas que les médias en région, il va sans dire. Le nivellement de l'information se fait également sentir à Montréal et à Québec, mais elle semble moins facile à circonscrire étant donné la plus grande diversité de médias qu'on trouve dans les grandes villes. En région, toutefois, la population ne semble pas se plaindre beaucoup de la situation. Il faut se garder d'interpréter ce silence comme une marque de satisfaction : peut-être a-t-on simplement tendance à s'habituer à un état de faits et à se satisfaire de ce qui existe, même s'il s'agit d'un strict minimum. Il reste qu'au plan de la diversité et de l'accessibilité, c'est surtout la situation des régions éloignées qui suscite le plus d'inquiétude. Le problème de la qualité, par ailleurs, se pose à l'échelle de tout le Québec, incluant les grandes villes et par-delà la diversité et le nombre de médias disponibles.

### 1.3 Les aspects juridiques touchant la concentration

Au cours des dernières décennies, plusieurs pays occidentaux ont décidé d'intervenir pour circonscrire la concentration de la propriété des médias. Ces interventions représentent une très grande diversité d'approches, chacune visant des objectifs spécifiques rattachés à la situation particulière de chaque État. Dans l'ensemble, on note que la réglementation de la concentration de la propriété peut se faire tant par une loi sur la concurrence que par une loi ou des règlements portant spécifiquement sur les entreprises de presse.

La prémissesur laquelle reposent ces interventions est à l'effet que l'information est à la fois l'objet d'une activité commerciale à laquelle se livrent des entreprises à but lucratif et en même temps un service public nécessaire au fonctionnement adéquat de la société. Il en découle que ces réglementations visent en général un double objectif : maintenir une situation de saine concurrence entre les entreprises médiatiques et préserver les meilleurs conditions possibles afin que soit rendu le service public qu'est l'information.

L'angle sous lequel se placent la plupart des interventions réglementaires des États occidentaux est celui de la logique économique et elles se justifient par la gestion des pratiques commerciales. Si l'on considère la double nature de l'information, celle de pratique commerciale mais aussi celle de service public, on doit également considérer l'intervention gouvernementale sous l'angle de la responsabilité de l'État en regard du bien commun, en particulier du droit du public à l'information.

Une intervention de la part du gouvernement du Québec pourrait dès lors se justifier à ce double titre : d'une part la gestion des pratiques et des responsabilités des entreprises de presse et d'autre part la mise en oeuvre du droit du public à l'information, que l'État a lui-même formellement reconnu à ses citoyens dans la Charte des droits et libertés de la personne du Québec à l'article 44, sous la rubrique des droits civils et politiques.

Dans cette partie du rapport, nous présentons les fondements juridiques sur lesquels s'appuierait une éventuelle intervention du gouvernement du Québec dans le domaine de l'information. En première partie, toutefois, nous passerons rapidement en revue différents types de mesures qui ont été adoptées dans quelques pays occidentaux.

## Les législations étrangères <sup>90</sup>

La plupart des législations adoptées dans des pays occidentaux comme la France, les États-Unis ou l'Australie visent d'abord et avant tout à réglementer la propriété des entreprises de presse de manière à éviter que des médias d'information de catégories différentes, comme des journaux et des stations de télévision par exemple, ne se retrouvent aux mains des mêmes propriétaires. Ces lois, qui datent déjà de plusieurs années, reflètent la problématique telle qu'on la concevait à l'époque, c'est-à-dire au moment où l'on croyait en la nécessité de freiner la propriété croisée, soit d'empêcher des entreprises d'opérer à la fois des médias écrits et électroniques. De plus, la plupart de ces réglementations visent à établir un seuil au contrôle de la propriété en regard d'un morcellement du territoire national qui s'effectue en plus petites unités, région, localité, banlieue, etc. On prend en compte différentes mesures de lectorat ou d'auditoire, nationaux, régionaux, locaux, et les bases de calcul peuvent aller d'une relative simplicité, comme en Australie, à des formules beaucoup plus complexes comme en France ou aux États-Unis, par exemple.

Comme nous l'affirmions plus haut, les approches varient considérablement d'un pays à l'autre. Aux États-Unis, le système est gouverné par la conception typiquement libérale selon laquelle le marché s'adapte de lui-même aux règles de la concurrence. En dépit d'une nette tendance à la déréglementation qui s'affirme depuis quelques années, la Federal Communications Commission reconnaît que la mise en place d'un marché concurrentiel nécessite une forme de réglementation. S'appuyant sur l'idée que la diversité des points de vue (*viewpoints diversity*) ne peut exister sans une diversité de propriété (*ownership diversity*), elle impose certaines restrictions à la propriété croisée des médias dans un même marché. Ces restrictions s'appuient sur trois règles de base :

Interdiction de posséder plusieurs médias d'information (*facilities*) dans la même communauté ou région (*duopoly*).

Interdiction de posséder plusieurs stations de radio ou de télévision (*broadcast facilities*) peu importe où elles se situent (*multiple ownership*).

Interdiction à un propriétaire de posséder dans le même marché un journal et une licence de télévision (*cross-ownership*).<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> Les données reproduites dans ces pages sont tirées de différentes sources, dont le rapport « La propriété croisée des médias au Canada », présenté au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et à Patrimoine canadien par le Centre d'études sur les médias en 2001.

<sup>91</sup> T.B. Carter, J. Lushbrough Dee et H. L. Zuckman, *Mass Communication Law*, 2000, p.453.

L'approche américaine vise donc essentiellement la propriété croisée et tend à protéger le public, à l'intérieur d'un marché donné, contre les visées monopolistiques d'un propriétaire de médias ou d'une entreprise de presse existante.

Toutefois les observateurs notent plusieurs dérogations dans l'application de ces dispositions par la FCC, qu'elles soient le fait d'entreprises particulièrement téméraires qui défient l'autorité (Tribune) ou en raison de droits acquis (*grandfathering clauses*).

En France, où l'on a fait du pluralisme des médias un « objectif quasi constitutionnel », la réglementation vise à la fois la propriété croisée et établit des seuils maximaux de propriété. Par exemple, interdiction est posée de posséder plus de 30 p.c. de la diffusion nationale dans le cas des quotidiens d'information politique et générale. Un système qui s'appuie sur une base de calcul extrêmement complexe vise à éviter que les entreprises médiatiques n'exercent leurs activités dans plusieurs champs à la fois (en faisant des distinctions entre radio hertzienne terrestre, radio télévision câble, télévision hertzienne terrestre analogique, télévision par satellite ou télévision numérique) en fonction d'un bassin potentiel de public, défini en nombre d'habitants au plan national, régional ou local. La règle française se résume habituellement par la formule « 2 situations sur 4 », signifiant qu'un maximum de deux cas de figure peuvent être admis, par exemple la propriété croisée d'un journal et d'une station de télévision par la même entreprise, ou encore d'une radio et d'une télévision.

Au-delà de ces modalités d'un raffinement égal à sa complexité, le système français peut difficilement servir de modèle au-delà des frontières de l'hexagone puisqu'il se conjugue avec une situation tout à fait différente de la nôtre et de celle qui prévaut dans les pays anglo-saxons en général. En effet, l'ensemble du dispositif de la presse est régi depuis l'après-guerre par des dispositions législatives qui prévoient non seulement des conditions spécifiques au fonctionnement des entreprises de presse mais aussi des modalités d'exercice précises de la profession journalistique. Le dispositif réglementaire visant à circonscrire la concentration vient donc s'ajouter à un appareil législatif déjà passablement lourd et qui fait partie de la culture de l'information et des médias dans ce pays.

À l'inverse, en Grande-Bretagne, le débat sur la concentration de la propriété des médias a été maintes fois relancé mais sans qu'on ne parvienne à mettre à jour les dispositions quelque peu dépassées des lois antérieures, dont les plus récentes remontent à 1990 et 1996. Selon certains auteurs, les lois britanniques favorisent le régime de propriété le plus libéral d'Europe même si elles découlent de la volonté d'harmoniser les politiques du pays avec les standards européens. Toutefois, faute de consensus chez les partenaires de l'industrie des médias et chez les chercheurs, aucune des solutions avant-gardistes qui sont mises de l'avant ne parvient à être retenue ni appliquée.

La particularité de l'approche britannique réside dans la nécessité de soumettre toute demande d'obtention de licence d'un média électronique à un test d'intérêt public qui est défini en fonction de trois critères :

La nécessité de promouvoir la pluralité de la propriété (*plurality of ownership*) et la diversité des sources d'information et des opinions accessibles au public à travers la radio, la télévision ou les journaux.

