

35<sup>e</sup> anniversaire

## Actes du colloque

- L'avenir des conseils de presse
- L'état de l'information locale, régionale et nationale

Le 16 octobre 2008 à Montréal

**Conseil de presse**  
du Québec



Mesdames, Messieurs,

Dans le cadre de son 35<sup>e</sup> anniversaire, le Conseil de presse du Québec a tenu un colloque sur « l'avenir des Conseils de presse » ainsi que sur « l'état de l'information locale, régionale et nationale ». Les thèmes choisis ont permis aux participants de débattre de questions fondamentales.

En publiant aujourd'hui les Actes du Colloque, nous voulons remercier les animateurs, les conférenciers et les participants qui ont répondu à l'invitation du Conseil de presse. Nous souhaitons que la réflexion amorcée alors, se poursuive et qu'elle contribue à l'amélioration des conditions nécessaires à la liberté et à la qualité de l'information.

Nous tenons également à exprimer notre gratitude au ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine qui a fourni au Conseil un précieux appui financier.

---

Raymond CORRIVEAU  
Président

---

Guy AMYOT  
Secrétaire général

## Présentation des ateliers

Le Conseil de presse du Québec, lors de son colloque, a réuni plus de 70 personnes qui ont assisté à deux ateliers, portant sur « L'avenir des conseils de presse », ainsi que sur « L'état de l'information locale, régionale et nationale ». Cette journée a rassemblé des journalistes, des patrons de presse, des citoyens, des représentants d'organismes socioéconomiques, de syndicats et d'associations.

Le premier atelier, portait sur « **L'avenir des conseils de presse** ». Il aura permis une réflexion sur la déontologie journalistique et sur l'avenir des conseils de presse qui évoluent dans un monde médiatique en effervescence notamment par l'arrivée de nouvelles technologies. Des conférenciers de l'Angleterre, de l'Alberta et du Québec sont venus partager leur vision.

Le deuxième atelier, était consacré à « **L'état de l'information locale, régionale et nationale** ». Il exposa les constats et recommandations du rapport qui découla de la tournée entreprise par le Conseil de presse, dans les 17 régions administratives du Québec, par laquelle il a recueilli le pouls du public et des organismes socioéconomiques. Ces constats et recommandations ont donc fait l'objet de discussions entre les participants et les conférenciers invités et permettant ainsi, que cette démarche entreprise par le Conseil soit exposée aux journalistes, patrons de presse et au public.

La journée s'est terminée par un cocktail qui souligna les 35 années d'existence du Conseil de presse.

### Note :

Les actes de ce colloque reprennent les textes aimablement transmis par les intervenants ou retranscrits intégralement selon les enregistrements effectués lors de cette journée.

## SOMMAIRE

Allocution d'ouverture de M. Raymond CORRIVEAU, président du Conseil de presse du Québec	9
<b>Atelier 1 – « L'avenir des conseils de presse »</b>	
Animation : Mme Colette BRIN, professeure en journalisme, Département d'information et de communication, Université Laval	10
Allocution de M. William GORE, directeur des affaires publiques, <i>Press Complaints Commission</i> , Angleterre	10
Allocution de M. Ed KAMPS, président de l'Alberta Press Council	13
Allocution de M. Mario CARDINAL, ex-ombudsman de la <i>Société Radio-Canada</i>	16
<b>Interventions du public</b>	20
<b>Atelier 2 – « L'état de l'information locale, régionale et nationale »</b>	
Animation : M. Pierre MAISONNEUVE, journaliste, la <i>Société Radio-Canada</i>	31
Allocution de M. Raymond CORRIVEAU, président du Conseil de presse du Québec	31
Allocution de M. Marc LAROUCHE, journaliste pigiste	34
Allocution de M. Charles MICHAUD, président d'Hebdos Québec	36
Allocution de M. Bernard GÉNÉREUX, président, la Fédération des Municipalités du Québec	39
Allocution de M. François BOURQUE, président, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec	42
<b>Interventions du public</b>	51
<b>English version – Workshop 1 « The future of press councils »</b>	<b>69</b>
– <b>Question period</b>	<b>80</b>

## Atelier 1

- L'avenir des conseils de presse

9 h 00 – 11 h 00

### **Atelier 1 « L'avenir des conseils de presse »**

Cet atelier aura permis une réflexion sur la déontologie journalistique et sur l'avenir des conseils de presse qui évoluent dans un monde médiatique en effervescence notamment par l'arrivée de nouvelles technologies. Des conférenciers de l'Angleterre, de l'Alberta et du Québec sont venus partager leur vision.

#### **Allocution d'ouverture de M. Raymond Corriveau, président du Conseil de presse du Québec**

Bonjour et bienvenue au 35<sup>e</sup> anniversaire du Conseil de presse. Ce n'est pas à tous les jours que l'on fête un petit miracle, alors c'est un événement assez particulier. Nous sommes particulièrement heureux de vous voir tout le monde ici, autour de cette table que nous voulons partager entre tout le monde. Aujourd'hui, comme à l'habitude, le Conseil de presse va privilégier la parole, l'écoute et l'échange. Donc, vous avez remarqué qu'il y a des micros, je vais vous demander de les utiliser pour plusieurs bonnes raisons, d'abord la traduction simultanée. Nous avons besoin d'entendre vos propos. Quand on parle d'une journée orientée sur l'échange, vous me permettrez de faire un petit topo sur la journée. Ce matin donc nous avons une question fort importante, l'avenir des conseils de presse, qui sera suivi d'échanges.

À 11 heures, nous allons tenir une conférence de presse, alors c'est ni plus ni moins le public qui a la parole, puisque nous allons faire état de ce que les gens nous ont dit lors de la tournée. Cet après-midi, nous allons aborder un thème fort important pour le citoyen, qui est l'état de l'information locale, régionale et nationale. Et nous avons, en fin de journée un cocktail. On pourra continuer les échanges de manière informelle.

Je voudrais rappeler quand même qu'un 35<sup>e</sup> anniversaire du Conseil de presse, ce n'est pas arrivé par hasard. Il y a des volontés d'hommes politiques importants qui ont permis la naissance du Conseil de presse. Je pense à deux premiers ministres importants, monsieur Lévesque et monsieur Bourassa. Nous aurons toujours besoin d'une volonté de la société civile pour maintenir la présence d'un Conseil de presse fort et actif. En fait, si nous, nous replaçons dans les années 70, les gens voulaient trouver des balises pour encadrer le 4<sup>e</sup> pouvoir. La nécessité de toujours maintenir ces balises-là, est, à mon avis, plus importante et plus justifiée que jamais. Donc, la solution qui a été retenue, c'est l'autoréglementation, la création du Conseil de presse. Je rappelle à tout le monde que le Conseil de presse est tripartite, il y a des représentants du public, des journalistes et des entreprises de presse.

Ce petit miracle-là est aussi le témoignage de 35 ans de vie, c'est le témoignage d'une maturité du monde des médias et de la société civile en général. Nous sommes maintenant à près de 70 milles heures de bénévolat cumulées pour maintenir cette organisation citoyenne qu'est le Conseil de presse. Ce n'est pas rien. Le rendez-vous d'aujourd'hui a plusieurs visages, celui du 35<sup>e</sup> anniversaire, bien sûr. Nous avons aussi, à cette occasion, la chance d'avoir les représentants des conseils de presse du Canada que je me permets de saluer particulièrement. Bien sûr, nous avons la visite de la Grande-Bretagne, c'est aussi tout un honneur pour nous. Mais il y a, comme je le mentionnais tantôt, toute la question de la tournée. Le Conseil a connu des hauts des bas.

Le premier président du Conseil de presse, après 10 ans de fonctionnement avait écrit que : le défi d'avenir du Conseil de presse était son financement.

Vous savez, le Conseil de presse a été formé, il y a de ça 35 ans maintenant, et on avait créé une fondation à l'époque, on avait mis 800 000 dollars, la moitié de l'État, la moitié de fonds privés pour nous permettre de vivre.

Alors ça, c'était à l'époque où l'essence s'achetait au gallon et que le gallon coûtait 25 sous. Vous comprenez comme référence, ça vous donne un petit peu le genre de problème que l'on peut avoir au niveau du financement aujourd'hui. Donc, je pense que ça demeure toujours un défi et je pense que ça demeure un point essentiel à stabiliser.

Parler des hauts et des bas du Conseil de presse, c'est aussi parler de la nécessité de parler d'inventer notre avenir, alors sans plus tarder je vais demander à madame Colette Brin de nous aider avec ses invités à aborder ce point-là. Je vous remercie.

**Animatrice : Mme Colette Brin**, professeure en journalisme, département d'information et de communication, Université Laval

Merci beaucoup Raymond. Je me permets moi-même de vous souhaiter la bienvenue. J'arrive de Québec et je suis très, très contente d'être ici aujourd'hui et je suis d'autant plus contente, car je pense que le thème et les invités pour ce premier atelier sont particulièrement pertinents. C'est sûr qu'on ne peut pas regarder dans une boule de cristal et connaître l'avenir des conseils de presse, mais on peut regarder un petit peu ce qui se passe ailleurs dans le monde et donc un peu se comparer et se situer. J'ai l'impression, en ayant eu les notes des différents panélistes, qu'il y a des questions qui se posent, les mêmes questions qui se posent un peu partout. Alors, je vais vous présenter les participants à cet atelier. Nous avons d'abord monsieur William Gore qui est directeur des affaires publiques à la *Press Complaints Commission* britannique qui, sauf erreur, était le modèle pour le Conseil de presse à l'époque. Vous pourrez me corriger si je me trompe. M. Gore est en quelque sorte un professionnel des conseils de presse et un spécialiste du fonctionnement de ces organismes. Donc, il nous apportera l'expérience toute particulière et me semble-t-il dynamique et accessible de la *Press Complaints Commission*.

Nous avons aussi monsieur Ed Kamps, président du Conseil de presse de l'Alberta, et monsieur Kamps est arrivé au Conseil de presse, comme membre du public. J'ai lu qu'au préalable, il avait siégé à la Commission des bibliothèques publiques de Fort McMurray. Donc, il y a quand même un lien entre la mission des bibliothèques dans la diffusion de l'information et la mission des médias qui n'est pas inintéressante. Dans sa vie professionnelle, monsieur Kamps est un gestionnaire en ressources humaines, actuellement à l'emploi de la compagnie *Suncor Energy oil sands*. Il pourra nous expliquer l'expérience du Conseil de presse de l'Alberta et, encore une fois, les comparaisons pourront s'avérer intéressantes.

En terminant, nous recevons monsieur Mario Cardinal que certains d'entre vous, connaissez sans doute. Ancien ombudsman de la *Société Radio-Canada* et une longue carrière avec différentes responsabilités comme journaliste, réalisateur et cadre à la radio et à la télévision de *Radio-Canada*. Il a aussi enseigné à l'Université Laval et a participé énormément à la formation des journalistes. M. Cardinal est également l'auteur d'un ouvrage que je recommande et que je fais lire à mes étudiants qui s'appelle : « Il ne faut pas toujours croire les journalistes » et qui est un ouvrage tout à fait décapant et critique, mais en même temps inspirant, je pense, pour la question de la responsabilité des médias.

