

**Mémoire**

**du**

**Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP)**

**Dans le cadre de la consultation publique  
« Pour une information au service de l'intérêt public »**

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

**23 septembre 2011**

## Table des matières

Résumé .....	3
Préambule .....	4
Introduction .....	5
Historique .....	7
Il faut plus qu'un statut professionnel .....	8
Une loi nécessaire .....	9
Des avantages qui comptent .....	11
Qui est journaliste et qui ne l'est pas .....	13
Une réglementation québécoise pour contrer la convergence.....	15
Un budget suffisant.....	16
Pour un code de déontologie dans l'intérêt de tous .....	17
Transparence des décisions .....	17
Conclusion .....	17

## Résumé

1. Le SCFP estime que les recommandations du rapport Payette sur le statut professionnel de journaliste et le renforcement du Conseil de presse ne vont pas assez loin pour garantir aux Québécoises et Québécois l'accès à une information pluraliste et d'intérêt public.
2. Pour les syndiqués du secteur des communications que nous représentons, la situation actuelle commande une intervention de Québec pour obliger les entreprises de presse de compétence provinciale à adhérer au même code de déontologie que les journalistes professionnels.
3. L'application de ce code, écrit au terme d'une consultation, serait confiée à un nouveau Conseil de presse qui pourrait imposer des sanctions aux médias œuvrant au Québec ainsi qu'aux journalistes fautifs.
4. Les journalistes souhaitant obtenir un statut professionnel devraient dorénavant suivre une formation minimale, se soumettre à un test de déontologie du Conseil de presse et s'engager à respecter le code de déontologie.
5. En parallèle, le gouvernement devrait mettre en place des incitatifs suffisamment intéressants (crédits d'impôts, accès privilégiés, etc.) pour que les médias électroniques consentent à adhérer volontairement au Conseil de presse et, par conséquent, à appliquer le code de déontologie.
6. Une réglementation provinciale restreignant l'échange d'information entre les médias d'un même conglomérat serait aussi souhaitable pour limiter les effets de la convergence.
7. Enfin, le gouvernement devrait prévoir un financement accru du Conseil de presse pour lui permettre de réaliser son mandat élargi et renforcé.

## Préambule

1. Le Syndicat canadien de la fonction publique est heureux de participer à cette consultation publique du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine portant sur les moyens à mettre en place pour assurer aux Québécoises et Québécois une information d'intérêt public.
2. Le SCFP représente plus de 7000 travailleurs et travailleuses du domaine des communications au Québec et intervient depuis plus d'une décennie dans des instances publiques pour promouvoir non seulement les intérêts de ses membres, mais aussi ceux de la population en général.
3. Cette consultation nous tient particulièrement à cœur, puisque nous comptons parmi nos membres 500 travailleurs de l'information, dont près de 250 journalistes directement touchés par les orientations retenues par le Ministère. Ces journalistes œuvrent pour la plupart au sein des salles de nouvelles de grands médias québécois, notamment celles du Journal de Québec, de RNC Media à Gatineau, du Groupe TVA à Montréal – y compris LCN, Argent et TVA Sports – ainsi que des stations régionales de TVA à Québec, Sherbrooke, Trois-Rivières et Rimouski.
4. L'information qu'ils produisent s'adresse chaque jour à la population du Québec, et, conséquemment, aux 110 000 membres du SCFP dans la province. Ces membres sont inquiets des effets de la concentration de la presse, de la convergence des médias ainsi que des pressions économiques et professionnelles exercées sur les journalistes, c'est pourquoi ils ont confié au SCFP le mandat de s'assurer que la démarche entreprise par la ministre Christine St-Pierre, avec le rapport Payette, ne reste pas lettre morte.
5. Le SCFP souhaite être entendu dans le cadre de cette consultation, lors de l'audience publique prévue à Montréal, le 11 novembre 2011.