Tout avantage ou bénéfice économique (incluant le développement technique, une hausse des emplois ou de la valeur des exportations) qui ne pourrait vraisemblablement pas être atteint si le détenteur du permis n'était pas associé à un propriétaire d'entreprise de presse.

Les conséquences sur la situation et l'équilibre des marchés dans l'industrie de la radiodiffusion ou des journaux (*proper operation of the markets*).

En Suède, les entreprises de presse bénéficient d'une protection constitutionnelle et elles sont exemptes des règles ordinaires qui régissent la concurrence pour ce qui est du démarrage, des fusions et des achats d'entreprises. La câblodistribution est aussi exempte de réglementation formelle, tout comme la diffusion par satellite. C'est sans doute ce qui explique l'absence de réglementation à l'égard de la concentration de la propriété. Les ondes terrestres sont assujetties à des licences qu'émet le gouvernement ou un organisme mandataire, qui les assortissent de conditions touchant la programmation. Ces conditions s'appliquent aux chaînes de télévision publiques et commerciales. De nouvelles dispositions visant à resserrer les modalités de transfert de propriété des médias ont été proposées il y a quelques années et, devant le tollé général qu'elles ont soulevé dans les médias, le gouvernement a tardé à les adopter et les mettre en application.

Avec un niveau de concentration semblable à celui qui prévaut au Canada, l'Australie a été plus active sur le plan de la réglementation de la propriété des médias. En plus de réglementer la propriété croisée en fonction des marchés de diffusion, l'Australie s'est préoccupée de freiner la propriété étrangère des médias. Depuis 1975, le gouvernement australien doit donner son approbation à tout achat de terrains urbains par un étranger et à toute acquisition d'entreprise dont les actifs dépassent les 5 millions de dollars. Depuis 1992, le gouvernement doit étudier toute proposition d'acquisition ou d'investissement étranger concernant un média australien. Malgré le *Broadcasting Services Act* de 1992, le marché demeure contrôlé par quelques grands joueurs dont Rupert Murdoch, qui détient environ les deux tiers du tirage des quotidiens. CanWest Global bénéficie également d'une exception à la loi.

Il existe sans doute plusieurs cas de figure en matière de réglementation de la concentration dans différents autres pays. Toutefois, le temps fort limité et les ressources mises à notre disposition n'ont pas permis de procéder à un inventaire exhaustif en ce domaine.

Au Canada, ce sont les dispositions de la Loi sur la concurrence<sup>92</sup> qui servent de rempart contre les acquisitions abusives, jugées telles lorsqu'elles mettraient en péril l'équilibre des forces dans un marché donné. Par ailleurs le CRTC, qui intervient lors du renouvellement ou du transfert des permis en radiodiffusion, manifeste depuis longtemps des inquiétudes face aux inconvénients que comporte le regroupements d'entreprises de radiodiffusion.<sup>93</sup> En vertu de son mandat, « le CRTC cherche à maintenir la diversité à un niveau permettant de réaliser les objectifs » énoncés dans la Loi sur la radiodiffusion. En effet, l'article 3 (1) d)(ii) précise que « le système canadien de radiodiffusion devrait favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes, qui mette en valeur des divertissements faisant appel à des artistes canadiens et qui fournisse de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérées d'un point de vue canadien ».<sup>94</sup>

Plusieurs interventions récentes du CRTC ont donc visé à atténuer les inconvénients résultant de la diminution de la concurrence et du nombre de voix, par suite de transactions entraînant la fusion d'entreprises médiatiques. Le conseil a veillé à mettre en place des mesures susceptibles de réconcilier la propriété mixte avec les exigences de la liberté éditoriale et de l'autonomie des salles de nouvelles relevant d'une même entreprise, autres que la seule volonté du propriétaire.

Le bilan des préoccupations soulevées par la propriété mixte montre l'existence d'un consensus sur la nécessité d'assurer que les décisions relatives au choix des informations, à l'angle de traitement de même que la décision de les diffuser ne seront pas assujetties à l'influence de ceux qui possèdent la propriété des entreprises. Le souci est d'assurer que les professionnels de l'information effectuent les choix éditoriaux qui soient faits uniquement selon des critères professionnels. Le contexte de convergence des médias et la multiplication des canaux de diffusion appelle des approches différentes à l'égard des aménagements devant accompagner la propriété mixte et la propriété multiple. Il ne s'agit plus tellement de maintenir isolées des entreprises entières appartenant à un même propriétaire afin d'écartier les craintes au sujet de la diversité des sources d'information. Il faut plutôt trouver des moyens ciblés propres à garantir

---

92 L.R. 1985, ch. C-34.

93 Voir P. Trudel, « Les mécanismes afin d'assurer l'autonomie éditoriale en situation de propriété mixte », décembre 2000.

94 P. Trudel, « Les mécanismes ... », 2000, n.b.p. 2.

l'exercice de la liberté éditoriale des entreprises sans pour autant rendre impossibles les synergies n'affectant pas la liberté éditoriale.<sup>95</sup>

---

95 Voir P. Trudel, « Les mécanismes ... », 2000, p. 11-12.

Il existe une assez grande diversité de ces mesures mises en place à la demande du CRTC afin d'assurer l'autonomie éditoriale, qui vont des codes de conduite strict aux comités de contrôle et d'équité externe en passant par le maintien de conseils d'administration distincts destinés à assurer une certaine étanchéité des structures. Toutefois, ce qui caractérise l'approche adoptée par le CRTC réside surtout dans le fait que les décisions, en cette matière tout au moins, sont graduées en fonction des enjeux sous-jacents aux transactions et en tenant compte de la situation particulière qui risque d'en découler.

Comme on sait, le CRTC fait régulièrement l'objet de reproches et de récriminations de la part de nombreux intervenants sur l'échiquier de l'information. L'honnêteté intellectuelle exige toutefois de faire un peu contrepoids à ces accusations de lâcheté pour reconnaître que cet organisme, qui se trouve être la seule instance réglementaire en matière de médias, ne saurait se substituer à un gouvernement qui n'a jamais eu, lui, la volonté politique d'intervenir directement pour limiter les méfaits appréhendés de la concentration de la propriété des médias, qu'ils fussent écrits ou électroniques. Il serait à tout le moins illusoire, pour ne pas dire dangereux, de s'attendre à ce que le CRTC remplisse à lui seul un rôle auquel se soustraient les gouvernements et que de surcroît il intervienne dans le domaine des entreprises de presse écrite, qui sont de juridiction provinciale, alors que sa raison d'être le situe au plan de la radiodiffusion.

### **Les juridictions constitutionnelles**

Chaque fois que le phénomène de la concentration des entreprises de presse est évoqué au Québec, on ne manque pas de souligner la complexité du problème lié au partage des compétences constitutionnelles. De manière à remplir adéquatement le mandat de recherche confié au Comité conseil, nous avons sollicité un avis juridique auprès d'un expert en la matière. Les considérations qui suivent sont tirées des informations que le juriste Pierre Trudel, du Centre de recherche en droit public de l'Université de Montréal, a bien voulu nous communiquer lors d'une consultation que nous avons eue avec lui ainsi que dans son avis juridique.<sup>96</sup>

D'entrée de jeu, il est un peu trop simple de ramener la question à la simple distinction entre la juridiction fédérale sur la radiodiffusion et celle des provinces sur la presse écrite. Il existe des dispositions constitutionnelles sur lesquelles peut se fonder le gouvernement du Québec pour instaurer une réglementation en matière d'information ou d'activité médiatique.

---

<sup>96</sup> On trouvera en Annexe 10 cet avis intitulé *La juridiction du Québec sur les entreprises de presse*, de Pierre Trudel, professeur en droit de l'information, des médias et du commerce électronique, Centre de recherche en droit public, Faculté de droit, Université de Montréal.