Alors, sans plus tarder, je demanderais à monsieur Gore de commencer par sa présentation.

*Allocution de M. William Gore, directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission*

Thank you. Good morning ladies and gentleman.

In a world where sea-levels are rising and economies are grinding to a halt, it takes a brave man to predict anything at all.

In the media world, technological advances and changing revenue streams are altering the way news and entertainment are produced, paid for and consumed. Time stands still for no-one and nothing. Press councils are no exception and if they are to move into the future with confidence, they must be open to refinement or even – in extremis – reformation.

Today, I will look at what the years ahead may hold for press councils and examine the most appropriate responses to the challenges they will face. I hope you will forgive me if I concentrate most closely on the experiences of the British Press Complaints Commission.

In order to consider the press council of the future, it is important to discuss briefly why it is that press councils exist in the first place. What, in short, is their function? To a certain extent the answer will depend from country to country or from state to state, depending on the precise historical, cultural and political context in which the press council finds itself.

However, it is widely agreed that media and press councils unusually have two central purposes. The first is to consider complaints from members of the public about the editorial content of the media (or at least, those media outlets that fall within its jurisdiction) and thereby to raise standards. The second is to defend, uphold or promote the rights of the media to freedom of expression. The two functions, which will often come into conflict, may be performed to differing degrees.

For instance, in the UK, the Press Complaints Commission – as the name suggests – sees its primary role as that of complaints-handler. Indeed, the PCC does not have an explicit mandate for the promotion of press freedom. Nevertheless, when adjudicating on complaints about press reporting, the Commission will clearly have regard to the rights of newspapers and magazines as well as the rights of individual or corporate complainants.

In the final analysis, the aim for all councils will be to achieve a balance between the competing claims I have referred to – those of individuals on the one hand and those of the media on the other. And in so doing, press councils will seek to raise standards of reporting and journalistic conduct, thereby reducing external pressure to limit press freedom excessively.

I would argue that these central functions are not negotiable. New functions may arise, but those which were the starting point for press councils will not disappear. Not only that, but they must not disappear since functionality is the key characteristic of all press councils.

That may not sound especially glamorous or indeed high-minded. It does, however, bring me to the crux of my argument this morning, which is that if press councils are to thrive in the future, they will have to put pragmatism to the fore.

And this is no kop out. We would all agree that ethical journalism is important, that freedom of the press is a principle worth protecting. But it is in practice rather than in theory that press councils go about their business and we must not shy away from recognising that it is by the practical benefits of our service that we are generally assessed. It is for good reason that the UK Press Complaints Commission administers a Code of Practice, rather than a Code of Ethics.

Fortunately, press councils are – if they accept the need for pragmatism – singularly well-suited to rolling with the punches and being adaptable to changing circumstances. This is not least because of the self-regulatory basis upon which most councils are founded and which ensures that change does not rely on the clunking machinery of government. Indeed, one of the consequences of press councils generally being a form of self-regulation is that they enjoy good levels of co-operation from the industry they regulate. And for the most part, therefore, the industry will be committed to making press councils work effectively – perhaps because it fears what would happen if self-regulation failed.

The experience of the United Kingdom certainly gives weight to the idea that pragmatism and co-operation are essential ingredients to press council success. The very existence and effectiveness of the

Press Complaints Commission are products of what might be regarded as the epitome of press council failure.

Press self-regulation in UK has existed since 1953, when the British Press Council was established. Its dual-remit was – in line with the norm – to raise press standards and protect press freedom and, for a number of years, it was relatively successful.

During the 1980s, however, there was a marked decline in standards of reporting and of journalistic behaviour, especially in the field of privacy. Politicians, parts of the press itself and the public at large took the view that things had to change. It was – on the part of the Press Council – a time to be flexible and pragmatic.

However, the opportunity was missed. This was partly because the press was fractured and would not unite in co-operating with the system; but that in itself was a product of a lack of foresight among those who ran the Press Council itself.

For instance, the lack of a written Code of Ethics or Practice meant there was little consistency to the Council's rulings. And the Council's acceptance of complaints from "third parties" sometimes left it with egg on its face when it turned out that those who were the subject of the stories in question were perfectly happy with the coverage. The Press Council may well have been suited to the gentler atmosphere of the 1950s but its inability to move with the times during the '70s and '80s led to its downfall.

By 1990, the government had had enough and called for the disbandment of the Press Council. It told the press that it had one further chance to make self-regulation work or state regulation would be inevitable. As a result, the Press Complaints Commission, or PCC, was set up a year later – complete with Code of Practice and tighter procedures. Even 17 years on it is the threat of statutory controls that keeps press minds focussed and the fate of the British Press Council that keeps the staff of the PCC on their toes.

This bit of history is important because it helps to explain why we have done some of the things we have done over the last five years or so. In 2003 the PCC was coming under significant pressure from MPs, representative groups within civil society and certain sectors of the media. While there may not have been the same outcry about falling standards as there had been in the late '80s, there were obvious echoes of that time.

In 2003, however, we responded quickly. Measures were introduced to improve accountability; steps were taken to turn the PCC into a 24-hour a day service; the proportion of public members on the board of the Commission was increased; open advertising for lay Commissioners was introduced. The new PCC Chairman, Sir Christopher Meyer, said that these steps were part of a process of permanent evolution – a clear nod to need to be ever-watchful.

Indeed, since that difficult moment in 2003, the PCC has sought to deal with problems before even they arise. In particular, we acted to close what could have become a dangerous loophole in our regulatory reach – namely, audio-visual material on newspaper and magazine websites.

Being only a press, rather than pan-media, regulator, we have traditionally dealt with the printed word and still pictures (TV and radio being overseen by a separate regulator backed by legislation). However, newspapers have not been slow to exploit new technology and in 2006 we formally extended our remit to cover what is effectively broadcast material. The only alternative, given that government was unlikely to look kindly on the existence of such a lacuna, was that the statutory broadcast regulatory, Ofcom, would be asked to fill the gap. That would have had profound consequences for the freedom of the press.

As a result of all of these changes, the Commission is on a sounder footing now, perhaps, than at any other time in its history.

But it is not only in Britain that the need for flexibility and pragmatism has been recognised and acted on.

In Bosnia & Herzegovina, a Press Council was established in 2000 to regulate newspapers and magazines that were in a state of considerable flux following the country's civil war. To say that it had the full backing of the press would be an overstatement. In reality, it was an initiative by some in the international community, who were keen to avoid excessive state regulation. Nevertheless, it was one of the few genuinely national entities in what remained a divided nation.

By 2006, however, cracks were beginning to show and there was a realisation by many of those in the press and by those running the Press Council that it was no longer functioning effectively. As a result, and in a demonstration of extraordinary commitment to the concept, the Council was disbanded and then re-established along different lines. The absence of foreign input, which admittedly had been necessary in 2000, allowed the building of foundations that took into account the peculiarities of the Bosnian situation.

Elsewhere, the Swiss Press Council has worked for years to bring publishers into the fold, realising that it would be far more effective if newspaper management co-operated with the system, rather than fighting against it. In New Zealand, a gradual acceptance that the Press Council was outdated led to a major review, the results of which are currently being acted on. And in Germany, the Deutscher Presserat is working towards a remit extension that will allow it to regulate material on newspaper websites that has not appeared also in print editions.

It is no surprise that so many of these changes have happened in recent years. The speed and range of technological advances in the media is well-known and does not require further documentation here. But what is also clear is that press councils cannot bury their heads in the sand and hope that everything will turn out OK in the end. Just like any business, they have to stay ahead of the curve if they are to maintain their relevance.

But arguably, the existence of press councils is more relevant now than at any other time. The Internet raises innumerable questions about the accuracy of information and about the right of individuals to privacy. And, ironic as it may, the search for answers to those questions raises the hopes of those who wish to clamp down on traditional media freedoms.

In such circumstances, voluntary systems of self-regulation, which can balance competing rights appropriately and consistently, should be in their element. What we must ensure is that we are flexible when we need to be, and that we offer a service that is genuinely useful to complainants and journalists alike. That is not necessarily easy; there has to be the will to achieve these ends. But the key is to avoid idealism at the expense of functionality. For it is only through being effective in practical terms that we can hope to attain the ideals we have always set out to uphold. Thank you.

***Mme Colette Brin, animatrice***

Thank you very much for this reminder of what press councils are for and perhaps an optimistic look to the future as well. On va simplement enchaîner avec les présentations et on discutera de tout ça à la fin, si vous voulez bien. On réservera une période de discussion à la suite des présentations. M. Kamps.

***Allocution de M. Ed Kamps, président, Alberta Press Council***

Bonjour, c'est un plaisir d'être ici et de pouvoir parler des Press Councils. Congratulations to the Conseil de presse du Québec on their 35th anniversary.

What is the future of press councils? Perhaps the answer to this question depends on who is asking and why. While much of the Canadian public may not be aware of Press Councils, those who are aware support the aims and objectives and certainly everyone in this room is committed to these bodies.

There are dozens of press councils across the world, each with its own unique context and origins. The countries vary in size and power, ranging from developed countries such as Canada and the UK, to poorer countries such as Nepal. In the US, press councils are not as wide-spread, and tend to be media councils, rather than press councils. Several of the states have gone the ombudsman route, rather than press councils.

In Canada, there are differences across the provinces with respect to press councils, but these differences tend to be based more on procedures rather than on principle, as they all share a purpose of providing the public with a means to raise complaints and concerns about the news media.

The formation of press councils in Canada, on a voluntary basis, and free of any government involvement, was a major recommendation of the Special Senate Committee on Mass Media (also known as the Davey Report) which published its report in December, 1970. Press councils were seen as the best way to head off any government regulation, as well as offer a potential buffer from legal action. Several councils got their start in the subsequent decade, with the Alberta Press Council being established in 1972. Before this, there was no mechanism for handling complaints from the public, other than letters to the editor or in serious cases, legal action.

Press councils were reinforced with the release of the Kent report of 1981. The Kent Commission was established in response to a growing concern about the level of concentration in the newspaper industry and its potential for "homogenization of editorial content in the news" and lack of diversity of perspective in national and regional issues. The Kent Report reiterated the role of Press Councils and after the publication of the report; press councils were initiated in several other provinces.

More recently, the 2006 Senate Committee on the Canadian News Media stated that press councils "can make a valuable contribution to the practice of journalism"; although it noted that they are not well-known and tend to be reactive. The Senate Report recommended that "members of the press and other interested organizations work to strengthen and enhance the work of existing press and media councils."

We currently have six press councils, mostly organized along provincial lines, with the Atlantic Press Council more of a regional body. Press councils operate independently, although in the last year, the councils have had a couple of conference calls to share information. Even though press councils in Canada have a 30-35 year history, there is very little research into their structure, procedures, activities, or impact. There is no collection of data for national or regional trends, and historical records are not easily accessible.