## Introduction

6. Bien que préoccupé depuis de nombreuses années par le manque de diversité dans les nouvelles locales et la « montréalisation » de l'information<sup>1</sup>, le SCFP a choisi de concentrer ses commentaires sur la première des orientations retenues par le Ministère, soit celle portant sur la mise en place d'un nouveau modèle de régulation des médias québécois.
7. Alors que la grande majorité des journalistes applique les règles de déontologie du métier avec fierté – afin de permettre à la population d'avoir toutes les informations pertinentes en main pour prendre position sur les enjeux politiques, sociaux et économiques qui les entourent –, certaines entreprises de presse poursuivent, pour différentes raisons, des objectifs qui sont en contradiction avec ces principes.
8. Depuis quelques années, nos membres nous disent d'ailleurs avoir de plus en plus de difficulté à effectuer leur travail dans le respect des règles déontologiques généralement admises par le milieu, en raison notamment de la pression du temps, de la commercialisation accrue de l'information et de la compétition que se livrent les grands empires médiatiques.
9. Les journalistes que nous représentons sont des employés travaillant sous les ordres de leurs patrons, à l'instar de tous les autres travailleurs, et leurs principes déontologiques facultatifs ne font plus le poids face aux directives corporatistes contraires aux règles de pratique qu'ils veulent bien s'imposer.
10. Nous ne sommes pas les seuls à le dire. Comme le souligne Marc François Bernier, professeur titulaire de la Chaire de recherche en éthique du journalisme à l'Université d'Ottawa, le journalisme « ...s'exerce de plus en

---

<sup>1</sup> Voir les mémoires du SCFP, du CPSC et du Syndicat des employé(e)s de TVA soumis au CRTC, Avis de consultation de radiodiffusion 2009-113 et 2009-411, mars et septembre 2009.

plus dans un contexte d'entreprise qui impose des limites à l'autonomie des journalistes en plus d'encourager certaines pratiques<sup>2</sup>. »

11. Avec le retrait des médias de Quebecor du Conseil de presse, les clauses professionnelles des conventions collectives sont devenues le dernier rempart des journalistes contre les atteintes à leur autonomie professionnelle, rempart qui tend à se fragiliser au fil des négociations collectives compte tenu de la volonté des employeurs d'imposer leurs façons de faire. Il faut ajouter à cela que les journalistes renoncent la plupart du temps à les faire respecter, une telle action pouvant mettre en péril leur emploi, leur progression dans l'entreprise ou leur carrière. En conséquence, les dirigeants des médias ne se préoccupent bien souvent plus de les appliquer.
12. Par ailleurs, les journalistes travaillent maintenant aux côtés de communicateurs professionnels qui ne se soumettent pas tous au respect des mêmes normes éthiques et déontologiques, et à qui les médias accordent autant, sinon plus, d'espace ou de temps d'antenne.
13. Ce mélange des genres est pour le moins inquiétant lorsque l'on considère que l'information est un bien public, censé enrichir les débats de toute société démocratique, et que la population n'est pas toujours en mesure de distinguer entre l'information journalistique – vérifiée, traitée avec équité et intégrité – et l'expression d'idéologies ou d'opinions personnelles par des communicateurs dont les intérêts ne sont pas toujours déclarés. Il faut dire que ces genres sont souvent entremêlés au sein d'un même produit médiatique (journal, bulletin de nouvelles, site Internet) et que pour le lecteur ou le spectateur, communicateurs et journalistes sont automatiquement drapés de la même aura de notoriété dès lors qu'ils s'expriment publiquement dans un média de masse.
14. Le SCFP croit donc, tout comme le groupe de travail présidé par Dominique Payette, que l'État doit maintenant intervenir « ...pour permettre au

---

<sup>2</sup> Marc-François Bernier, « La campagne de Quebecor contre la SRC/CBC transgresse l'éthique et la déontologie du journalisme », [www.projetj.ca](http://www.projetj.ca), 15 septembre 2011.

public de bien départager les journalistes professionnels des communicateurs professionnels ou amateurs et (...) protéger les conditions de pratique du journalisme...<sup>3</sup> » et, par conséquent, la mission sociale fondamentale de l'information d'intérêt public.