Dans un rapport publié en 1981, le constitutionnaliste Gérald A. Beaudoin écrivait que « Les législatures provinciales disposent de larges pouvoirs pour réglementer les activités des journalistes ainsi que la propriété et les activités des quotidiens. Il n'est pas certain qu'elles aient toutes saisi l'ampleur de leurs compétences législatives. »<sup>97</sup> Par contre, il ne fait pas de doute que l'ampleur des compétences reconnues au Parlement fédéral au titre de la radiodiffusion et des télécommunications laisse subsister des doutes sur l'ampleur véritable des compétences provinciales de réglementer les activités de presse. La convergence entre les activités de presse écrite et les médias audiovisuels ou fondés sur les infrastructures de télécommunications a été souvent appréhendée comme ayant le potentiel de faire passer sous l'autorité fédérale un grand nombre de compétences de faire des lois sur les médias qui pourront résulter de cette convergence.<sup>98</sup>

En dépit de l'ambiguïté qu'introduit la convergence, il reste que le gouvernement du Québec dispose de compétences que lui reconnaît la Loi constitutionnelle de 1867 et, comme l'écrit Pierre Trudel, « [l']ampleur indéniable de la compétence fédérale ne doit pas conduire à sous-estimer la portée des pouvoirs provinciaux à l'égard des activités des médias. »<sup>99</sup> Or, le fondement principal sur lequel repose la capacité juridique du Québec d'agir en matière d'activité médiatique ou d'information est sa compétence sur le droit privé.

En énonçant les règles de droit régissant les relations entre les personnes et les entreprises, les provinces ont la possibilité de régir d'importants éléments de l'activité médiatique.<sup>100</sup>

Il est de la compétence juridique du Québec d'agir en matière de propriété et de droits civils, ce qui inclut la responsabilité civile, tel que le prévoit la Loi constitutionnelle de 1867 en son article 92 (13). Il découle de cette compétence la possibilité d'aménager, par voie de législation, les exigences concernant, entre autres, la

---

<sup>97</sup> G.-A. Beaudoin, *Le partage des compétences législatives*, dans *Les quotidiens et la loi*, publications de recherche, vol. 3, Commission royale sur les quotidiens, Ottawa, ministre des Approvisionnements et Services, 1981, p. 89.

<sup>98</sup> Voir P. Trudel, *La juridiction du Québec sur les entreprises de presse*, p. 3.

<sup>99</sup> Voir P. Trudel, *La juridiction du Québec sur les entreprises de presse*, p. 4.

<sup>100</sup> Voir P. Trudel, *La juridiction du Québec sur les entreprises de presse*, p. 4.

responsabilité civile (diffamation, atteinte à la réputation), la déontologie, l'activité contractuelle et extra-contractuelle et les autres modalités d'exercice de l'activité (règles de l'art, etc.).

Cette compétence juridique permet aussi de déterminer les paramètres d'exercice de l'activité d'information, en tant que service public, en établissant par exemple une obligation de déclaration publique concernant les dirigeants, les éditorialistes, les rédacteurs en chef, etc.

Cette compétence englobe la plus grande partie des matières relevant du droit civil ou du droit commun régissant les rapports entre les personnes et entre les entreprises. Cette compétence englobe un vaste ensemble de matières allant de l'organisation de la famille aux règles qui régissent les garanties hypothécaires. On vise ici toutes les relations pouvant se nouer entre des personnes ou entreprises. Ainsi, le droit de propriété, les obligations et les contrats comme les contrats de travail ou le contrat d'édition, la réglementation des professions, le commerce local, la protection du consommateur, la publicité, le transport local de même que la mise en marché dans les limites du territoire de la province relèvent de l'autorité législative des provinces.

En s'appuyant sur cette compétence, le Parlement du Québec pourrait mettre en place des mesures relatives au fonctionnement des entreprises de presse, les obligations respectives des professionnels de l'information et des entreprises, l'organisation des salles de rédaction, les garanties d'indépendance rédactionnelle face aux pressions publicitaires ou autres.<sup>101</sup>

Pour ce qui est de la propriété même des entreprises de presse, il s'agit également d'un domaine régi par le droit privé. À ce titre, il est tout à fait possible pour le gouvernement du Québec de régir, par voie législative, les conditions posées à un propriétaire d'entreprise de presse, à la condition de ne pas empiéter sur les pouvoirs fédéraux. Ici aussi, la question des juridictions constitutionnelles est affaire d'interprétation.

---

101 Voir P. Trudel, *La juridiction du Québec sur les entreprises de presse*, p. 5.

On peut poser que le Parlement d'une province a le pouvoir constitutionnel d'imposer des conditions relatives à la propriété des entreprises. Tant que l'entreprise de presse peut être envisagée comme exerçant une activité essentiellement locale à l'intérieur du territoire de la province, la législature peut en régir la propriété et les conditions d'exercice du droit de propriété sur ces entreprises.<sup>102</sup>

Une entreprise de presse peut entretenir des liens étroits avec une entité relevant de la compétence fédérale et demeurer sous la juridiction provinciale. Ainsi, le fait qu'une entreprise de presse publie des journaux qui sont diffusés, voire rédigés dans plusieurs provinces ne la transformerait pas en entreprise de compétence fédérale.<sup>103</sup>

En somme, il existe différents moyens législatifs ou réglementaires d'assurer la qualité, la diversité et l'accessibilité de l'information, y compris en fixant un cadre juridique large à l'intérieur duquel les partenaires du système de l'information, entreprises, journalistes et représentants du public, pourraient eux-mêmes déterminer les paramètres qu'ils estiment acceptables. Cette approche a été utilisée en 2001 par le ministère de la Culture et des Communications du gouvernement du Québec dans le cas des technologies de l'information pour lesquelles la loi aménage un cadre juridique qui balise la responsabilité des prestataires des services que ces dispositions recouvrent.<sup>104</sup>

Rien n'empêche les provinces de mettre en place des régimes particuliers afin d'organiser la responsabilité pour les entreprises de presse. Ce genre de législation peut viser l'organisation des médias, dans la mesure où l'on vise clairement une amélioration ou le maintien de la qualité de l'information et la prévention des activités portant atteinte aux droits des personnes. Dans la mesure où de telles lois encadreraient les conditions de leur responsabilité ou les façons de prévenir les actes fautifs, elles relèveraient de la compétence provinciale.<sup>105</sup>

Une autre approche d'intervention possible passe par le biais du droit du public à l'information, reconnu à l'article 44 de la Charte des droits et libertés de la personne

---

102 *Walter c. A.G. Alberta*, (1969) R.C.S., 383 ; *Morgan c. A-G Prince Edward Island*, (1976) 2 R.C.S., 349.

103 Voir P. Trudel, *La juridiction du Québec sur les entreprises de presse*, p. 5.

104 Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information, L.Q. 2001 c.32.

105 Voir P. Trudel, *La juridiction du Québec sur les entreprises de presse*, p. 7.

du Québec. À ce titre, une loi judicieusement libellée pourrait déterminer les obligations liées à la responsabilité civile des médias au titre du service public qui justifie leur existence.

On doit alors s'éloigner d'une conception classique et traditionnelle de la liberté de presse, qui remonte au XIX<sup>e</sup> siècle et tendre vers une définition plus large qui rejoint le concept de liberté de l'information, laquelle non seulement garantit une autonomie et une liberté aux journalistes et aux médias mais assure aussi une libre circulation de l'information entre les citoyens et à travers les médias. L'une des avenues à considérer, mais non la seule, consisterait à consacrer le statut fondamental du droit du public à l'information, en l'insérant dans la section des libertés fondamentales de la charte québécoise au lieu de le conserver dans la section des droits économiques et sociaux où il a une portée beaucoup plus relative. Une telle disposition aurait pour effet de confirmer l'importance que l'État accorde à l'information mais poserait l'exigence d'aménager le type de recours dont les citoyens pourraient se prévaloir pour l'exercer.

L'argument à l'effet que toute disposition réglementaire ou législative qu'initierait le gouvernement du Québec ne pourrait s'appliquer aux entreprises médiatiques de juridiction fédérale ne résiste pas à l'analyse du juriste Pierre Trudel :

Dans le cadre de l'exercice de ses compétences, une province peut régir de façon incidente les activités des entreprises relevant de la compétence fédérale. Ainsi, dans la mesure où, en substance, une législation provinciale ne vise pas l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion, elle peut viser certaines matières intimement liées à la radio et à la télévision.

[...]

En somme, la législation provinciale ne saurait valablement toucher un élément essentiel de l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion. Par contre, les mesures provinciales qui ne sont pas, comme telles, destinées à s'appliquer à ces entreprises peuvent avoir un effet sur celles-ci. Par exemple, les règles du code civil ou d'autres lois provinciales énonçant les règles du droit commun applicable aux activités de communication pourront valablement lier les entreprises de juridiction fédérale. Une législation provinciale ne sera pas invalide du seul fait qu'elle peut influencer sur les décisions qu'ont à prendre ceux qui conçoivent les contenus ou ceux qui les diffusent. Il en irait autrement d'une mesure provinciale qui aurait pour effet d'entraver l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion dans ses aspects essentiels.