The number of adjudications of public complaints in the country has declined in recent years. There are a number of possible reasons for this. While newspapers might suggest the decline in complaints is due to higher quality reporting and writing, it's more likely because readership levels continue to decline, the vast majority of readers do not know about press councils, or if they do, they do not feel it's worth their time and effort. As well, there seems to be a decline in the public's trust in newspapers. Newspapers are not seen to be the credible source of information that they once were. A 2003 survey by Canadian Media Research Consortium, and updated in 2008, found that public perceptions of accuracy have declined 7 % in the last five years, one third think newspapers cover up their mistakes and only one third think the news is fair and balanced.

Press councils will continue to operate in some form or fashion in the near term at least, but the question is: what will they be doing? What will they be known for? And longer term, will they fade away out of neglect, or will they continue to exist, primarily for their insurance value, warding off government regulations, or activist Human Rights Councils? Or might they evolve into something new in terms of terms of their purpose, their structure and their processes?

The first main factor is the level of newspaper readership generally. In many regions across the country readership is down. While the need for press councils is not numbers-driven, a general decline in readership may mean a smaller pool of citizens who may wish the assistance of their press council. The

act of reading the newspaper is no longer a regular part of the day for many people, particularly as many papers have discontinued home delivery. There is growth in on-line news readership, but will web versions of the news have same audience, and do they read the news in the same way?

A second factor is the knowledge of press councils by the public. Unfortunately, very few people know about press councils. In Canada the exception seems to be Quebec, perhaps due to a broader mandate which includes all the media, not just newspapers. In other countries, press councils seem to have a higher profile. For example, the Press Complaints Commission in the UK is quite well known. In 2008, the PCC traveled extensively throughout the country to meet with the public. In Canada, newspapers do not consistently advertise the existence of press councils in their region. The role of press councils is not included in the school curriculum, and there is little focus in journalism schools.

Third, very few people take the time and effort to voice their concerns, whether to politicians or press councils. Although every press council probably has its experience with a small handful of people who contact the council frequently, most people do not ever take action, particularly when they don't know what recourse they have. It seems people live busier lives, do not have the time to reflect on the complexities that confront them. Even our elections are witnessing lower turn-outs.

Another influence on the role and success of press councils is the level of financial support they receive. Creating public awareness takes time, effort, and money. However, funding for press councils comes from the newspapers themselves, except in Quebec where there is a broader base of funding sources. When times are tough, the news media, like any industry, looks at all costs quite critically. This is especially the case with new publishers who do not have the context or history of press councils. Currently there is no agreed-upon set of principles to guide funding of press councils. As well, the procedure for allocating the costs among the member papers varies from province to province.

A final factor influencing the future of press councils is their mandate and strategy. Will press councils be primarily passive, waiting for complaints from the public, or will they take on a more strategic and activist role, placing much more emphasis on educating the public and speaking out to government and other groups?

First, press councils must become more proactive. For too long, councils have been content to wait for complaints from the public to come to them. In *Yesterday's News – Why Canada's Daily Newspapers are Failing Us*, John Miller said of press councils: "They limit themselves to dealing, sometimes not very impartially, with complaints, filed by the relatively few members of the public who have the determination and stamina to wait up to six months for a hearing. Most councils do not undertake their own investigations, most deal with complaints on a case-by-case basis instead of drafting a comprehensive code of conduct for the press and publicizing it; none plays a role in training, research or development; nor, judging by the number of complaints and what happens to them does any council serve as much of a conduit for understanding or dialogue between the press and its public."

According to Don Sellars, former Ombudsman at *Toronto Star* and blogger at J-Source, a project of The Canadian Journalism Foundation, press councils are "under publicized, passive and largely ignored, press councils in Canada are falling off the public radar, and deservedly so. Their chairs are seldom interviewed or quoted on big journalism topics of the day. As a result, their input on issues from press freedom to privacy is minimal."

Second, the focus of councils needs to be broader than just adjudicating complaints. For example, two other roles of press councils frequently mentioned are to promote freedom of speech and access to information. Yet we hear very little from any of the councils on these topics, and there is little evidence in their websites to suggest that these are key strategies.

Third, how will we know if press councils are successful? Press councils must develop measures or indicators of success. For example, how long does it take to deal with a complaint, and is that time period getting shorter? What is the cost per complaint? Success should not be based on adjudications alone. If

public awareness is important, how many public education events were scheduled, how many people attended, and what increase in web traffic resulted?

Fourth, research and analyses of press councils needs to be strengthened. One key area worthy of analysis are the processes councils use to deal with complaints from the public. Greater efforts must be made to capture and make accessible the history and development of councils in Canada. Research into roles, activities and the impact of press councils would also be useful learning and a source for setting strategic priorities.

Fifth, press councils in Canada need to have a greater regional and national, and even international presence. This will only happen through greater collaboration among individual councils. On national issues and matters of federal legislation, the councils are not at the table, because they do not have a collective voice. No one speaks for them. Even at the regional level, press councils are generally quiet on issues dealing with the news media, freedom of expression or access to information.

Sixth, collaboration would increase the efficiency and impact of councils, by learning from each other, sharing effective practices etc. An "Alliance of Canadian Press Councils" would get greater visibility in campaigns to promote Right to Know Week, or Press Freedom Day, or in providing input into changes to the Canadian Human Rights Commission Act. An alliance of press councils (not a national press council) would allow for provincial or regional differences, but would be more effective in dealing with stakeholders such as the Canadian Association of Journalists or the Canadian Newspaper Association or individual newspaper chains.

Collaboration and interface with other relevant groups can go along ways to providing more relevance for press councils. Examples of other bodies with shared interests include the International Freedom of Expression Exchange, Reporters without Borders, and Article 19 (a human rights organization with a specific mandate and focus on the defence and promotion of freedom of expression and freedom of information worldwide).

There should also be greater collaboration with schools of journalism. Press councils need to be part of the curriculum in journalism and media studies programs.

In two years we meet again as a collection of press councils. What will be different? Will we have made any progress? If so, we need to take steps today.

Merci beaucoup. J'ai hâte de pouvoir poursuivre la discussion.

**Mme Colette Brin**, animatrice

Thank you very much, M. Kamps. So I think we have the beginnings of a discussion on whether press councils should be idealistic, pragmatic or a bit of both. Je cède maintenant la parole à monsieur Cardinal.

*Allocution de M. Mario Cardinal, ex-ombudsman de la Société Radio-Canada*

Samedi, je lisais mon journal, dans un de mes journaux, il y avait un titre dans *Le Devoir* qui m'a frappé, c'était ceci : « La Cour d'appel maintient les restrictions aux médias dans les palais de justice ». Au créneau, il y avait d'un côté, j'imagine des avocats de la défense, de l'autre des avocats représentants des entreprises de presse et la Fédération professionnelle des journalistes. J'aurais aimé voir le Conseil de presse engager une réflexion sur un sujet comme celui-là. Je signale ce point parce que nous assistons de plus en plus, je l'ai vécu à *Radio-Canada*, et ça se manifeste dans d'autres entreprises de presse, nous assistons à une judiciarisation du droit du public à l'information. Or, dans une cause comme celle que j'évoque, le droit du public à l'information, est-ce que c'était les entreprises de presse qui le défendait? Est-ce que c'était les journalistes? Je ne demande pas au Conseil de presse d'aller défendre, d'engager des avocats pour aller faire valoir des points de vue, mais je pense qu'il y a comme ça des sujets dans la société québécoise qui exigent que le public soit associé, d'une manière ou d'une autre, à une réflexion. Il

y a 25 ans en 1983, le Conseil de presse a fêté son 10<sup>e</sup> anniversaire et à cette occasion, il y a un savant professeur de l'Université Paris X qui est venu, le professeur Bertrand et qui a identifié ce qu'il appelait les quatre péchés importants de la presse : la qualité des médias, la formation professionnelle, la recherche et la concentration de la propriété. Aujourd'hui, après 25 ans, ces quatre aspects particuliers de la presse sont toujours là, mais je crois qu'il faut en ajouter au moins quatre autres, c'est-à-dire la commercialisation à outrance des médias, l'info-divertissement, ça m'a frappé qu'entre janvier et au milieu de l'été, selon une étude d'Influence Communication, les sports, la température, les spectacles, le fait divers et Julie Couillard ont occupé la moitié des nouvelles dans les médias québécois. Troisième point aussi qui est nouveau depuis 25 ans, c'est la convergence et finalement ce que j'appelle les dérives de l'information sur Internet.

Alors, on le constate, la tâche du Conseil de presse du Québec ne s'est pas simplifiée au cours de ces 25 dernières années. Alors, aujourd'hui, il est très pertinent de se demander : Est-ce que le Conseil de presse peut s'acquitter convenablement de son mandat? Est-il encore capable de réfléchir, de faire réfléchir sur tous les dangers qui menacent le droit du public à l'information? En somme, peut-il continuer de fonctionner librement?

Je passe rapidement sur une tâche dont le Conseil de presse s'est bien acquitté depuis le début de son existence, qui est son rôle de tribunal d'honneur, c'est-à-dire, ce rôle de commissaire aux plaintes, d'ombudsman en quelque sorte dans la société québécoise et il le fait d'autant mieux qu'il vient juste de mettre en place un nouveau processus de règlement des plaintes. Et cette fonction de commissaire aux plaintes et d'analyse des plaintes du public demeure pour le Conseil un rôle essentiel. Mais son rôle ne s'arrête pas là, le titre de la conférence il y a 25 ans était : « Les conseils de presse comme garantie du droit à l'information et garantie de la liberté de presse ». Alors, si le rôle du Conseil de presse est encore celui-là, il faut qu'il en ait les moyens.

Bien sûr, depuis 35 ans, le Conseil de presse est intervenu dans de très nombreux dossiers, et je ne vais pas les énumérer ici, mais vous me permettrez d'en signaler deux, deux points importants sur lesquels le Conseil est intervenu au cours des dernières années. D'abord, devant le CRTC, le Conseil de presse est venu défendre la diversité des voix éditoriales dans la société québécoise, il y a rappelé les risques considérables de la concentration des médias. Il a fait, devant le CRTC qui est un organisme canadien dont la grille d'examen est davantage canadienne que québécoise, et pensons ici à la vente de *TQS*, par exemple, et un CRTC dont les critères d'analyse n'ont pas la subtilité voulue, à mon sens, pour prendre en compte la spécificité de la société québécoise, en ce qui concerne l'information et la propriété des entreprises de presse. Dans son mémoire au CRTC, le Conseil a rappelé que la liberté de l'entreprise de presse ne doit pas être confondue avec la liberté de presse. Il a signalé que la logique commerciale d'une entreprise doit se subordonner à sa responsabilité sociale, dès lors que cette entreprise choisit d'évoluer dans le monde de l'information. Je ne vais pas revenir sur l'ensemble des effets pervers possibles de la concentration des médias énoncés par le Conseil de presse, mais vous me permettrez cependant d'en rappeler deux qui me semblent fondamentaux pour la survie d'une information de qualité au Québec.