## Historique

15. Actuellement au Québec, il n'y a qu'un seul organisme pour recevoir les plaintes et juger du travail fait par les médias en matière d'information : le Conseil de presse.
16. Organisme à but non lucratif indépendant, le Conseil de presse est né, en 1973, de la volonté des médias d'éviter une intervention législative de Québec alors que les syndicats et les associations de journalistes luttent pour l'indépendance professionnelle dans le contexte de l'émergence des premiers grands groupes de presse.
17. En adhérant volontairement à l'organisme (créé de concert avec les journalistes), les médias québécois se sont alors engagés à appliquer des règles journalistiques communes qui venaient baliser l'exercice de leur liberté d'expression et de leur droit de gérance, le tout dans l'intérêt du public.
18. Chien de garde de ce pacte social, le tribunal d'honneur du Conseil de presse – formé en proportions égales de patrons, de journalistes et de citoyens – s'est donné le pouvoir de juger les plaintes reçues sur le traitement de l'information, de rendre des décisions et de blâmer publiquement tout journaliste ou entreprise médiatique qui contrevient à l'éthique ou à la déontologie journalistique.
19. Un pouvoir qui s'est émoussé depuis que les médias de Québecor – qui publient ou diffusent plus de 40 % de l'information consommée par les Québécois – ont

---

<sup>3</sup> Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec, « L'information au Québec : un intérêt public », 26 janvier 2011, 130 p.

commencé à quitter le Conseil de presse en 2008, le menaçant même, l'an dernier, de « ...poursuite et d'une demande d'injonction s'il persiste à examiner des plaintes sur le travail de ses différents médias<sup>4</sup>. »

20. Le Conseil de presse a continué son travail d'examen des plaintes touchant les médias de Québecor malgré tout, mais force est d'admettre que le consensus vieux de plus de 35 ans entre les médias et le milieu journalistique ne tient plus. Le droit de gérance et les intérêts corporatifs reprennent donc le pas sur l'indépendance professionnelle des journalistes, ce qui met à risque l'information pluraliste et d'intérêt public dont toute société démocratique a besoin pour progresser.

### **Il faut plus qu'un statut professionnel**

21. Selon nous, la proposition du rapport Payette de créer un statut de journaliste professionnel facultatif ne va pas assez loin, puisqu'elle évacue toute responsabilité des médias pour faire reposer sur les seules épaules des journalistes le respect d'un éventuel code de déontologie.

22. Or, pour avoir un quelconque effet sur la qualité de l'information au Québec, le statut professionnel devra être adopté par une majorité de journalistes et, surtout, être accompagné d'une obligation pour les entreprises médiatiques d'adhérer aux mêmes règles déontologiques. Il s'agit selon nous d'une condition *sine qua non* du succès de toute l'opération.

23. À défaut d'une telle obligation, le SCFP pense que les journalistes seront très peu nombreux à vouloir du titre professionnel, puisque ce dernier les placerait dans une situation intenable par rapport à leur employeur. Il faut rappeler ici que les règles du droit du travail contraignent tout employé à obéir à son employeur et à se plaindre ensuite, sous peine de sanctions disciplinaires.

---

<sup>4</sup> Stéphane Baillargeon, « Médias – Québecor Media menace le Conseil de presse », Le Devoir, 15 septembre 2010.

24. Ainsi, un journaliste professionnel qui refuserait l'ordre de son patron de traiter une nouvelle en contravention du code de déontologie qu'il s'est engagé à respecter s'exposerait à une mesure disciplinaire – et, éventuellement, à la perte de son emploi – sans bénéficier de l'appui d'un ordre professionnel.
25. *A contrario*, un journaliste qui accepterait d'exécuter un ordre de son patron contraire au code pourrait être sanctionné par l'organisme de gestion du titre professionnel. Une sanction qui, dans le modèle du rapport Payette, pourrait aller jusqu'à la perte de ce titre.
26. Une telle éventualité, catastrophique pour la réputation du journaliste, représenterait un retour à la case départ par rapport à la situation actuelle. Au bout du compte, des journalistes risqueraient de voir leur carrière entachée pour avoir choisi de protéger leur gagne-pain et la question de l'information d'intérêt public ne serait pas davantage assurée.