Il paraît en effet incompatible avec l'idée même de fédéralisme de situer dans le champ de compétence fédérale toute activité pouvant, au moindre degré, faire usage de la radiodiffusion ou de télécommunication. En ce domaine, comme dans les autres, les tribunaux identifient le caractère véritable de la mesure afin de déterminer le champ de compétence particulier auquel se rattache cette activité.<sup>106</sup>

Il ressort de l'analyse juridique des champs de compétence respectifs que la juridiction fédérale porte sur des champs spécifiques et qu'elle n'entrave pas les possibilités du gouvernement du Québec d'agir en certaines matières relevant de sa responsabilité, y compris sur certaines activités d'entreprises de juridiction fédérale, comme la radio ou la télévision, à la condition de ne pas avoir comme objectif premier de viser un champ de compétence fédérale. En dernière instance, il faut s'attendre à ce qu'un tiers, un juge en l'occurrence, soit appelé à statuer sur la légitimité de la démarche. En somme, conclut Trudel,

la compétence des législatures provinciales sur les entreprises de presse est relativement étendue. Cette compétence s'appuie principalement sur la juridiction générale des provinces de faire des lois sur la propriété et les droits civils. Il revient donc aux instances provinciales, de délimiter le statut des entreprises de presse au plan de leurs relations contractuelles ou de leur responsabilité civile.

[...]

Il ne fait pas de doute que le phénomène de la convergence rend plus difficile le départage entre les champs respectifs de la presse écrite et des activités de radiodiffusion et de télécommunications. Mais la convergence porte en elle des évolutions ayant pour conséquence de conférer une légitimité nouvelle au droit commun, celui qui s'applique à l'ensemble des activités. Cette légitimité renouvelée du droit commun relevant des provinces est souvent aux dépens des régulations plus intrusives des activités des médias découlant de législations comme la *Loi sur la radiodiffusion*.

Face au phénomène de banalisation des médias découlant du brouillage des distinctions entre les médias et de l'intérêt renouvelé à s'intéresser à ce qui est fait des environnements de médias, apparaît l'importance stratégique renouvelée du droit commun. Les activités se déroulant dans les environnements de communication paraissent de moins en moins susceptibles de faire l'objet d'une réglementation qui serait spécifique au médium. En revanche, il paraît admis que les actions présentant des risques ou susceptibles de porter atteinte aux droits et libertés relèvent des règles du droit s'appliquant à l'ensemble des activités, le droit commun. Si le droit commun relevant des provinces est adéquatement ajusté afin de répondre aux impératifs contemporains, la nécessité de mettre en place des mesures spécifiques à chaque environnement médiatique est réduite d'autant.

Si les provinces n'assument pas leurs responsabilités de façon proactive en matière d'environnement de communication, il y a un risque que le Parlement fédéral cherche à occuper ce champ en s'appuyant sur ses compétences en matière de radiodiffusion, de télécommunications et de commerce interprovincial. À cet égard, l'adoption, par le Parlement fédéral d'une loi sur la protection de la vie privée prétendant s'appliquer même dans les matières provinciales<sup>107</sup> préfigure d'une tendance qui pourra s'accroître si les provinces ne prennent pas les moyens d'ajuster leur droit commun aux nouvelles réalités. Il faut souligner que le Québec a montré à cet égard un grand dynamisme en adoptant des législations sur la protection de la vie privée et en adoptant une loi générale sur le cadre juridique des technologies de l'information. Un dynamisme

---

107 Loi visant à faciliter et à promouvoir le commerce électronique en protégeant les renseignements personnels recueillis, utilisés ou communiqués dans certaines circonstances, en prévoyant l'utilisation de moyens électroniques pour communiquer ou enregistrer de l'information et des transactions et en modifiant la Loi sur la preuve au Canada, la Loi sur les textes réglementaires et la Loi sur la révision des lois, L.C. 2000, ch. 5.

similaire en matière de responsabilité des médias permettrait de maintenir cette attitude proactive.<sup>108</sup>

---

108 Voir P. Trudel, *La juridiction du Québec sur les entreprises de presse*, p. 15-16.

En somme, si le gouvernement du Québec le décidait, il serait tout à fait fondé d'intervenir dans le domaine de l'information. Cette intervention pourrait prendre la forme d'une loi générale et vaste, dont les dispositions s'appliqueraient uniformément à toutes les entreprises de presse œuvrant sur le territoire, peu importe le statut constitutionnel des juridictions dont elles relèvent par ailleurs. Cette intervention pourrait s'appuyer sur le fait qu'il est de la responsabilité du gouvernement de s'assurer, au nom de l'intérêt public en matière d'information, que toutes les conditions nécessaires sont mises en oeuvre pour assurer la qualité, la diversité et l'accessibilité de l'information à l'ensemble de la population sur tout le territoire du Québec.

### **En résumé ...**

Un certain nombre de pays occidentaux sont intervenus, au cours des dernières années, dans le but de circonscrire la concentration des médias, un phénomène généralisé dans le monde occidental. Les mesures adoptées varient selon les situations et vont de lois limitant la propriété à des réglementations complexes visant à empêcher la propriété croisée ou à maintenir un équilibre des forces à l'intérieur de régions ou de bassins de population, définis comme des marchés de public cible. La plupart des interventions se sont avérées relativement inefficaces pour freiner la progression d'entreprises de plus en plus grandes, riches, voraces mais aussi fragiles.

L'approche, qui sous-tend le projet d'une intervention éventuelle du gouvernement du Québec, vise à circonscrire les effets potentiels de la concentration en assurant la qualité, la diversité et l'accessibilité de l'information à l'échelle du Québec tout entier. À ce titre, le fondement principal sur lequel repose la capacité juridique du Québec d'agir dans le domaine de l'activité médiatique ou de l'information est sa compétence en matière de propriété et de droits civils, ce qui inclut la responsabilité civile.

En plaçant le droit du public à l'information au centre de son intervention, le Québec se trouve légitimé, selon Pierre Trudel, un juriste réputé en matière de droit des médias, d'imposer aux entreprises de presse opérant sur son territoire des exigences touchant leurs modalités d'opération et leurs engagements envers le service public qu'elles sont appelées à rendre en matière d'information. Il revient en effet à l'État de veiller à la mise en oeuvre d'un droit qu'il a reconnu à ses citoyens, à travers la Charte des droits et libertés de la personne, et par conséquent d'encadrer un service public, au nom duquel se justifie l'existence même des entreprises de presse, à la condition de conserver par rapport aux journalistes et au contenu de l'information la distance respectueuse qu'exige le

principe fondamental de la liberté de la presse, reconnue à l'article 2b) de la Charte canadienne.

Une telle intervention implique toutefois que l'on s'éloigne de la conception classique et conservatrice, qui entoure la liberté de la presse, et qu'on tende davantage vers l'acception moderne de ce principe, reconnu comme fondement de la démocratie mais aussi comme exigence incontournable dans la dynamique d'une sphère publique saine et vivante.

Au-delà des particularités juridiques et du partage des compétences, qui servent depuis longtemps de prétextes pour tenter de justifier l'absence de volonté politique dans ce domaine, il reste que plusieurs experts s'entendent pour reconnaître qu'il existe un vacuum en la matière, résultat du manque de courage des gouvernements, tant fédéraux que provinciaux, depuis plusieurs décennies. Une loi générale et vaste, avec pour pivot la réaffirmation solennelle et formelle du droit du public à l'information, permettrait de respecter les principes de liberté et d'autonomie chers à notre société tout en s'assurant de mettre en place les dispositifs nécessaires pour assurer qu'au Québec soient préservées la qualité, la diversité et l'accessibilité de l'information.

## 2. Consultations

La question se pose donc à savoir : l'État doit-il intervenir dans le domaine de l'information? Doit-on envisager une réglementation alors qu'ailleurs, la tendance semble pencher vers la déréglementation, en particulier aux États-Unis? Est-il possible pour un État démocratique d'infléchir le cours des choses et de mettre en place des mécanismes destinés à assurer la qualité, la diversité et l'accessibilité de l'information, essentielles à la vie démocratique d'une société moderne?

Un des volets du mandat confié au Comité conseil portait sur une série de consultations qui ont été effectuées par la présidente et son adjoint auprès de plusieurs des principaux partenaires du monde de l'information, entre septembre et décembre 2002. Ces consultations ont permis de rencontrer des propriétaires d'entreprises, des plus importants conglomerats aux plus humbles médias, des éditeurs, des cadres gestionnaires et des administrateurs, appartenant soit à la presse écrite, quotidienne ou hebdomadaire, aux magazines ou aux médias électroniques.