La perte de l'autonomie éditoriale des salles de rédaction et la standardisation de l'information qui demeure un danger réel. C'est un domaine où les journalistes perdent graduellement du terrain et où le public se fait gruger graduellement, lentement, un peu chaque fois, une partie de ses droits. Je signale au passage que, pour l'instant, la presse hebdomadaire régionale est demeurée à l'abri de cette forme de standardisation à la manière traditionnelle dont on la conçoit, car on aurait pu craindre, puisque les deux tiers de nos journaux régionaux, 98 au total, sont la propriété de deux entreprises, Médias Transcontinental et Quebecor Media. Alors, on aurait pu craindre de voir arriver dans ces journaux toutes sortes de chroniques universelles, genre horticulture, finances internationales, mode, mots croisés, horoscopes, etc. Ça ne s'est pas produit et il faut s'en réjouir. Cependant, il y a une autre forme de standardisation, et celle-là, moi elle m'inquiète un peu. Si je m'appuie sur une étude du Centre d'études sur les médias, qui a été faite il y a quelques années, par contre comme recherche, mais qui a été publiée récemment. Dans ces journaux qui sont la propriété des deux entreprises dont je viens de parler, les sports, les loisirs, la vie communautaire, la culture occupent de plus en plus d'espace, au détriment des sujets qui prêtent à controverse comme les affaires municipales, les problèmes sociaux ou les questions

d'éducation ou de santé. Je ne lance pas un cri d'alarme, mais je dis que c'est une forme de standardisation quant au contenu général de ces journaux et ça m'apparaît un risque pour le droit du public à l'information. Le deuxième point, sur lequel le Conseil de presse a adopté une position ferme, c'est l'indépendance journalistique. Également devant le CRTC, le Conseil a défendu ce principe de l'indépendance et son application à tous les niveaux de la chaîne de production de l'information, depuis la collecte jusqu'à la publication ou la diffusion. Le Conseil de presse a fait valoir ce point de vue lors de l'étude par le CRTC, du code d'indépendance journalistique du Conseil canadien des normes de la radiotélévision. Il me semble utile de citer ici ce que le Conseil de presse a fait valoir devant le CRTC. Je cite : « Non seulement les rédacteurs en chef et les directeurs de l'information, donc les gestionnaires des services, mais aussi les journalistes et les autres artisans de la nouvelle doivent préserver leur indépendance. Ils doivent l'être à la fois à l'égard des dirigeants des entreprises et de ceux des autres médias du même propriétaire. Ils doivent agir de façon indépendante de pression, de carcans, de lignes éditoriales communes entre les médias qui sont propriété d'une même entreprise, à toutes les étapes de production, dont celle de la cueillette de l'information. » Fin de la citation.

La prise de position du Conseil sur cette question de l'indépendance journalistique ne pouvait pas ne pas indisposer les radiotélédiffuseurs qui cotisent à son financement. En d'autres mots, si j'ai bien compris le mémoire du Conseil de presse, il recommande que chaque station de radio, que chaque station de télévision membre d'une entreprise propriété d'un réseau, doit avoir sa propre salle des nouvelles, ses propres journalistes, eux-mêmes dotés de moyens nécessaires pour exercer leur métier correctement. On ne se surprendra pas du fait que l'Association québécoise des télédiffuseurs et radiodiffuseurs ainsi que *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec*, propriétés de Quebecor, aient tenu à se dissocier de ce mémoire. Tout comme d'ailleurs, ils se sont dissociés du mémoire sur le nécessaire pluralisme des voix éditoriales. *Corus Entertainment* est membre de l'Association des radios et télédiffuseurs. Est-ce pour affirmer davantage sa dissidence? En tout cas, *Corus* qui se proclame la plus grande agence de nouvelles de radios privées au Québec et qui a son propre portail d'information sur le web s'est retiré du Conseil de presse. La compagnie qui n'a rien de québécoise a jugé qu'elle s'accommoderait mieux du code journalistique du Conseil canadien des normes de la radiotélévision. Or, ce code est beaucoup moins rigide. Il reconnaît bien sûr la radio comme un média local, mais il ne fait aucune référence à l'information locale. Il se contente simplement de demander que le contenu de la programmation évite la violence gratuite, le sexe explicite et le langage grossier. Si je signale ces choses, c'est que le problème de la concentration peut générer des problèmes importants, et ce n'est pas pour rien que le parlement européen a adopté, il y a deux ou trois semaines, ce qu'on appelle le rapport MICO, et qui dit ceci : « Considérant que la concentration sans restrictions de la propriété peut menacer le pluralisme et la diversité culturelle, et considérant que dans certains marchés elle approche une limite à laquelle le pluralisme ne sera plus automatiquement garanti pour la libre concurrence ». Et le rapport a demandé au parlement européen de préserver le pluralisme des médias. Alors, déjà on s'achemine vers des législations pour garantir le pluralisme des voix éditoriales. Et on sait très bien que nous, ici au Québec, le Conseil de presse a été un des éléments qui a été créé pour empêcher justement les législations réglementant l'information au Québec.

Alors, l'objet de mon propos aujourd'hui, c'est d'attirer votre attention sur la fragilité du Conseil de presse. Il faut à tout prix éviter que, pour sa survie, il soit condamné à la compromission, car ne nous faisons pas d'illusions, *Corus* en est un exemple, plus il affichera haut et fort des positions qui vont dans le sens de la défense d'une information originale et de qualité, plus il risque d'indisposer certains de ses contributeurs. La contribution que *Corus* a retirée de l'Association québécoise des radios et télédiffuseurs, c'est autant de milliers de dollars de moins dans les coffres du Conseil de presse. Depuis deux ans, l'apport financier des associations constitutives au Conseil de presse a diminué. La contribution des quotidiens est la plus importante, elle se situe pour l'instant à près de 80 000 \$. Je n'ose imaginer ce que serait la situation du Conseil si jamais, un jour, les dirigeants de Gesca décidaient qu'ils en ont assez d'entendre le Conseil parler des dangers de la concentration ou si les dirigeants de Quebecor en venaient à considérer qu'ils n'allaient pas continuer à appuyer un organisme qui dénonce la convergence ou la mise en place de multitâche dans les salles de rédaction. Un mot de la subvention du gouvernement du Québec, c'est 100 000 \$. C'est plus ou moins 20-22 % des rentrées financières du Conseil. Or, cette subvention n'est pas statutaire. Elle peut disparaître l'an prochain. Vous, vous souvenez il y a deux ans, quand le

gouvernement Charest qui voulait corriger l'image négative qu'il projetait dans la population a décidé de rapatrier toute l'information gouvernementale au bureau du premier ministre. En somme, de faire de l'information gouvernementale de l'information politique, plutôt qu'une information administrative. Les journalistes ont protesté énergiquement et le Conseil de presse est intervenu discrètement. Heureusement, le gouvernement n'a pas coupé sa subvention, mais imaginez un gouvernement un peu plus frileux qui, à ce moment-là, dirait : « Pourquoi continuerais-je à financer un organisme qui me tape dessus comme ça? ». C'est une chose possible, on a qu'à regarder du côté d'Ottawa. Pendant la campagne électorale, monsieur Harper s'en est pris à un gala artistique qui avait été subventionné par son ministère du patrimoine, parce que des artistes avaient dénoncé sa politique culturelle. Il l'a fait publiquement, à deux reprises, pendant un débat et à une autre occasion.

Le Conseil de presse vient de faire une tournée du Québec, des régions, avec un financement du gouvernement fédéral. Je ne connais pas encore le respect que madame Verner peut avoir pour le Conseil de presse, mais ça reste des subventions qui sont arbitraires et qui risquent de ne pas revenir. J'ai proposé dans un livre que l'Assemblée nationale adopte à l'unanimité une motion gratifiant le Conseil de presse d'un fonds substantiel de quelques millions de dollars afin de lui assurer un revenu stable à l'abri des humeurs de ses cotisants et à l'abri de l'humeur des ministres du patrimoine de ce monde ou des ministres culturels de ce monde. Ce serait comme si la population du Québec dont le Conseil de presse défend les droits à une information correcte disait : nous voulons stabiliser cet organisme. *Radio-Canada* reçoit un milliard de dollars par année des fonds publics. Personne n'accuse *Radio-Canada* de diffuser une information qui est conditionnée par le gouvernement fédéral. *Télé-Québec* reçoit 60 millions par année du gouvernement du Québec et personne n'accuse *Télé-Québec* de faire la propagande du gouvernement en place à Québec. La *BBC* reçoit beaucoup plus que *Radio-Canada* et personne n'accuse la *BBC* de propager la position du gouvernement. Alors pourquoi le Conseil de presse ne pourrait-il pas, si on y croit, si le gouvernement y croit, une fois pour toutes recevoir une somme d'argent qui serait placée en fiducie? Je laisse aux comptables le soin de régler ces modalités, mais qui, une fois pour toutes, permettrait au Conseil de presse d'être efficace dans d'autres domaines que dans le domaine de l'analyse des plaintes. Le Conseil de presse pourrait être un carrefour de réflexion sur la presse au Québec. Je ne propose pas ce mode de financement comme un modèle valable pour tous les conseils de presse au monde. Je le propose à cause de la spécificité de la presse au Québec où tous les quotidiens, sauf un, appartiennent à deux entreprises et où la presse régionale appartient de plus en plus à deux entreprises. C'est une spécificité typiquement québécoise qui demande que le droit du public à l'information soit protégé, garanti par un Conseil de presse mieux équipé pour diriger une réflexion à l'ensemble du Québec, sur les dangers qui menacent cette information. Merci.

**Mme Colette Brin**, animatrice

Merci beaucoup monsieur Cardinal. La parole serait à vous, si vous avez des questions ou des commentaires, des réactions aux interventions de nos participants. Je vous inviterais à vous présenter au micro.

## Interventions

### Atelier 1 « L'avenir des conseils de presse »

**M. Réjean Audet**, membre de la commission d'appel du Conseil de presse du Québec

Je suis un représentant du public et peu de gens dans l'Estrie, car je vis à Sherbrooke, savent qu'ils ont un représentant au Conseil de presse. C'est pas publicisé nécessairement, excepté ma nomination en 1999. Moi, je me pose la question et je ne l'ai pas entendu soulevée par les participants conférenciers. Messieurs de l'Alberta et du Royaume-Uni, quelle est la participation du public, quel est le rôle du public dans l'organisation même de vos conseils de presse?

**M. Ed Kamps**, président, Alberta Press Council

Obviously, the public member has a very strong role in the Council, and we try to be very clear on that during our recruitment. So, when we have a position open for one of our regions and advertise it in the newspaper, we try to be very clear and explicit as to what are the expectations for the public member, not just how often we meet, but also what is the focus and what kind of background are we looking for. In fact, we have had some good discussions on that in recent years. Looking at the public member, he or she needs to represent the average person's view. And so, we are not looking for someone who's got lots of media experience or who is a former journalist. We want someone from the public who has breathed of vision, good judgment, evidence of a well-rounded viewpoint, not just from formal education but maybe through travel and other community experience and leadership, because when it comes time to make difficult decisions at the table, you want someone who reflects the community. Secondly, we want to insure that we have got some degree of diversity on the Council so that it reflects the diversity of the community.