### **Une loi nécessaire**

27. Dans un environnement médiatique où l'autoréglementation ne fonctionne plus, le SCFP estime qu'une seule avenue s'offre aux Québécoises et Québécois : une loi pour garantir à la population une information d'intérêt public, accessible, pluraliste et de qualité.
28. Dans un monde idéal, la loi que nous proposons nécessiterait le rapatriement des pouvoirs du fédéral en matière de communications afin que toutes les entreprises médiatiques y soient soumises. Dans la réalité toutefois, une telle démarche n'est pas pour demain et comme nous croyons qu'il faut agir rapidement, nous privilégions une stratégie progressive qui tient compte des contraintes juridictionnelles entre Ottawa et Québec.
29. Cette loi comprendrait la création d'un nouveau Conseil de presse indépendant dont le tribunal administratif à composition tripartite (médias, journalistes et

public) aurait ultimement un pouvoir de sanction envers les entreprises médiatiques et les journalistes professionnels.

30. Tous les médias de compétence provinciale (presse écrite) devraient y adhérer et s'engager par le fait même à respecter son code de déontologie, ce qui permettrait de rétablir l'équilibre entre journalistes et entreprises de presse dans la production de l'information.

31. La mission du nouveau Conseil de presse aurait quatre volets :

A. Pour les journalistes : gérer le titre professionnel et émettre une carte de presse aux journalistes acceptant de respecter le code de déontologie.

Pour les médias : accorder une marque de certification (une sorte de norme ISO de l'information) aux entreprises médiatiques qui acceptent de mettre en application ce même code;

B. Recevoir et juger toutes les plaintes, de quelque provenance que ce soit, concernant l'information publiée ou diffusée au Québec. Soumettre ces plaintes à son tribunal administratif qui aurait le pouvoir de sanctionner graduellement les médias ou les journalistes fautifs, jusqu'à leur retirer leur certification ou leur carte de presse ainsi que les avantages qui y sont associés;

C. Offrir une formation continue en lien avec l'application du code de déontologie ainsi qu'un service-conseil en éthique et déontologie aux journalistes et aux médias.

D. Mettre en place des campagnes de sensibilisation et d'information du public afin que tous les citoyens soient au fait de la signification du logo de certification des médias et du titre de journaliste professionnel. Le Conseil devrait aussi éduquer la population à l'information de qualité et publiciser la façon de porter plainte contre tout journaliste ou média. Un mécanisme de protection des journalistes qui dénonceraient une pratique fautive de leur employeur devrait aussi être mis en place.

32. Cette mission d'information du Conseil serait complétée par la production d'un rapport bisannuel dans lequel il ferait état de l'éthique et de la déontologie de tous les médias faisant affaire au Québec, qu'ils soient membres ou non du Conseil de presse. Cet exercice, une fois rendu public, permettrait à tous les citoyens de juger de la capacité des médias qu'ils consultent à offrir une information au service de l'intérêt public.

#### Des avantages qui comptent

33. Le SCFP insiste sur l'importance d'accorder des avantages alléchants et exclusifs aux entreprises certifiées afin de convaincre les médias électroniques relevant d'Ottawa d'adhérer au nouveau Conseil de presse.

34. Aucun incitatif fiscal ou monétaire à la production d'information d'intérêt public et de qualité n'existe présentement au Québec, outre les subventions aux médias communautaires. Or, nous croyons que ce type de programme serait de nature à convaincre les entreprises médiatiques de compétence fédérale d'adhérer au Conseil de presse et d'obtenir leur certification afin d'être sur un pied d'égalité avec leurs compétiteurs de l'écrit qui produisent, eux aussi, de plus en plus de documents électroniques diffusés sur Internet.

35. Ces avantages pourraient être d'obtenir :

- A. Un crédit d'impôt (ou tout autre avantage fiscal) pour la production d'une information d'intérêt public, accessible, pluraliste et de qualité qui satisfait aux normes du code de déontologie;
- B. L'accès exclusif à toute forme de subvention accordée par l'État dans le cadre d'un programme de soutien aux médias ou à la presse<sup>5</sup>;

---

<sup>5</sup> Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec, « L'information au Québec : un intérêt public », recommandation 11, 26 janvier 2011, 130 p.