Les consultations ont également permis de rencontrer un certain nombre de journalistes et d'assister au congrès annuel de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), fin novembre à Québec. S'y trouvaient réunis quelques centaines de journalistes représentant toutes les catégories de la profession et tous les médias. Enfin, des échanges ont eu lieu avec des experts dans le domaine qui, à un titre ou à un autre, ont apporté leur réflexion sur le sujet.<sup>109</sup>

Ces rencontres étaient destinées à recueillir l'opinion des personnes concernées au sujet d'une éventuelle intervention du gouvernement du Québec en matière d'information et des modalités spécifiques de cette intervention qui leur sembleraient souhaitables, acceptables ou, au contraire, absolument irrecevables.

Dans l'ensemble, nous avons été accueillis chaleureusement et presque toutes les personnes sollicitées ont généreusement accepté de discuter avec nous, chaque fois pendant au moins une heure, dans certains cas pendant une période beaucoup plus longue. Ces entretiens visaient à prendre le pouls de l'opinion auprès d'un petit groupe de personnalités du monde de l'information et les pages qui suivent tentent de rendre compte des avis recueillis et des impressions que les échanges ont suscitées, tout en respectant les engagements de confidentialité qui ont été pris.

### 2.1 Réactions face à l'intervention de l'État

La majorité des personnes interrogées se déclarent spontanément opposées à une intervention de l'État, au nom du sacro-saint principe de la liberté de la presse, reconnue par la Charte canadienne des droits et libertés. Le credo qu'on répète un peu

---

<sup>109</sup> On trouvera à l'Annexe 8 la Liste des personnes rencontrées ou consultées.

partout dans le milieu est le suivant : l'autoréglementation vaut toujours mieux qu'une loi.

De prime abord, l'ordre des choses qui prévaut au Québec en matière d'information semble convenir à plusieurs intervenants et, selon eux, une intervention correspondrait à une intrusion dans un système qui fonctionne bien et qu'il faut donc garder intact. Dans certains cas, on estime qu'aucune situation, concentration ou pas, ne justifierait une telle intervention; rien ne semblerait menacer à ce point la qualité et la diversité de l'information au Québec. D'autres estiment qu'en dépit des inquiétudes que peut susciter la situation actuelle, celle-ci ne justifie pas que soit envisagée une démarche qui consisterait à franchir une frontière au-delà de laquelle une société démocratique court un autre type de danger face à un État qui s'immiscerait de ce fait dans l'engrenage sensible de l'information.

Les inquiétudes du public face à la question de la concentration de la presse sont légitimes, nous a-t-on dit, mais y a-t-il un véritable problème? Certains affirment qu'il faut éviter d'imaginer des scénarios de catastrophe pour légitimer une intervention du gouvernement. Même s'il y lieu de s'inquiéter, affirment-ils, c'est au plan commercial que la concentration de la propriété des médias pose problème, non pas en ce qui touche à l'information. Du côté des entreprises, on réitère sa foi dans les lois du marché : il faut faire confiance au public (consommateur) et au jeu de la concurrence. En matière de pratiques commerciales, on invoque le fait qu'il existe des outils réels et efficaces permettant de sanctionner les écarts et de lutter contre les pratiques déloyales, notamment les tribunaux judiciaires, le Bureau de la concurrence ainsi que le CRTC pour les radiodiffuseurs et télédiffuseurs. Certains interlocuteurs estiment qu'il faut éviter de rompre l'équilibre et ainsi fausser le jeu de la concurrence; par conséquent, à leur avis, le gouvernement devrait s'abstenir d'agir de manière directive afin de préserver l'équité entre les joueurs.

En ce qui touche un éventuel contrôle des transactions, les résistances sont parfois très vives, en particulier de la part des entreprises qui estiment important de ne pas toucher à la propriété des médias, d'autant plus que le monde des affaires n'est guère porté à reconnaître au gouvernement une grande compétence dans ce domaine. On craint que, malgré des intentions louables, une intervention ne vienne ruiner des acquis importants pour tout un secteur d'activités. D'autres interlocuteurs estiment que le rôle du gouvernement devrait se limiter à garder un oeil vigilant sur la situation, sans préciser la forme ou la manière d'exercer une telle surveillance ni les suites à y donner.

Toutefois, il importe de souligner que dans la grande majorité des cas, après une heure de discussion sur les différents aspects du dossier, les interlocuteurs finissent souvent par admettre qu'ils comprennent les inquiétudes suscitées par les conséquences de la concentration et reconnaissent pouvoir accepter une certaine forme d'intervention, à la condition qu'elle ne brime en rien les libertés traditionnelles reconnues aux médias et aux journalistes en matière de contenu informationnel et d'autonomie éditoriale.

Par ailleurs, un nombre significatif de personnes jugent pourtant nécessaire l'intervention de l'État dans le dossier de la concentration, sans pour autant avoir d'idée bien arrêtée quant aux modalités. Cette intervention serait légitime en regard de l'intérêt public et devrait viser à affirmer l'importance dans une démocratie du droit du public à l'information, et à assurer sa mise en oeuvre à travers notamment la qualité, la diversité et l'accessibilité de l'information.

Même ceux qui expriment leurs inquiétudes s'entendent pour affirmer que si le gouvernement doit intervenir, il est important que ce soit de la façon la plus légère et la plus respectueuse possible des libertés fondamentales reconnues par nos chartes.

Si le gouvernement envisageait d'adopter une loi en matière d'information, tous les intervenants s'accordent à souhaiter que cette loi soit générale et vaste. Auparavant, il serait important de susciter un véritable débat public et de consulter les partenaires de l'industrie, sans quoi les principaux intéressés risqueraient de se mobiliser et de faire obstruction au projet. En somme, on finit par concéder qu'on pourrait accueillir favorablement une intervention de l'État à la condition d'avoir l'occasion de discuter des intentions du gouvernement avant que celui-ci ne procède.

Enfin un petit nombre d'irréductibles demeurent méfiants et sceptiques. Pour eux, toute mesure susceptible de porter atteinte à la liberté traditionnellement reconnue aux médias d'information constituerait une brèche inacceptable dans le dispositif démocratique sur lequel s'appuie la société québécoise. Animés d'une foi inébranlable dans l'équilibre des lois naturelles, ils choisissent de continuer à se fier aux rapports de force qui existent au sein de la société civile, les estimant suffisants pour assurer la qualité et la diversité de l'information.

## **2.2 Qualité, diversité et accessibilité de l'information**

Par ailleurs, plusieurs autres interlocuteurs rencontrés nourrissent de réelles inquiétudes qui, dans certains cas, s'accroissent au fil du temps. Dans certains cas, ces personnes étaient jadis de farouches adversaires d'une intervention de l'État qu'elles jugeaient contraires à la liberté de la presse. À l'appui de leurs opinions actuelles, elles invoquent souvent le fait que les dérives auxquelles on assiste présentement les amènent à modifier leurs positions antérieures et à souhaiter désormais qu'une forme de réglementation vienne poser des balises et assurer qu'une certaine qualité soit assurée en information. Les principales dérives qui semblent susciter l'inquiétude sont la confusion des genres, qui découlerait d'une concurrence acharnée pour gagner des cotes d'écoute, à la télévision notamment, l'uniformisation croissante de l'information à travers l'ensemble des médias, la « montréalisation » des contenus et des approches.

On cite aussi les carences qu'entraînent les difficultés de distribution en dehors des grandes villes et, plus spécifiquement, au-delà du corridor qui relie Montréal et Québec. La baisse de diversité des médias régionaux en inquiète certains, tout comme la

précarité permanente à laquelle sont réduites les entreprises indépendantes des grands conglomérats ainsi que les médias communautaires, tant dans la presse écrite qu'en radio ou en télévision.

À propos de distribution, la situation des hebdomadaires régionaux suscite plus d'inquiétude que celle des quotidiens, toutes proportions gardées. On s'inquiète de l'éventualité où certains de ces médias ne seraient plus assez rentables pour être conservés par les grandes chaînes qui en sont aujourd'hui les propriétaires et des conséquences au plan démocratique qu'entraînerait leur disparition.

Pour ce qui est des quotidiens, on reconnaît qu'il persiste des disparités flagrantes entre les régions centrales, dans le couloir reliant Montréal et Québec, par rapport au « déficit démocratique » de l'information dans les régions éloignées comme la Gaspésie, la Côte Nord, l'Abitibi.