We also expect our public members to communicate their role to their community. One way we do that is through a standard presentation about the Alberta Press Council. Furthermore, we encourage our members to offer their services to local service clubs, rotary clubs, chambers of commerce, etc., and to take advantage of them being there...or, even go to the high schools to speak. So, we try to be quite clear with our public members that it's not just about coming to a few meetings during the year. We also have several committees that they work on. We only meet twice a year as a full Council, but we have a variety of committees that we put them on. Our education committee is a very important one. They are the ones who work on our website. They also sponsor or organise the public forums that we have every year in different cities. So, I think we're moving in the direction of placing much greater emphasis on the public members and their role.

**M. William Gore**, directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission

I think the position in the UK, actually, is fairly similar to that, in that the public members are there to represent public views. They are actually in the majority on our commission. The commission has 17 members.

Seven of them represent the newspaper and magazine industry. They're all editors. The other 10 have nothing to do with newspaper or magazine.

Now, that is actually the only qualification they need to have to be a public member. They're not journalists by background. Those positions are advertised publicly and the skills they need are probably as outlined in relation to the Alberta Press Council.

I might take the opportunity to say a little bit more about the public more widely, because clearly, and it's something that has been touched upon this morning, public awareness of a press council or complaint commission is absolutely crucial because if people don't know about it, it doesn't work and they don't have anything to do. Now, in the UK, we've actually, over the last six or seven years, particularly realized that we were not doing anywhere near enough to get out there and to tell people what we are, what we're doing and how they can use our services. So, we now have public meetings three times a year around the UK. We do a lot of work with schools. We have a resource pack for teachers that they can use in the classroom and so on, and a whole host of other things to tell people that we are there. Now, earlier on it was noted that the number of complaints received by the press council is not necessarily a measure of success, but it is, to some extent, a measure of public awareness. And the fact of the matter is that the Press Complaints Commission now receives about 4 500 complaints a year, written complaints. That is considerably up from, let's say, the average of about 5 or 6 years ago. That is certainly a result of public awareness going up, rather than standards of reporting falling. I think we know that because the number of complaints we have are upholding, where we are saying "yes, the code of practice that we administer has been breached" has remained constant. And so, public awareness and the role of the public in actually bringing to our attention complaints that they have is one of the absolutely key elements of what a press council does.

***M. Mario Cardinal, ex-ombudsman de la Société Radio-Canada***

Si vous me permettez un petit mot, s'il vous plaît, lorsque j'ai été nommé ombudsman à *Radio-Canada*, tout de suite on a enclenché une campagne de publicité, à la radio, à la télévision qui a produit des résultats. J'ai eu, pendant deux ans, une émission à la télévision, qui m'a attiré beaucoup de correspondance et l'ombudsman actuel de *Radio-Canada*, madame Miville-Dechêne, est très préoccupée par l'importance de la visibilité de la fonction et continue de multiplier les occasions d'être visible. Et je pense que le problème du Conseil de presse, c'est une absence de visibilité. Aussi, et pour ce faire, il faut de l'argent pour faire de la publicité. Il faut de l'argent pour organiser des événements qui vont permettre que les journaux, par la force des choses, vont parler du Conseil de presse et du rôle du public dans son message.

***M. Denis Plamondon, vice-président du Conseil de presse du Québec, représentant du public***

J'ai vu une ressemblance entre le Royaume-Uni et le Québec au sujet de l'ouverture du Conseil de presse britannique et québécois à la question de l'information sur Internet. Maintenant, il y a une différence importante qui apparaît entre la pratique du Conseil de presse britannique et de l'Alberta aussi. Et d'ailleurs sur la question de l'ouverture du Conseil de presse du Québec, en particulier, non seulement sur l'information écrite, mais sur l'information à la radio et à la télé. En Grande-Bretagne, semble-t-il et probablement en Alberta, ce sont des entités distinctes, différentes. Alors que nous au Québec, depuis 35 ans, le Conseil de presse s'est donné comme une responsabilité, non seulement par rapport à la presse écrite, mais aussi par rapport à la radio et à la télé. J'aimerais connaître votre expérience par rapport à la nôtre. Qu'est-ce qui fait que c'est différent chez vous qu'au Québec?

***M. William Gore, directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission***

I think that is actually a very good question. It clearly does vary around the world. There are some press councils which are clearly media councils and that have a regulatory role in relation to all media and where there are others, as you say the UK and Alberta being two examples, where it is just the written word. I think the reasons behind that are generally historical. In that, for example in the UK, the idea of a free press, free from licensing and state regulation, is so utterly ingrained that there has always been an extraordinary reaction among people in the press. I mean actually to the point of paranoia about any sort of state intervention. Now, with the broadcasting system, it has, since the word "go", been completely different in that radio stations and TV stations have been licensed by the government. Of course, the resource of the idea is that because these media outlets are beamed directly into people's homes, rather than being in a newsstand on the street where you buy if you want to, that there should be a different form of regulation for that reason as well. Now, it seems to me that because of the changes we are seeing

in the media, particularly in the way that the broadcast media operates, that licensing systems, as we have seen them in the past, are gradually going to disappear because everything will be available on broadband and actually you're not going to need the kind of distinct wave-length systems that you have had in the past.

My suggestion is that probably broadcast media which is currently regulated by some form of state body of legislation may have to move towards more of a co-regulatory regime or even a self-regulatory regime to deal with those changes. I mean, I don't think that everything is going to move towards state regulation. Actually, if anything, things will move the other way. There will be some areas, clearly, where the state has a role to play, like in those most extreme areas in relation to child pornography on the Internet, for example. Clearly, the state has a role there. But actually, I think self-regulation will become increasingly important for those media that currently operate under a legislative regulatory framework.

***M. Ed Kamps, président, Alberta Press Council***

When the Alberta Press Council was formed in 1972, I don't think that anyone had in their mind anything about the Internet. So, what we currently have today is based on historical precedent. Things were in many ways simpler then. There was a geographic boundary as to who read which newspapers. So since then, things have evolved. Several years ago, we reviewed the eligibility for someone to make a complaint to the Alberta Press Council, and the decision was that we would entertain or respond to requests for outside our borders because today, when someone reads an article published in one of the Alberta dailies, they could be anywhere in the world. Our last significant adjudication was, in fact, raised by some reader in Ontario, taking issue with a series of articles that were written by one of our newspapers. We did rule in her favour.

The other broadcast regulators are in existence. I think that there is no interest in Alberta, certainly from the newspapers' side, to expand the role of the press council into more of a media council. I think that there is recognition that there are other bodies out there already to handle the radio or TV. And so, there is that distinction in the Alberta Council. We are also looking at what is our role with respect to the online media and aware of some of the changes in the UK, for example, pictures. I think you're also covering pictures on the Internet. Should that be included in the kinds of things that we respond to should a member of the public have a concern?

***Mme Colette Brin, animatrice***

Monsieur Cardinal, vous avez touché cette question très sensible du financement des ressources et des relations parfois difficiles entre le Conseil de presse et ses sources de financement qui peuvent exercer des pressions. On a des exemples très clairs de ça au Québec. J'aimerais connaître les expériences d'ailleurs. Est-ce que vous avez obtenu des pressions des entreprises de presse? Comment faites-vous pour résister à ces pressions-là? Et comment fonctionne votre structure de financement?

***M. William Gore, directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission***

Well, the funding for the Press Complaints Commission comes entirely from the British press (the newspaper and magazine industry) to the tune of about 1,800,000 pounds a year. So, I guess that is about 3,500,000 in Canadian dollars. Now, because, as I mentioned previously, there is this deep-set paranoia in the British press about any sort of government involvement, it has to a large, really focused their minds and made them decide that they will take on the burden of funding the PCC. Now, I think on the whole, it has worked fairly effectively. The funding is done through a kind of separate organisation, so the Press Complaints Commission is not going directly to newspapers and magazines saying, "It's December 15, we need our X thousands of pounds for next year". It's actually done through this separate funding organisation. And, I think that that is very important because the experiences of the previous British Press Council were that funding became extremely difficult precisely because there was this much closer relationship between the council and those newspapers and magazines that it was overseeing, to the extent that it was actually, if, and particularly the newspapers, had a problem with the press council,

as frankly they often did towards the end, they just wouldn't pay any money. And there was very little that the Press Council could do about it. Actually, it ended it up spending all of its time desperately scabbling around to convince people to pay up. And actually, they were not leaving themselves enough time to deal with complaints in an effective way. So funding, clearly, is absolutely crucial otherwise you don't have a press council at all. I think, as a result of that, and I think that this goes back to the point that I was making about being pragmatic, you have to recognize what is it that the Press Complaints Commission is going to do in its line of work and part of that is taking account of how, frankly, the people that fund the press council are going to react to its activities. I think if the Press Complaints Commission suddenly started saying out of the blue that the concentration of media ownership in the UK was outrageous or that newspapers were a load of rubbish or that they concentrated too much on entertainment rather than the news, then I think, probably, the newspapers would say, "Well, hang on a minute. This is ridiculous. We're not going to be a part of this anymore." And they would stop all the funding. And therefore, we would have no press council left, and the members of public would actually suffer from it. So, I'm not saying that we need to abandon all the ideals, because, clearly, they are very important. They are what make press councils, press councils. But, I think we have to recognize that if we are going to actually attain those ideals, then we have to do it in a way that does take pragmatism to account.

***M. Ed Kamps, président, Alberta Press Council***

I'll comment briefly. In Alberta, it's similar with others press councils in Canada, I think. Most of our funding comes from the newspapers themselves. We operate on a formula that's driven by their circulation, and some of the larger papers, obviously, pay more into the operation of the Press Council. But it is strictly driven by their circulation numbers. We get the numbers on an annual basis. Then we send them the bill and hopefully they pay the bill in a reasonable period of time. The whole question of sources of funding from the government, whether it is provincial or federal, is an interesting one because it raises the question of your independence. If you start to depend on government funding, does it lead you to becoming dependant in some way on that level of funding? We have good support from our publishers, the newspapers. As one of our members said just recently, "All it takes is one legal case and you've paid for your membership fees for quite some period of time." Again, their support, funding-wise, was more at the handling of complaints, not so much on the other roles of press council. But, I should say that in the last of couple of years, we have partnered, in the case of these public forums, with a local university, a school of journalism or a similar department, the daily paper and the Alberta Press Council. And in each one of those cases, the local newspaper, for example, the *Edmonton Journal* or the *Calgary Herald*, provided significant sponsorship and advertising support. So, they contribute support in some non-financial ways, as well. It was very important for us to get that message out to the public.

***M. William Gore, directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission***

I am going to say one other thing, I don't think necessarily that there is anything wrong with some funding coming from the government, if that is acceptable to the industry that is being regulated. For example, in Germany, the press council there receives half of its funding from the federal government, and no one has a problem with that. It's given on a completely no-strings attached basis, and the people don't question the German Press Council's independence. I think, in the British context, it would be much harder for that to work because people would be far more cynical about the role that the government would have. I think the press would be far less ready to cooperate with what we do. But, there are a whole variety of funding models that can work. It depends on the specific context and why the press council exists, I think.