- C. L'accès à une ligne sans frais *1-800 déontologie* pour trancher des litiges déontologiques avec ses journalistes professionnels dans le feu de l'action (en prévention plutôt qu'en réparation);
  - D. L'inclusion dans le calcul des dépenses de formation de la main-d'œuvre (1 %) du coût du perfectionnement offert aux journalistes professionnels par le Conseil de presse ou un établissement d'enseignement reconnu, ainsi que de la totalité du salaire des journalistes embauchés pour les remplacer pendant la formation.
  - E. Le préalable nécessaire pour proposer un ou des journaliste(s) professionnel(s) à toute tribune de la presse;
  - F. Le droit d'associer le logo de la marque de certification du Conseil de presse au logo de l'entreprise.
36. Pour les journalistes, l'obtention du titre professionnel donnerait accès aux avantages exclusifs suivants :
- A. Une carte de presse officielle;
  - B. Le droit d'utiliser le titre de « journaliste professionnel » ou une abréviation reconnue (ex. : j.pr.) – ce statut doit être visible pour permettre à la population d'identifier facilement les journalistes qui travaillent dans les règles de l'art;
  - C. La protection des sources professionnelles<sup>6</sup>;
  - D. Un traitement prioritaire des demandes d'accès à l'information à tous les niveaux de l'appareil gouvernemental<sup>7</sup>;

---

<sup>6</sup> Idem, recommandation 6.1, 26 janvier 2011, 130 p.

<sup>7</sup> Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec, « L'information au Québec : un intérêt public », recommandation 6.2, 26 janvier 2011, 130 p.

- E. L'accès à une ligne sans frais 1-800 *déontologie* pour trancher des litiges déontologiques avec l'employeur dans le feu de l'action (en prévention plutôt qu'en réparation);
- F. Le préalable nécessaire pour devenir membre de toute tribune de la presse<sup>8</sup>;
- G. L'accès gratuit au plumentif des tribunaux<sup>9</sup>;
- H. L'accès à du perfectionnement professionnel du Conseil de presse ou d'un organisme accrédité;
- I. Pour les journalistes professionnels indépendants, la possibilité de négocier collectivement des conditions minimales de travail en vertu d'un chapitre similaire à la loi québécoise sur le statut de l'artiste<sup>10</sup>.

### Qui est journaliste et qui ne l'est pas?

37. À quel type de travailleur de l'information devrait être accordé le statut de journaliste professionnel? Étant donné que les vocables employés sont différents d'un média à l'autre, nous ne ferons pas ici une énumération exhaustive de tous les types de travailleurs considérés comme journalistes. Nous préférons nous concentrer sur les attributs de base du métier pour les identifier, peu importe le titre d'emploi utilisé.

38. Le SCFP suggère donc la définition suivante du journaliste :

*Une personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée d'effectuer la recherche, la cueillette, la vérification, l'analyse, le traitement ainsi que la rédaction – ou la livraison orale – de toute information à être diffusée, le tout dans l'intérêt du public.*

---

<sup>8</sup> Idem, recommandation 6.4.

<sup>9</sup> Idem, recommandation 6.5.

<sup>10</sup> Idem, recommandation 2 (Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma).