Plusieurs interlocuteurs rencontrés se préoccupent sincèrement de la diversité des médias, du pluralisme des opinions et de la variété des genres, des traitements et des approches dans l'information. Les tendances actuelles qui résultent de la commercialisation ou de l'importance exagérée accordée aux aspects économiques dans cette industrie les amènent à souhaiter qu'un certain équilibre soit rétabli, que le paysage de l'information soit élargi et plus diversifié. C'est ainsi qu'on se tourne vers les médias indépendants des grandes chaînes et les médias communautaires, en souhaitant qu'ils aient des moyens suffisants pour relever le défi et qu'ils puissent devenir des partenaires dynamiques, capables d'offrir des alternatives intéressantes au plan de l'information. Dans le même ordre d'idées, on signale que si les sources d'information sont abondantes au Québec, on ne peut en dire autant des analyses et des dossiers qui offrent des mises en contexte de l'information. À cet égard, Télé-Québec, la télévision publique québécoise, pourrait assumer un rôle spécifique, non pas en s'insérant sur l'échiquier de l'information de première ligne, avec des téléjournaux par exemple, mais plutôt en proposant davantage d'émissions dites d'affaires publiques, dont le contenu permet de mieux comprendre l'actualité, d'analyser les différentes perspectives ou de fouiller des questions complexes.

## 2.3 Éthique et déontologie

Pour ce qui est de l'éthique et de la déontologie, l'autoréglementation apparaît à plusieurs comme le seul régime acceptable et compatible avec leur conception d'une société démocratique. Cette conviction en amène même certains à refuser l'idée que soit imposée à chaque entreprise de presse l'obligation de définir et de rendre publique sa politique éditoriale ou ses lignes directrices en matière d'information, une disposition qui leur semble superflue. Plusieurs grandes entreprises ou conglomerats disposent déjà de telles déclarations de principes et les présentent avec fierté. On peut supposer que leurs dirigeants n'auraient guère d'objection à ce qu'une telle exigence soit uniformisée à l'ensemble de l'industrie.

Plus les entreprises sont d'imposants joueurs sur l'échiquier médiatique, plus elles soulignent qu'on peut trouver au Québec une grande quantité et une grande qualité d'information, ce qui témoignerait de la capacité des entreprises existantes d'assumer adéquatement leurs responsabilités en ce qui a trait au service public qui constitue leur raison d'être. À leurs yeux, la diversité est telle que la situation de l'information au Québec leur apparaît nettement meilleure qu'il y a vingt ou trente ans.

L'idée de réunir tous les partenaires dans un forum multipartite où seraient discutées et adoptées de manière consensuelle les grandes règles de pratique en matière d'information ne semble guère réaliste, certains craignant qu'un tel agora ne se transforme en terrain de défoulement collectif. Mieux vaut préserver l'autonomie de chacun, nous a-t-on dit, quitte à faire des consensus sur les grands principes généraux. Dans la plupart des cas, on préfère se référer à une politique d'entreprise, à un code interne ou aux dispositions de la convention collective plutôt que d'être assujetti à un code unique et uniforme pour l'ensemble des médias.

Le monde de l'information est régi par la crédibilité propre à chaque média. Cette crédibilité, croit-on dans certains milieux, est définie par le public qui sert de régulateur quand, par ses choix, il vient cautionner ou infirmer tout changement de politique éditoriale. On se plaît à citer quelques exemples de ce mécanisme de régulation par le marché, comme les protestations qui, l'an dernier, ont finalement amené la haute direction de CanWest Global à modifier sa politique visant à imposer un éditorial unique dans tous ses quotidiens au Canada. Pour relativiser la portée des gestes du public, on pourrait répliquer que la direction de la même entreprise revient à la charge en annonçant son intention d'instaurer une coordination centralisée à partir d'un seul pupitre à Winnipeg qui assurerait la couverture d'événements nationaux pour tous les journaux de la chaîne.

## 2.4 Renforcer les mécanismes existants

Un large éventail de mesures susceptibles d'assurer tel ou tel aspect rattaché tant à la qualité qu'à la diversité et l'accessibilité de l'information a déjà fait l'objet de différents débats sur le sujet.

Au Québec, dans le monde de l'information, on connaît les principales mesures qui ont été prises au fil des ans dans le but de protéger l'autonomie professionnelle des journalistes, comme les conventions collectives par exemple, ou d'assurer le respect des standards de professionnalisme en journalisme, comme les politiques d'entreprise, les guides déontologiques et les contrats d'étanchéité des salles de nouvelles.

Au yeux de plusieurs, les syndicats de journalistes sont perçus comme les chiens de garde de la déontologie et leurs interventions ont permis de maintenir un niveau élevé de qualité dans plusieurs médias, en particulier dans les grandes entreprises. On signale que les comités paritaires prévus aux conventions collectives de certaines entreprises sont souvent des moyens efficaces de contrôle de la qualité de l'information.

Au chapitre de l'autoréglementation, nous avons rencontré une certaine unanimité au sujet du Conseil de presse du Québec, dont tous les interlocuteurs vantent les mérites et reconnaissent l'importance. Le Conseil de presse du Québec a fait un travail très appréciable, au cours des trente dernières années, en dépit de la faiblesse de ses moyens et de la précarité de sa situation. On veut y voir la preuve des mérites du régime d'autoréglementation, bien qu'une réflexion un peu plus poussée amène souvent à déplorer en même temps certaines faiblesses, comme le peu d'impact des décisions du tribunal d'honneur, le désintérêt que manifestent ses associations membres, la faiblesse des moyens qui lui sont accordés pour remplir sa mission et la faible diffusion de ses décisions, dû à l'absence d'obligation de les publier par les entreprises visées.

On s'entend aisément sur la nécessité de renforcer le Conseil de presse du Québec tout en respectant son indépendance, de rehausser le seuil de financement de manière à lui permettre de verser des salaires concurrentiels au président, au secrétaire général et au personnel, et d'obtenir un rayonnement accru et une crédibilité renforcée. Le Conseil de presse devrait envisager d'élargir son mandat et ses activités pour dépasser le strict examen des plaintes qu'il reçoit. L'idée de rendre obligatoire l'adhésion des entreprises et des journalistes au Conseil de presse ne soulève pas une grande opposition, puisqu'elle aurait pour effet de consacrer un état de fait. En fait, il semble que beaucoup d'attentes soient dirigées vers le Conseil de presse du Québec, tant de la part des entreprises que des journalistes, sans doute dans l'espoir inavoué d'éviter de cette manière d'autres mesures autrement plus coercitives.

## 2.5 Dissensions chez les journalistes

Pour ce qui est de la déontologie journalistique, on se réfère volontiers au Guide de déontologie adopté par la Fédération professionnelle des journalistes du Québec en 1996, après de longues discussions. Ce guide s'ajoute aux nombreux documents qui existent sur le sujet et son interprétation ne fait pas l'unanimité au sein de la profession. Depuis 1973, les plaintes touchant les pratiques journalistiques ou les manquements à la déontologie sont adressées au Conseil de presse du Québec, le tribunal d'honneur qui se trouve à jouer en quelque sorte le rôle d'arbitre de l'information.

La carte de presse a longtemps été émise par le Conseil de presse du Québec; elle est maintenant régie par la Fédération professionnelle des journalistes qui l'accorde à quiconque déclare gagner une majorité de ses revenus en exerçant une activité liée au journalisme dans une entreprise de presse reconnue.

Force est de constater que le flou qui entoure ces mécanismes de recours n'a pas manqué d'entraîner un certain laisser-aller au point où la FPJQ a décidé d'elle-même de soumettre à ses membres, lors du congrès annuel tenu à la fin novembre, un « Projet de loi sur le titre de *journaliste professionnel* ». Dans ses grandes lignes, la formule proposée par la FPJQ empruntait aux dispositions du même genre qui existent dans certains pays d'Europe, la Belgique, les Pays-Bas et le Danemark notamment. Ce projet visait surtout une reconnaissance légale du titre de *journaliste professionnel*, ainsi que la formalisation des droits et responsabilités incombant à tout *journaliste professionnel*, soit en emploi régulier ou à la pige (sous forme de contrat-type). Le projet prévoyait en outre les modalités de mise en oeuvre de telles dispositions : commission du titre, code de déontologie, Conseil de presse (au mandat élargi) et protection de la loi.