***M. Mario Cardinal, ex-ombudsman, Société Radio-Canada***

En somme, on peut se poser la question suivante : Quand le Conseil de presse est-il le plus vulnérable? Devant le gouvernement? Est-ce en recevant 25 % de son financement ou 20 % de son financement sur une base annuelle, sous forme de subvention, je le répète qui n'est pas statutaire? Ou bien si, à l'unanimité l'Assemblée nationale, où sont représentés tous les partis politiques acceptait une fois pour toutes, de créer un fonds pour financer les activités du Conseil de presse? Over a million of pounds! M.

Corriveau qu'est-ce que vous feriez avec un million de pounds? Bon alors, posons la question dans ces termes-là! Les ressources ne sont plus les mêmes. On n'est plus dans la même grammaire. Je trouve triste que le Conseil de presse ait eu à aller demander une subvention au gouvernement fédéral, au gouvernement point, ça pourrait être le gouvernement provincial aussi, pour aller sur place rencontrer le public dans les régions et j'ose imaginer que n'eût été de cette subvention, il n'y aurait pas eu cette opération. Je pense que c'est beaucoup plus contraignant d'avoir à quémander du financement, soit sur une base ponctuelle, soit sur une base annuelle, que de dire, avec toute la transparence voulue, à la face du public, nous voulons 5 millions, 8 millions, j'en sais strictement rien. Mais à partir de maintenant, nous allons être beaucoup plus efficace et surtout alimenter des réflexions sur la place publique à propos des problèmes que vit la presse. Je n'ai jamais conçu le Conseil de presse comme une espèce de Vatican qui statue sur les problèmes de la presse, pas du tout. Je le conçois comme un carrefour où les gens viennent échanger sur des problèmes qui apparaissent au hasard des développements technologiques ou des jeux de propriétés d'entreprises de presse.

**Mme Lucinda Chodan**, *rédactrice en chef du Times Columnist, Colombie-Britannique et membre du Conseil de presse de la Colombie-Britannique*

Je suis Lucinda Chodan rédactrice en chef du *Times Columnist* à Victoria, en Colombie-Britannique. I'm the editor-in-chief of the *Times Columnist* in Victoria, British Columbia and member of the Press Council there. I wonder if, first of all, we could hear a little bit more about the role of publisher in England and Press Complaints Commission, and whether they are publishers on press councils in Canada because, clearly, as newspapers look out their finances these days, they see press councils, I think particularly in Canada, as perhaps dispensable items. I'm wondering, on other press councils, how publishers there play a role and if whether that has helped in the education element chez les journaux?

**M. William Gore**, *directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission*

The role of the publishers in the UK is, in fact, to provide the funding. When I say the money comes from the industry, it comes entirely from the publishers. There is no money coming from, for example, journalist associations. But, that's basically it. The publishers, themselves, do not have a role on the board of the Press Complaints Commission. The editors that are on the PCC, I suppose to a certain extent, represent the different publishing associations. Although, they're not tied to what they are saying because of whom their publisher happens to be. So, the role of the publisher is absolutely essential. I think it is essential also because without that backing it would be far harder for us to actually go to the industry and say, "this is a sensible code of practice to which essentially all the publishing companies in the UK have signed up and therefore you will need to know about it". And actually, the education program that we have, not just for the public, in terms of doing open days or doing classes for students, and so, but also education in relation to journalists has been very, very helpful to us, particularly over the last five years. We tried to increase the amount we do, not only to trainee journalists, but also to journalists who are in post, who have maybe 10, 20, 30 years of experience, actually holding seminars for them and actually trying to update them on the work of the PCC, because it is all very well known that there is this code of practice, and in the UK it is a very short document. I mean it's literally that size. So, journalists generally know of the code of practice, but there is difference between knowing about it, knowing what it says and actually knowing how it's been interpreted by the Commission. The seminars that we hold, where essentially we give working journalists maybe 10 cases that we have dealt with over the last couple of years and say to them, "these are the complaints, what do you think the result should be?" And actually it does get people thinking about some of the grey areas that exist. And I think that more that journalists, both trainee journalists and experienced journalists, think about these things, the more significant the role of a press council can be.

**M. Mario Cardinal**, *ex-ombudsman de Radio-Canada*

Une question pour monsieur Gore. I know that there are no journalists on the Complaints Commission. Why? Is there a reason for that? Can you explain that?

**M. William Gore**, *directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission*

I can explain that. The reason is that the old press council did have representatives for the National Union of Journalists but, what happened was that this led to a political clash between the members of the unions and the members of the publishing associations, the management. And, actually the view of those who set up the Press Complaints Commission and actually the view we have now, is that our role is not to become involved in the industrial disputes between journalists and their bosses. Actually, our role is to serve the public and to insure that standards of reporting in the press are high. There is occasionally some pressure in the UK from those who think that the code of practice that we administered should have a so-called conscience clause which allows journalists to refuse to undertake work that they believe may lead them to breach the terms of our code of practice. Now in theory, of course, journalists should not be asked to do that, but we don't want to become involved as a kind of industrial tribunal. That it's not what we see our role as being, and that really is the reason why. I should say that relations between the Press Complaints Commission and the National Union of Journalists now are actually quite good and cordial. That wasn't the case 10 years ago, I don't think. But, we have recognised that it is ridiculous for us to be at loggerheads with journalists and their representatives. So, there is a reason that they are not formally represented, but that does not demonstrate that we and journalists are at odds with one another.

**M. Mario Cardinal**, *ex-ombudsman de Radio-Canada*

Do they recognise the authority of the Commission?

**M. William Gore**, *directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission*

They recognise the authority of the code of practice and they follow it. However, one of the important things about the way we operate is that when we uphold a complaint, we are upholding it against the editor. We don't name specific journalists. Our view is that the editor takes responsibility for everything that appears in his or her newspaper or magazine so that the journalists don't become scapegoats for editors who want to try to avoid responsibility. Clearly, if a journalist makes a horrendous mistake then internally the management may decide that they want to take some disciplinary proceedings. But, generally that does not happen, I don't think. But, ultimately, as far as we are concerned, the editor is responsible.

**M. Ed Kamps**, *président, Alberta Press Council*

To just comment briefly on the role of the publishers in the Alberta Press Council which is similar to the other provinces, I think. The primary role is to provide support for the operation of the press council. Obviously, the main way is by providing funding. However, we also look for support from the publishers in other ways. For example, when we're looking for a new press member and our terms are up to the newspaper, we want the publisher who makes those decisions to determine very carefully who should be the press member on the council. One thing we have done this year was to put together a more detailed role description for the press member. We always have one for the public member, but we wanted to be more explicit as to what are the expectations for the press member when they are on Council. We formalized that so that the publisher is clear on how to provide orientation and development for those press members. The way we try to encourage the support from the publishers is through relationship building. We invite the publishers to all our meetings, to our special events. We provide them on-going information and activities, our meetings minutes. Sometimes, maybe, we send too much information, but we do try to keep them up to date with everything that is going on. On one of our recent public forums, we had active support and involvement from one of the publishers of the newspapers, as well. So, I think, it serves us well to maintain on-going relationships with those publishers.

**M. Andrew Phillips**, rédacteur en chef, *The Gazette*

Bonjour, je suis Andrew Phillips, rédacteur en chef de la *Gazette* et actuellement membre du conseil d'administration du Conseil de presse du Québec. Avant de prendre ma position à la *Gazette*, j'étais aussi rédacteur en chef au *Times Columnist*, en Colombie-Britannique et j'étais membre du Conseil de presse là-bas. Je vais profiter de la présence de monsieur Gore encore, juste pour lui poser une question : You said, you have 4 500 complaints a year. It seems to me like an extraordinary number, 4 500 plaintes, c'est à peu près 20 plaintes par jour de travail au moins. Can you explain to us briefly how you deal with such enormous volume of complaints? What is briefly, the process? For example, here in Québec, the complaints are done in a written way, in a very formal fashion. In British Columbia, where I had some experience, it's a rather, perhaps, less formal process? How formal is the process? How many complaints? What proportion of those complaints actually gets to a formal adjudication? And, how long typically is the time between, a complaint being lodged and the decision? Thank you.

**M. William Gore**, directeur des affaires publiques, *Press Complaints Commission*

I guess a few questions there. I mean, it is quite a high number of complaints, there's no doubt about that. In terms of press councils globally, the Press Complaints Commission in the UK receives far, far more than any other single press council, and I think that that is primarily because of the fact that we have a much higher profile than most press councils, but it may say something about the robustness of the UK Press. Now, of that 4 500, a significant number are very quickly dealt with because either they fall outside of our remit for one reason or another in that they maybe about advertising, they maybe about taste or decency or various other things that we don't deal with, or we may get an initial email from somebody saying, "I don't like this, that, or the other" and then they never follow it up. So, in terms of the ones that are actually pursued by complainants and that fall within our jurisdiction, we probably get about 1 800 per year.

The process by which we deal with complaints, very briefly: when a complaint comes to our office, it is given an initial assessment by our deputy director, so by the PCC secretariat. He will come to view on whether there has been a possible breach of the code of practice. If he thinks that there has been, we will write to the newspaper in question and say essentially, "we have had a complaint. This is what it is. What's your response to it?" The primary aim in dealing with all of those complaints where there was a possible breach of the code is to mediate and is to find an amicable resolution to the complaint, maybe through a published apology, a private undertaking about future reporting, an annotation of records on the website, and various other things. In ninety-eight percent of all cases where there has been apparently a breach of our code of practice, the newspaper or magazine will offer a suitable remedy to that 98 %. In the vast majority of those cases, the complainant is perfectly satisfied with the remedy that's being offered. Now, going back a stage, in terms of those complaints where the initial assessment shows apparently no breach of the code of practice, the secretariat circulates to the Commission a recommendation setting out what the complaint is and why it is our belief that there is no breach of the code. Those recommendations are circulated in writing to the Commission once every week. So, each week, they have a bundle of papers that they have to read through and tell us whether they agree with our recommendation. In the vast majority of cases they do because the cases are quite straight forward. If they agree with the recommendation, then that becomes ratified and the decision is sent to both parties. That's it, end of story.

Now, just going to those complaints where we have tried to mediate and have been unsuccessful. It is those complaints that are heard by the Commission at a full meeting, where they actually will come into the offices, sit around the table and look at the case in full and discuss it. That is actually quite a small number per year. There are probably only about 45 or 50, where there is either a very important point of principle they need to discuss or where we think, the secretariat thinks, that there has been a breach of the code of practice that has not be remedied by the newspaper. Probably out of those 50 cases, maybe 20 in a year will be upheld and the newspaper or magazine in question will be obliged to publish the Commission's critical adjudication. That fundamentally is our sanction. I think the strength of that sanction is demonstrated by the extremely high number of complaints that we're able to mediate and resolve

successfully. The fact of matter is, despite what some people have to say about it, it is something that clearly editors don't like to have to do. They do not want to publish a ruling from us that it's critical of them. And now, we are actually much more keen to insure that those adjudications are published with prominence, with a reference to the Press Complaints Commission in the headline and, clearly, they must not be edited.

**M. Andrew Phillips**, *rédacteur en chef, The Gazette*

So, can I just briefly follow-up? As condition of the membership, does the newspaper agree to publish it in full text?