39. Cette définition s'applique autant au journaliste œuvrant pour un grand média qu'au journaliste pigiste, peu importe la nature du média qui l'embauche (journal, télé, radio, Internet, etc.). Elle peut aussi trouver application dans le cas du journalisme d'opinion présent dans la presse écrite, car le chroniqueur doit passer par toutes les étapes du travail journalistique avant d'émettre une opinion. Ce travail, tout comme celui du reporter, est basé sur l'exactitude des faits, l'intégrité et l'équité du traitement journalistique : « Le journalisme d'opinion ne permet pas d'induire en erreur le public et de causer des préjudices injustifiés à qui que ce soit<sup>11</sup>. »
40. Pour obtenir le statut de journaliste professionnel, le candidat au titre devrait en plus avoir obtenu un diplôme collégial ou universitaire en journalisme ou en communications, ou encore, un baccalauréat dans une discipline pertinente (ex. : droit, sciences politiques, sociologie, sciences pures pour un journaliste scientifique, etc.). Lors de l'entrée en vigueur de la loi, tous les journalistes en pratique active depuis un certain temps (la période serait à déterminer, tout comme la façon d'accorder une équivalence aux journalistes pigistes ou temporaires) seraient réputés satisfaire au critère de formation.
41. Chaque journaliste devrait également suivre un cours sur la déontologie journalistique offert par le Conseil de presse ou un établissement d'enseignement reconnu, puis réussir le test du Conseil associé à ce cours.
42. Enfin, le journaliste devrait s'engager à respecter le code de déontologie. Un engagement qui sera d'autant plus facile à prendre si le ou les médias qui l'embauchent sont certifiés et eux aussi soumis au code.
43. Évidemment, puisque certains de ces critères sont sujets à interprétation (définition du journaliste, durée de l'emploi pour les journalistes précaires), un mécanisme d'appel devrait être prévu pour les personnes qui se verraient refuser le titre de journaliste professionnel.

---

<sup>11</sup> Marc-François Bernier, précité, note 1, p. 1.

44. Des sanctions devraient par ailleurs être imposées à toute personne qui utilise le titre de journaliste professionnel sans y être autorisée et à tout média qui lui permet de le faire, car une telle imposture induirait le public en erreur tout en accordant un avantage indu au communicateur et à l'entreprise en cause.

#### Une réglementation québécoise pour contrer la convergence

45. En parallèle, nous suggérons également que cette loi impose aux médias écrits des règles visant à limiter l'impact de la convergence sur l'information publiée et diffusée au Québec, pour compenser la disparition du « Code de déontologie et de conduite sur l'étanchéité et l'indépendance des salles de nouvelles<sup>12</sup> » imposée par le CRTC lors de l'achat du Groupe TVA inc. par Quebecor Media (QMI), en 2001. Ce code obligeait les journalistes des stations de télévision du groupe à travailler de façon totalement indépendante des salles de nouvelles des journaux de QMI.

46. Il a été remplacé, en 2008, par le « Code d'indépendance journalistique » du CCNR<sup>13</sup> qui permet, au contraire, le partage d'information entre les salles de nouvelles des différentes entités d'un conglomérat et autorise même leurs gestionnaires à « ...coordonner l'utilisation des ressources de collecte de l'information<sup>14</sup>. », autrement dit, les journalistes.

47. Par ce changement réglementaire, le CRTC a entraîné des modifications au mode de fonctionnement de plusieurs journaux du Québec, pourtant de compétence provinciale.

48. Le SCFP propose donc que le gouvernement québécois utilise la même stratégie d'intervention dans un domaine de compétence qui lui est réservé, la presse écrite, en créant un code limitant la mise en commun des effectifs et le

---

<sup>12</sup> CRTC, décision 2001-384, « Code de déontologie et de conduite sur l'étanchéité et l'indépendance des salles de nouvelles – Groupe TVA inc. incluant LCN et LCN Affaires », version amendée, 29 mars 2001.

<sup>13</sup> Conseil canadien des normes de la radiotélévision, « Code d'indépendance journalistique », annexe à l'avis public de radiodiffusion CRTC 2008-95, 20 octobre 2008.

<sup>14</sup> Conseil canadien des normes de la radiotélévision, « Code d'indépendance journalistique », annexe à l'avis public de radiodiffusion CRTC 2008-95, 20 octobre 2008.

partage des informations sous toutes leurs formes (données brutes, articles, reportages, entrevues, images, etc.) entre les médias d'un même conglomerat. Une telle décision aurait pour effet de favoriser la circulation d'une information diversifiée et d'intérêt public au Québec.

49. Les plaintes relatives à cette réglementation seraient elles aussi traitées par le tribunal administratif du Conseil de presse et le même système de sanctions progressives s'appliquerait.