Bien avant que les journalistes réunis au congrès annuel de la FPJQ ne manifestent majoritairement leur opposition à toute forme d'encadrement ou de reconnaissance législative de leur statut professionnel, une telle idée ne gagnait pas beaucoup d'adeptes. Il semble que chez nous les journalistes se perçoivent non pas tant comme des « professionnels » au sens libéral du terme mais plutôt comme des employés d'une entreprise ou des pigistes indépendants. Ce statut est incompatible avec le genre de mesures qui ont été soumises par l'exécutif de la FPJQ au congrès de novembre dernier, en particulier l'adoption d'une loi, la reconnaissance du titre et l'obtention de privilèges afférents.

L'unanimité semble régner dans le milieu à l'effet que la FPJQ ne doit pas se transformer en un ordre professionnel au sens du Code des professions pas plus qu'elle ne doit devenir une association fermée, comme celles qui encadrent les praticiens de certains secteurs d'activité (agences de voyages, conseillers financiers, etc.). Il semble exister une très grande confiance dans la capacité des journalistes de s'autodiscipliner et de respecter les termes du Guide de déontologie qu'ils se sont donné en 1996. Selon plusieurs, une loi qui aurait pour effet de restreindre l'accès à la profession serait tout à

fait inacceptable et pratiquement plus dangereuse pour la démocratie qu'une loi restreignant la propriété ou la concentration des entreprises de presse.

Certains affirment que la culture journalistique étant très forte, si les journalistes réussissaient à s'autodiscipliner, par exemple en adoptant un code de déontologie commun à toute la profession, une telle mesure suffirait à garantir un niveau élevé de qualité dans leur travail. Même s'ils admettent qu'une telle uniformisation semble pour l'instant tout à fait irréaliste, sinon utopique, ils estiment qu'une intervention de l'État en la matière viendrait fausser les règles du jeu et créer des obstacles additionnels. En somme, des règles minimales sont peut-être nécessaires dans ce domaine, mais il n'appartient pas au gouvernement de les fixer.

À notre connaissance, c'est la première fois que le milieu journalistique du Québec va aussi loin dans la discussion au sujet des mécanismes d'encadrement de la profession et de formalisation de la déontologie.

Il nous semble que c'est un indice que la réflexion progresse et que les positions évoluent; d'aucuns, dans les rangs des journalistes, s'éloignent du credo traditionnel visant à réclamer à grands cris l'abstention absolue de l'État de toute forme d'ingérence en matière d'information. Plusieurs, surtout du côté des recrues dans la profession, réclament des modalités plus structurées d'encadrement de leur travail et des pratiques auxquelles ils sont soumis.

Toutefois, tel qu'en ont fait état les quotidiens, les journalistes réunis en congrès ont opposé un refus catégorique à l'idée d'être soumis à une loi ou à une forme de reconnaissance juridique de leur titre ou de leur activité professionnelle. On doit noter par ailleurs que cette apparente unanimité résulte du fait que le débat s'est engagé sur la question d'un projet de loi, ce à quoi s'objectent bon nombre de ceux qui se sont exprimés. Sur le fond cependant, soit l'exigence pour les journalistes du Québec de resserrer leur déontologie et de se sentir imputables afin de restaurer leur crédibilité auprès de la population, plusieurs positions favorables sont à signaler. Par exemple, une proposition a été soumise à l'assemblée générale de la FPJQ à l'effet que l'adhésion à la fédération devrait être assortie d'un engagement solennel à respecter le Guide de déontologie. Les journalistes ont aussi donné mandat à leur fédération de poursuivre la réflexion sur ces sujets.

Plus significatif encore, un sondage réalisé de manière tout à fait scientifique par une maison reconnue présente certaines contradictions avec les débats du congrès de novembre et l'impression générale qu'ils ont laissée.<sup>110</sup> Ainsi, selon certains résultats du sondage effectué auprès des membres et anciens membres de la FPJQ, rendus public à l'occasion du congrès, une nette majorité des 578 répondants estiment que le statut de journaliste doit être reconnu légalement (opinion exprimée à hauteur de 7,8/10) et que cette question doit constituer une priorité de la FPJQ (6,9/10). Les répondants ont même évalué que

---

110 On trouvera aux Annexes 11 et 12 les résultats des deux sondages effectués pour la FPJQ par Léger Marketing en novembre 2002.

la protection et la reconnaissance des droits, des intérêts et du statut des journalistes se classent en quatrième position dans l'échelle d'importance des attentes qu'ils nourrissent envers leur fédération professionnelle.

Enfin, certains officiers de la FPJQ, qui ont parcouru les régions du Québec au cours des derniers mois, rapportent qu'ils ont entendu, formulées par les journalistes en dehors des grands centres, de vives préoccupations touchant leur statut professionnel, la nécessité pour eux de bénéficier d'un cadre déontologique plus strict et de pouvoir œuvrer au sein d'entreprises qui seraient astreintes au respect de politiques éditoriales ou d'un code de déontologie explicite et public.

## **2.6 La responsabilité sociale des médias**

S'ils se fient largement aux lois du marché qui, selon plusieurs interlocuteurs, établissent d'elles-mêmes un équilibre aussi naturel que souhaitable, les plus importants joueurs sur l'échiquier n'en reconnaissent pas moins que leur statut et leur taille leur imposent des obligations morales et des responsabilités particulières.

Ainsi, certaines grandes entreprises se disent prêtes à contribuer au développement et à l'essor de petites entreprises indépendantes ou communautaires, au titre de la formation ou du partage des ressources par exemple. L'idée d'un fonds d'aide qui permettrait de redistribuer une partie des bénéfices provenant de la publicité plaît évidemment surtout aux médias communautaires ou indépendants des grands conglomérats. Les grandes entreprises, qui s'estiment déjà lourdement taxées, plus qu'ailleurs du reste, répugnent à l'idée de verser une redevance additionnelle à l'État, fut-elle pour encourager la concurrence à laquelle elles disent croire par ailleurs.

En effet, à cet égard on souligne que le Québec est l'une des seules provinces où subsiste une taxe de vente provinciale sur les produits d'information (quotidiens, magazines, etc.). Les entreprises se plaignent de ne bénéficier d'aucun allégement fiscal, comme c'est parfois le cas en Europe par exemple, ni de tarifs postaux préférentiels. Au moment des rencontres, on craignait aussi devoir cotiser au nom de l'effort de recyclage du papier, un dossier qui s'est réglé à la satisfaction de tous, semble-t-il.

L'idée qui sous-tend la responsabilité sociale des médias semble profondément ancrée dans la culture du monde de l'information au Québec même si l'interprétation qu'on en donne varie considérablement d'un interlocuteur à l'autre. Même si les uns et les autres ont tendance à se donner facilement bonne conscience, on sent chez les interlocuteurs une préoccupation par rapport à la nécessité de maintenir un équilibre, en information, entre des forces qui peuvent devenir contradictoires, celles du marché et de l'économie d'une part et celles découlant des besoins de la population et de la vie démocratique de l'autre.

Il n'est certes pas superflu qu'un rappel soit fait, à intervalle régulier, de l'importance du droit du public à l'information, de la signification qu'on lui prête dans la collectivité québécoise, ainsi que des obligations qui incombent aux entreprises et aux journalistes en regard du service public qu'ils doivent rendre à la société.

Il semble malheureusement que de manière assez généralisée, on ait tendance à associer toute forme d'intervention à une ingérence inadmissible tout en mésestimant la dimension symbolique qui peut accompagner la simple réaffirmation des grands principes auxquels tous adhèrent.

Enfin, les experts rencontrés divergent également d'opinion les uns par rapport aux autres. Si certains souhaitent qu'une intervention, respectueuse et réfléchie, permette à l'État de rétablir un peu d'équilibre dans le paysage médiatique québécois, au nom du bien public et de la démocratie, d'autres s'opposent farouchement à tout projet de cette nature en invoquant la liberté de la presse, principe constitutionnel qui, à leurs yeux, ne saurait souffrir aucune atteinte. Ces opposants inébranlables réitèrent leur entière confiance dans un système dont ils préfèrent tolérer les travers plutôt que de subir éventuellement des conséquences graves si jamais un régime autoritaire arrivait au pouvoir. Enfin certains croient que le rôle de l'État doit plutôt viser à établir un certain contrepoids à la commercialisation exacerbée de l'information, en subventionnant les initiatives indépendantes et communautaires, par exemple, ou à assurer la distribution de l'information dans les régions éloignées, au besoin sous forme de subvention directe.

On s'entend assez facilement pour attribuer à l'État la responsabilité de fournir les fonds nécessaires au développement d'alternatives en information, sous la forme, par exemple, de subventions qui défraieraient les coûts de formation ou même les salaires des journalistes professionnels dans les médias communautaires ou qui permettraient aux petites entreprises de se procurer des équipements technologiques plus perfectionnés.