**M. William Gore**, *directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission*

It is something that we always been extremely certain about. If we send a ruling to a newspaper, that is the punishment. They can't just take out two paragraphs because they are too critical. They might like to, but they can't.

**M. Mario Cardinal**, *ex-ombudsman, Société Radio-Canada*

A question on a same subject: maybe I missed it in your expose. Do you deal with complaints against radio programs or television programs?

**M. William Gore**, *directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission*

No.

**M. Mario Cardinal**, *ex-ombudsman, Société Radio-Canada*

Only in the written press?

**M. William Gore**, *directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission*

Yes.

**M. Ed Kamps**, *président, Alberta Press Council*

I have just a quick follow-up. When press councils are looking for support from the publishers, there needs to be a strong business case, and I think sometimes that is what is missing. What's the business case for a stronger financial support? One way of developing a business case is by having some measures of success or effectiveness; so, I'm intrigue by your 98% satisfaction. I'm curious. How do you determine whether the complainant was happy or satisfied with how it was handled?

**M. William Gore**, *directeur des affaires publiques, Press Complaints Commission*

If I just clarify, that 98% of satisfaction is 98% of all apparent breaches to the code where the newspaper offers a suitable remedy in the eyes of the Press Complaints Commission. It is a slightly reduced figured, probably 75% of all apparent breaches, which are resolved to the satisfaction of the complainant, where the newspapers will say, "Ok, we made a mistake; we will offer to do this" and the complainant says, "That's fine. I'm happy". If a complainant is not happy with it, they don't stop themselves from telling us about it. They are very quick to do that.

Further than that, what we do is survey all the complainants who come to us to get a decision from us to find out how satisfied they are with the process? In terms of the kind of service they get, like how good our website is, how friendly are the PCC staff, and various other things, the rating is extremely high. In terms of the people whose complaints are resolved amicably, they are obviously very happy of that. The

difficulty arises with those people whose complaints are rejected. And, of course, it is the vast majority, actually, of complaints we received that are rejected because they simply don't raise a breach of the code of practice. We have to find a way of explaining that to people in terms that actually are understandable. I think for any organisation that deals with complaints that is impossible because anyone who makes a complaint makes it because they think that they are right. That is a given. So, if the complaint is rejected, they will automatically believe that the Press Council is wrong. There is a very small number who think, "Ah! Well, I actually misunderstood what my complaint was really about". It's a very small number. Most people are never going to be happy. We have even introduced a category into our survey to say to people, "Ok, you got your decision. Were you happy with it?" And, then the next section is split into two, "Were you disappointed but understood the reasons for the decision or were you disappointed and cannot understand the reasons for the decision?" And unfortunately, however clear our decisions may be, the vast majority of the people who are disappointed still can't understand the reasons either.

**Remerciements de madame Brin aux conférenciers et participants.**

## Atelier 2

- L'état de l'information locale, régionale et nationale

14 h 00 – 17 h 00

## **Atelier 2 « L'état de l'information locale, régionale et nationale »**

Cet atelier a exposé les constats et recommandations du rapport qui découla de la tournée entreprise par le Conseil de presse, dans les 17 régions administratives du Québec, par laquelle il a recueilli le pouls du public et des organismes socioéconomiques. Les constats et recommandations de ce rapport ont donc fait l'objet de discussions entre les participants et les conférenciers invités et permettant ainsi, que cette démarche entreprise par le Conseil soit exposée aux journalistes et patrons de presse.

**Animateur : M. Pierre Maisonneuve**, journaliste à Radio-Canada

Pour ceux qui ne se souviennent pas de moi à la télévision, mon nom est Pierre Maisonneuve, j'anime l'émission « Maisonneuve en direct » qui s'intéresse à l'information locale, régionale, nationale, internationale, à tous genres d'informations. Et cette année, j'ai entrepris ma 45<sup>ème</sup> rentrée à *Radio-Canada*, alors j'ai vu passer tous les présidents du Conseil de presse, tous les présidents de la FPJQ, tous les présidents d'Union des municipalités ou Fédération des municipalités du Québec. J'ai connu beaucoup de journalistes et pigistes, et j'ai connu aussi beaucoup de gens des hebdos. Alors, ça nous permet de faire le tour de la question aujourd'hui et on va donner la parole à nos invités. Habituellement, je les fais parler en débat, mais aujourd'hui ils vont nous tracer un tableau de leur perception de ce rapport qui nous interpelle tous. J'ai eu l'occasion de lire ce rapport et autant nous journalistes, que propriétaires de presse, que le public, les organismes, les institutions, je pense qu'il y en a pour tous. Et nous avons là un constat de la population qui nous dit sa réaction. Et je vous avouerai en lisant ce rapport que j'y ai retrouvé des thèmes que nous débattons depuis très longtemps au sein de la Fédération professionnelle des journalistes et lorsque j'étais membre du Conseil de presse, des questions qu'on débattait également. J'y étais dans les années 1970, alors ça fait déjà un bon bout de temps, mais je pense que c'est un rapport essentiel.

Ils vont parler, on va les écouter, ils vont se répondre un peu, mais vous allez aussi réagir à ce qu'ils nous diront parce que s'ils cherchent à se disculper tous de leur responsabilité, je suis là pour les ramener à la réalité.

Je vais donner la parole au président du Conseil de presse du Québec, monsieur Raymond Corriveau.

*Allocution de M. Raymond Corriveau, président du Conseil de presse du Québec*

Alors, vu que j'en ai pris pas mal ce matin lors de la conférence de presse, je vais juste faire un petit rappel pour le mérite des gens qui pouvaient être absents à ce moment-là. D'abord, soulignons que le Conseil de presse a fait une démarche : toutes les régions du Québec ont été rencontrées, on a eu environ 46 rencontres, les gens se sont exprimés à travers différents moyens. Il y a eu des enquêtes qui nous sont parvenues, des mémoires, on a fait des rencontres à huis clos et des rencontres publiques. Évidemment, 17 régions administratives, parfois on a été obligé de tenir plus d'une rencontre par région.

Au niveau du public, on n'a pas pu le faire mais au niveau des acteurs socioéconomiques on s'est obligé, dans certaines grandes régions, à faire plus d'une rencontre avec eux. C'est la parole citoyenne, donc, nous jugions important, ce n'est pas une démarche nouvelle qu'on a improvisée, c'était quelque chose qui était dans notre plan d'action.

Ce qui ressort au niveau de l'information régionale, l'information de proximité et au niveau des localités et des régions : d'abord il y a des problèmes de qualité d'information, mais qui ne sont pas particuliers à la presse locale et régionale. Les gens ont donc souligné toute la question du sensationnalisme, je le rappelle, des événements chocs, spectaculaires etc. Les gens nous ont aussi parlé de problèmes de manque d'équilibre, de mise en contexte, d'uniformisation des contenus. Ce que je trouve aussi intéressant, c'est la question du suivi; une nouvelle, ils veulent la comprendre, donc ils veulent avoir un suivi. C'est aussi une chose que les gens disaient, ce n'était pas pointé sur le journaliste, c'était pointé sur l'information, et tout le long il n'y a pas eu, permettez moi l'expression, de « *media baching* », on n'a pas connu des dérapages où c'était le salissage des médias ou le salissage de l'information. Au contraire, ceux qu'on a rencontrés étaient des gens qui voulaient beaucoup plus d'informations.

Dans les solutions sur la qualité de l'information, on en a parlé : on parle de meilleure formation des journalistes, d'enseignement de la déontologie, les gens ont parlé de demander au CRTC d'avoir des quotas d'informations régionales. On a parlé de mesures fiscales. Donc, ça c'est pour favoriser le déplacement des journalistes en régions, pour aider à les soutenir. Au niveau de la qualité, il y a eu ces premières pistes de solutions-là.

Au niveau de l'accès, ce qui était le plus souligné, ni plus ni moins, c'était la question d'Internet. Ça a été vraiment un point majeur. J'essaie de m'imaginer, chez moi, maintenant, avec un Internet qui rame, où tu commandes d'aller sur un site d'une entreprise de presse avant le souper, et tu vas souper et tu reviens et là tu as la première image, mais si tu veux la première entrevue, tu cliques dessus, mais il faut que tu trouves autre chose à faire parce que ça va prendre 15-20 minutes à avoir le reste. C'est inimaginable! Essayez de vivre ça, on est tous ici des gens bien branchés, bien informés. Essayez de vous imaginer ce que les citoyens ont appelé « l'Internet à pédales ». Il y a des endroits où il n'y a même pas d'accès à Internet, c'est quand même particulier.

Aussi, dans le désir d'information, on a souligné le problème d'accès à l'information écrite, les gens veulent avoir accès aux grands médias nationaux. Au niveau de la couverture locale et régionale, ils disaient que l'accès n'était pas un problème. Donc, un dernier point sur l'accès à l'information a été toute la question, et des gens s'étonnaient même encore aujourd'hui de réaliser qu'il y a des endroits où il n'y a pas de rediffusion satellitaire de l'information de la station régionale. C'est assez incroyable à imaginer! Et on demande aux entreprises de presse de faire de l'information, on demande aux journalistes de se déplacer, mais en bout de ligne, les gens de la région ne peuvent pas voir ce que ces gens-là produisent parce que le satellite ne rediffuse pas leur station régionale. C'est quand même assez troublant.

Donc, dans les solutions, les gens ont dit qu'il fallait absolument répandre la haute vitesse partout. Il faut aussi s'organiser pour qu'il y ait une redistribution satellitaire régionale. Et on a même vu des partenariats s'établir, quelque chose qu'on n'avait pas vu souvent, entre des médias classiques locaux, régionaux, et des médias communautaires. C'est arrivé parce que les gens des entreprises de presse nous disaient : « Écoutez, ce sont des grandes régions, on ne peut pas avoir des gens partout », et les citoyens ont dit : « On comprend ça! » Et là, il y a quelqu'un qui s'est levé et qui a dit : « Moi, je travaille dans un média communautaire. Est-ce que je ne pourrais pas devenir votre collaborateur? » Il a répondu : « On n'avait pas imaginé ça. » Alors là, on a vu des gens commencer à s'échanger des cartes. Je pense qu'il y a beaucoup de solutions dans l'accès à l'information, et c'est l'esprit du Conseil de presse de faire travailler, parler les gens ensemble.

Sur la sous-représentation des régions dans les médias nationaux, c'est la grande plainte qu'on a reçue, majeure, partout. De la première à la dernière rencontre, c'est un point qui était souligné. La folklorisation des régions, et là on rejoint la question de la qualité, les régions disent : « On est beaucoup plus qu'un fait divers, on est beaucoup plus qu'un incendie, on est beaucoup plus qu'un meurtre dans une région et ça a des conséquences énormes. Vu que nos enfants écoutent la presse nationale, ils s'imaginent qu'il ne se passe rien chez nous et ils ne veulent pas faire de carrière ici, et les jeunes s'en vont. » Donc, c'est un point vraiment important. Et c'est là que les gens ont parlé, encore une fois, de quotas de contenu régional dans les médias nationaux. Certains se sont interrogés sur la mission de *Télé-Québec*, est-ce qu'elle ne devrait pas jouer un rôle, parce que les gens nous disent : « Non seulement on ne sait pas ce qui se passe dans

notre région par les médias nationaux, mais on ne sait pas non plus ce qui se passe dans les autres régions. » À force de ne pas savoir, c'est arrivé sur un dossier qui était la crise forestière, les gens de l'Abitibi nous ont dit : « On aimerait savoir comment ils ont réglé ça en Gaspésie », parce qu'ils ont appris qu'il y avait une crise du logement en Gaspésie. Je vous donne un exemple concret, c'est assez intéressant.