#### Un budget suffisant

50. Évidemment, le budget du Conseil de presse devrait être ajusté, car le financement actuel ne suffirait pas à accomplir ce vaste mandat. Le gouvernement devrait donc mettre l'épaule à la roue pour s'assurer que le Conseil reçoive – en plus des cotisations annuelles versées par les médias membres et les journalistes qui adhéreront au titre professionnel – un montant à la hauteur de ses nouvelles responsabilités.

#### Pour un code de déontologie dans l'intérêt de tous

51. Quant au code de déontologie dont le nouveau Conseil de presse surveillerait l'application, nous estimons qu'il devrait faire l'objet d'une consultation auprès des groupes les plus représentatifs des journalistes (AJIQ, FPJQ, CSN, SFCP, etc.), des médias et de la population, tous réunis au sein d'un groupe de travail sur l'éthique et la déontologie journalistique.
52. Cette consultation serait menée par un comité formé de spécialistes universitaires de l'éthique et de la déontologie journalistique qui aurait ensuite pour mission de rédiger le code. Une fois complété, le document déontologique serait transmis au groupe de travail pour approbation et adoption finale.

## Transparence des décisions

53. En plus d'être sanctionnées, les entreprises de presse fautives seraient obligées de publier la décision rendue par le tribunal du Conseil de presse, ou à tout le moins, son titre ainsi que l'adresse Internet qui donne accès à la décision complète.
54. Les stations de télévision et les sites Internet d'information qui auraient volontairement adhéré au Conseil et à son code de déontologie pourraient avoir recours à la surimpression d'un bandeau défilant au bas de l'écran pendant quelques minutes, trois fois par jour. Dans le cas d'une rétractation, elle devrait être diffusée à la même heure ou à la même page que l'infraction commise, dans le cas des médias électroniques volontaires, ou apparaître à la même page que l'article original dans un journal.

## **Conclusion**

55. Il s'agit, nous en convenons, d'un programme ambitieux et beaucoup plus contraignant que le tribunal d'honneur actuel du Conseil de presse que Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec proposait de maintenir. Toutefois, nous estimons que dans l'état actuel des choses, il s'agit de la meilleure approche pour assurer, à l'avenir, le droit des citoyens à une information d'intérêt public.
56. La loi suggérée aurait pour avantage de confier à un seul organisme tous les aspects de la réglementation des médias et du travail journalistique. Et plutôt que de faire porter l'entièreté de la responsabilité déontologique aux journalistes, elle imposerait aux entreprises de presse d'assumer leur part de responsabilité, ce qui est tout à fait normal.
57. Le SCFP croit que les journalistes seront nombreux à accepter de se soumettre à un code de déontologie unique pour assurer aux Québécois une information d'intérêt public. Ils ne le feront cependant que si – et seulement si – les

entreprises médiatiques sont soumises aux mêmes règles. La clé du succès, à ce niveau, réside dans l'octroi d'avantages fiscaux ou monétaires suffisamment intéressants pour convaincre les médias électroniques d'adhérer au Conseil de presse et à son code de déontologie.

58. Il faudra aussi financer le nouveau Conseil de presse suffisamment pour que les réformes mises en place soient efficaces et que l'organisme soit vraiment en mesure de remplir son rôle de chien de garde de l'information.
59. Notre proposition, nous en sommes sûrs, en irritera certains qui y verront une intrusion de l'État dans le droit à la liberté d'expression dont découle le journalisme. Il faut cependant replacer les choses dans leur contexte puisque cette législation n'empêcherait personne de s'exprimer. Elle viendrait simplement officialiser les règles de pratique que les journalistes se donnent depuis des décennies et structurer l'accès au métier.
60. Le droit de gérance et les intérêts corporatifs de certaines entreprises médiatiques ont eu raison de l'autoréglementation des médias. Il est maintenant temps d'agir pour assurer l'accès des Québécoises et Québécois à une information fiable et d'intérêt public, facilement identifiable, qui contribue à la vitalité du débat démocratique.

\*\*\*FIN DU DOCUMENT\*\*\*