### **En résumé ...**

La série de consultations qui constituait l'un des volets du mandat confié au Comité conseil a permis de rencontrer plusieurs propriétaires d'entreprises de presse, des gestionnaires, des cadres, des journalistes et des experts. Si la plupart des interlocuteurs se montrent authentiquement préoccupés de la qualité, de la diversité et de l'accessibilité de l'information au Québec, plusieurs font ressortir les bienfaits de la concentration, tant au plan économique que par rapport au droit du public à l'information.

La majorité des personnes rencontrées se déclarent d'emblée opposées à toute intervention de l'État en matière d'information. Toutefois, les résistances fondent assez rapidement et plusieurs admettent pouvoir accepter éventuellement une forme de réglementation en matière d'information, à la condition que soient respectés les principes fondamentaux de liberté de la presse et d'autonomie des journalistes.

Le régime d'autoréglementation semble préférable à toute forme de coercition. Il est possible d'envisager certaines mesures, comme des déclarations

de principe ou des codes de déontologie, dans la mesure où elles auraient le mérite de consacrer ou de formaliser un état de faits existant. Quant à l'instance de recours, on s'entend pour souhaiter un renforcement du statut, du financement et, par conséquence, de la crédibilité du Conseil de presse du Québec. L'obligation d'adhérer au tribunal d'honneur ne rencontre pas de grandes résistances.

En ce qui touche les journalistes, la majorité des personnes rencontrées s'opposent à la reconnaissance juridique d'un statut de professionnel ou à la transformation de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec en un ordre professionnel fermé ou une association dont l'accès serait réservé à certains. Les journalistes plus que d'autres tiennent à conserver à leur profession toute la liberté dont elle a joui traditionnellement et répugnent à l'assortir de devoirs et de responsabilités envers le public. Toutefois, selon les résultats d'un sondage récent, la majorité des membres semblent nourrir des préoccupations quant à l'image que la profession projette auprès du public et souhaiteraient que des mesures soient prises afin de resserrer l'encadrement de la déontologie et de rehausser les standards de professionnalisme à l'intérieur de la profession.

Enfin, par rapport à l'idée de créer un fonds d'aide à la presse indépendante, on sent une certaine résistance de la part des entreprises, qui se plaignent d'être déjà lourdement taxées et de ne bénéficier d'aucune mesure privilégiée, comme leurs homologues dans certains pays.

D'autres commentaires sont à l'effet qu'un tel fonds d'aide risquerait de servir à créer ou à soutenir artificiellement des entreprises qui ne réussissent pas à survivre d'elles-mêmes dans un marché concurrentiel. Dans le milieu de la presse indépendante ou communautaire, on croit qu'il importe de mettre en place des moyens de favoriser l'émergence d'un secteur parallèle viable, dynamique et actif, susceptible d'être considéré comme un partenaire essentiel à l'équilibre de l'information au Québec.

## **Conclusion**

De l'ensemble de la démarche effectuée au cours de l'automne pour remplir le mandat confié par la ministre au Comité conseil, il ressort que la question de la concentration des entreprises de presse demeure un sujet délicat, qui soulève encore et toujours les plus vives passions et suscite les positions les plus enflammées.

Si l'opinion de certains n'a pas bougé d'un iota au cours des vingt ou trente dernières années, s'accrochant de manière inflexible au credo libéral de l'absolue autonomie des médias, plusieurs autres partenaires du monde de l'information ont passablement modifié leur position au fil des ans. Le phénomène lui-même est difficile à cerner désormais, vu les facettes multiples qu'il prend et les changements très fréquents qui rendent très mouvant le portrait qu'on tente de dresser de la situation.

Les audiences de la Commission de la culture, il y a deux ans, n'ont pas permis de dégager de consensus. Toutefois, les consultations que nous avons effectuées auprès des principaux intervenants dans le domaine, de même que la relecture de certains mémoires déposés à l'hiver 2001, révèlent que sur plusieurs aspects, il est possible de rallier tous les partenaires de l'information au Québec. Il restera toujours d'irréductibles opposants à toute forme d'intervention de l'État, du côté de ceux qui veulent continuer de croire à tout prix aux mérites et à l'efficacité des forces du marché et de la concurrence.

Un des changements qui bénéficierait le plus au Québec est associé à la conception qu'on se fait de l'information elle-même, du phénomène de la concentration des entreprises de presse et du droit du public à l'information. À cet égard, il semble essentiel qu'une intervention éventuelle de la part du gouvernement du Québec s'accompagne d'un vaste débat destiné à conscientiser tous les partenaires, tant les entreprises que les journalistes et la population, à la nécessité de redéfinir l'information non pas uniquement comme un produit commercial lancé sur un marché de consommation mais surtout comme un service public essentiel à la vie démocratique. La logique économiste qui s'impose comme paradigme dominant dans l'analyse de ces questions nuit à une autre vision, celle de l'information en tant que service public. C'est pourtant dans cette perspective, celle du service public, qu'il apparaît évident que la responsabilité revient à l'État d'assurer, au nom du bien commun, que soient mises en oeuvre les modalités d'actualisation du droit à l'information, qu'il a lui-même reconnu à ses citoyens.

Il est clair qu'une éventuelle intervention de la part du gouvernement du Québec doit rencontrer, en partie du moins, une opinion publique favorable. Déjà, on peut sentir dans la population une certaine inquiétude quant aux effets potentiellement négatifs découlant de la concentration des entreprises de presse.

Ainsi, le sondage effectué auprès du public pour la FPJQ par la firme Léger Marketing en novembre 2002 indiquait que 53 p.c. des personnes interrogées, sur un échantillon d'environ 1000 répondants, estimaient que l'exemple qu'on leur citait d'un regroupement de médias au sein de la même entreprise (Quebecor) pouvait avoir un impact négatif sur la qualité de l'information diffusée au public.<sup>111</sup> Le même sondage révélait également qu'une portion importante des répondants, soit 40 p.c., estimait que le gouvernement du Québec doit « intervenir lorsque des problèmes se posent dans les organes de presse ».<sup>112</sup>

Quand on les place en rapport avec d'autres données, de telles réponses laissent voir qu'il existe une réelle préoccupation dans au moins une partie importante de la population. En effet, même si 80 p.c. des répondants au sondage de novembre se disent satisfaits de la qualité de l'information qu'ils trouvent dans les médias, la moitié des mêmes répondants, soit 50 p.c., estiment que les journalistes « devraient se sentir davantage responsables de la qualité de leur travail ».<sup>113</sup> En ce domaine, on ne devra jamais attendre qu'une écrasante majorité de la population manifeste son insatisfaction ou ses préoccupations face à l'information. Un grand nombre d'études de toutes sortes démontrent en effet les liens étroits qui s'établissent entre les goûts exprimés par le public et les produits d'information que les entreprises offrent sur le marché. C'est seulement dans une perspective à très long terme qu'on peut envisager qu'à travers des activités systématiques d'éducation aux médias, à tous les niveaux des programmes d'enseignement, entre autres, on pourra modifier la culture du public face à l'information et susciter une vigilance accrue ainsi qu'un esprit critique.

L'inquiétude soulevée par la vague de transactions depuis deux ou trois ans crée une situation propice à la poursuite du débat amorcé et à une intervention de la part du gouvernement, à la condition qu'elle soit respectueuse des libertés fondamentales et qu'elle s'appuie sur la concertation de tous les intervenants du milieu, dans une démarche démocratique visant à harmoniser les intérêts des entreprises à ceux des journalistes et au bien public.

En conclusion, qu'il nous soit permis de rappeler que nous soumettons le présent rapport en toute humilité. Personne ne peut prétendre en quelques semaines procéder à une étude exhaustive ou approfondie d'un problème aussi complexe que celui des effets de la concentration de la propriété des médias. Il est clair qu'au Québec, des équipes de recherche sérieuses doivent procéder à des études rigoureuses de manière à permettre de véritablement comprendre l'ampleur et les multiples facettes du phénomène. Notre travail a consisté essentiellement à réfléchir, malgré les contraintes de temps et de moyens, à quelques avenues que peut emprunter l'intervention d'un gouvernement qui aurait le courage d'initier les premières étapes d'une démarche qui doit nécessairement s'échelonner dans le temps.

---

111 Voir la question 8 du sondage effectué pour la FPJQ par Léger Marketing, en Annexe 12.

112 Voir la question 15 du même sondage.

113 Voir respectivement les questions 14 et 12 du même sondage.