Je termine avec la presse hebdomadaire. Les gens nous ont parlé d'un dévouement de la presse hebdomadaire, des journalistes. Vous allez voir ça dans le rapport, il y a des gens qui ont exprimé des critiques, évidemment, comme je le disais ce matin avec 200 hebdomadaires, ce serait surprenant que personne n'ait de critiques. On a parlé du problème de proximité. C'est difficile à vivre quand les gens se côtoient. C'est peut-être ce qui est arrivé à un moment donné, qu'on a abandonné, dans certains endroits, la notion d'éditorial par exemple, ça devenait peut-être trop litigieux, je ne sais pas, mais c'est un point qui a été soulevé. Les gens voudraient revivre ça. Il y a aussi eu la question de l'hebdomadaire avec le quota de pub à l'intérieur. Il y a quelqu'un qui s'est levé, c'était à Gaspé, qui a dit : « Là, il faut faire attention, parce que c'est gratuit. Alors là, ça coûte cher pour faire imprimer, les frais de papier ont augmenté, les frais de transport ont augmenté. »

C'est ça la tournée des régions, c'est des choses qui nous disent une chose et puis qui nous disent l'autre aussi. Nous, on accueille la parole publique. Donc, toute la question de la publicité, oui il y a des endroits où les gens ont dit : « Si on achète pas de la pub, ils ne parleront pas de notre affaire. » Mais, il y a d'autres endroits où ils nous ont expliqué, avec des preuves à l'appui : « On a parlé de ça dans une région, puis on a été coupé par les pouvoirs publics. Ils n'ont plus acheté de publicité. » La publicité est devenue comme un enjeu de l'un et de l'autre à certains endroits. Tout le monde fait un peu de chantage à la publicité. Donc, ça a été soulevé et, encore une fois, on a une diversité des points de vue.

Dans les solutions on a parlé de mesures fiscales, de partenariats, d'aide, de soutien aux stagiaires, parce que souvent les jeunes journalistes commencent dans les régions. Donc, on a parlé de fonds publics, de dégrèvement fiscal pour favoriser, aider les entreprises régionales à mieux faire leur travail. C'est beaucoup plus que ça, mais vous avez le rapport.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Vous avez fait un bon résumé des thèmes. J'ai hâte d'entendre nos invités. Monsieur Généreux, je ne sais pas ce qu'il va me dire lorsque le maire du village ou de la ville n'aime pas ce que le reporter de la place a écrit et qui appelle le patron. Parfois le maire a plus de pouvoir que le journaliste ou vice versa. On va demander, d'ailleurs, à un journaliste, notre prochain invité qui est Marc Larouche, journaliste pigiste. J'aimerais, Marc Larouche, que vous nous disiez dans quel cadre vous travaillez comme journaliste pigiste pour permettre aux gens de très bien vous situer par rapport à notre problème.

**M. Marc Larouche, journaliste pigiste**

Je ne sais pas s'ils vont très bien comprendre parce que moi-même, parfois, j'ai de la difficulté.

Je suis pigiste pour *Le Soleil*, qui est un quotidien de Québec. Je suis pigiste pour le *Saint-Laurent Portage* qui est un hebdomadaire de Québec pour le Bas-Saint-Laurent. Je suis lecteur de nouvelles pour *Radio-Canada* à Rivière-du-Loup, reporter pour *TQS Rivière-du-Loup* et, jusqu'à il n'y a pas si longtemps, j'avais une émission de radio quotidienne. Je suis également journaliste, monteur, recherchiste pour *MétéoMédia*. C'est assez compliqué.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

On appelle ça de la convergence.

Allocution de **M. Marc Larouche**, journaliste pigiste

Non, on appelle ça de la polyvalence! Mais c'est drôle parce que je me suis rendu compte que, souvent je me réveillais le matin et j'entendais mes textes que j'avais écrits dans *Le Soleil*, à la radio. Je me suis dit, au fur et à mesure, que je ferais bien de me plagier moi-même, au moins j'aurais deux salaires et c'est ça finalement qui est arrivé à la longue.

C'est drôle, parce qu'on parlait tout à l'heure de faits divers, que les réseaux ne s'intéressent aux régions que lors de faits divers importants. Je vais commencer par une histoire : Rivière-Ouelle, un village de mille habitants, sur le bord du Saint-Laurent où s'est produit le meurtre de Nancy Michaud au mois de mai, l'attachée de presse du ministre Claude Bécharde. Au départ, c'était un vendredi, c'était géré comme une disparition. Moi, j'étais sur le terrain avec mes collègues des médias régionaux. Ensuite, c'est devenu un enlèvement. Alors, ça a pris, un petit peu plus d'ampleur et ensuite un meurtre. Alors, au fur et à mesure où la nouvelle prenait de l'ampleur, on voyait les médias nationaux débarquer et les réseaux avec l'artillerie lourde, les camions satellites, nommez-les, ils étaient tous là, des médias dont j'avais jamais entendu parlé moi-même. Tout le monde était là et moi, j'étais sur le terrain avec mon enregistreur, ma caméra, à tout couvrir seul pour *Le Soleil*, *Cyberpresse*, *Le Saint-Laurent Portage*. Au départ *La Presse* aussi, parce que *La Presse* n'enverra pas quelqu'un de Montréal pour couvrir la disparition de quelqu'un dans le Bas-Saint-Laurent, lorsqu'il y a la fête de la Reine qui s'en vient. Alors, évidemment ils ont envoyé des gens au fur et à mesure que la nouvelle a pris de l'importance, mais au départ j'étais tout seul et j'ai réussi à tout couvrir tout seul. J'ai eu la confiance de mon principal employeur de Québec, *Le Soleil*, d'ailleurs je le remercie. Parce qu'il y a encore un mythe et on parlait de mythe folklorique des régions tout à l'heure, j'aurai l'occasion d'y revenir. C'est ça qui sépare finalement la presse régionale des journalistes au niveau national, c'est un monde, c'est des moyens qu'on a pas, pourtant on réussit à se débrouiller et à rendre l'information de qualité. Les gens parlaient de dévouement de la presse régionale, ceci étant dit, je suis votre tout dévoué mais Dieu qu'ils ont raison!

Souvent, ce qu'il faut mettre de l'avant c'est le système D, nous au *Saint-Laurent*, le territoire à couvrir est très grand. Pour ma part, je couvre seul quatre MRC, donc, s'il y a une conférence de presse à Rivière-du-Loup à 10 heures et une à 10 h 15 à la Pocatière, qui est à peu près à une heure de distance, c'est impossible de tout couvrir seul. Mais, comme il faut tout couvrir quand même, on s'arrange. Alors, on fait une entrevue par téléphone et moi, j'appelle l'un de mes amis qui est là-bas et qui va à la conférence de presse prendre une photo qu'il m'envoie et quand l'occasion se présentera, je lui renverrai l'ascenseur. C'est ce qui se passe et on réussit à se débrouiller. J'ai un exemple très récent : mardi, j'étais au rassemblement des Bloquistes à Rivière-du-Loup, j'ai vu arriver la journaliste de la télévision communautaire du Kamouraska avec le journaliste de l'hebdomadaire régional. Elle n'avait pas de caméraman alors je lui ai demandé : « Qui fait ta caméra? » Et elle m'a dit : « C'est lui qui fait ma caméra! » Alors, l'entraide était très forte voyez-vous? Sans que l'autre ait le salaire, c'est l'autre qui a tenu la caméra pendant que se passait l'entrevue. Les technologies sont souvent absentes, on y a fait référence et c'est vrai. Lorsqu'on sort des grands centres, Internet sans fil, oubliez ça, Internet haute vitesse c'est très rare. Des fois, Internet tout court on ne l'a pas. En août, je ne sais pas si vous vous souvenez, ça a été traité par les médias nationaux parce que c'était un fait divers, il y a eu des inondations importantes dans un village au Témiscouata, qui s'appelle Saint-Marc-du-Lac-Long. On sait où c'est nous de la presse régionale, il y a tellement de détours que même le GPS est dans le champs, là. Il n'y a rien aux alentours, il fallait vraiment savoir où on allait. On arrive là, pas d'Internet évidemment, le cellulaire ne fonctionne pas, mais il y a un journaliste qui avait fait un cercle rouge en face du garage municipal avec un X. Si on était dans le cercle, on avait un signal de cellulaire, si on mettait un pied en dehors du cercle, il y en avait plus. C'est un exemple pour vous mentionner avec quoi on doit travailler finalement.

Il n'y a pas beaucoup d'effectifs non plus pour couvrir tout le territoire, ce qui amène des problèmes de repiquage de l'information. Comme je le mentionnais, ça m'est arrivé souvent de me réveiller le matin et d'entendre mes textes à la radio et les gens de *Radio-Canada* me faisaient état également que plusieurs de leurs textes sont repris par d'autres médias, probablement, j'ose espérer, par un manque d'effectifs. Il y a moins de journalistes et les journalistes doivent quand même composer leur bulletin de nouvelles, le rendre et la tentation est grande, à ce moment-là, que de ne relire que le communiqué intégral ou alors de

reprandre l'information d'un autre média qui lui, l'a déjà couvert. Et on parlait des réseaux qui ne s'intéressent aux régions qu'en cas de faits divers importants, c'est très vrai et on a beaucoup d'exemples de ça, dont le meurtre de Nancy Michaud dont je parlais tout à l'heure et le jeune de Trois-Pistoles qui est décédé des suites d'un coup de poing à la tête. Les réseaux ont débarqué et il y en aurait beaucoup comme ça. Sauf que, quand on crée deux cents emplois à Rivière-du-Loup, on n'en a pas parlé aux réseaux, alors que deux cents à Rivière-du-Loup c'est peut-être l'équivalent de 2 000, 3 000 ou 4 000 à Montréal et, dans ce cas-là, on en entendrait certainement parler. Alors là, si on dit que les réseaux ne s'intéressent aux régions qu'en cas de faits divers, c'est très vrai, on le vit souvent. D'ailleurs, si je peux me permettre une anecdote : c'était un 1er ou un 2 janvier, j'étais chez mes parents en congé et je reçois un appel de *LCN* à Montréal me demandant de faire un reportage parce que le Trans Saint-Laurent qui est le traversier qui relie Rivière-du-Loup à Saint-Siméon est en naufrage. J'écoute la nouvelle, j'étais certain que le bateau était penché et que tout le monde était à moitié mort. Alors, j'appelle directement sur le bateau. Le capitaine me dit qu'effectivement ils sont pris dans la glace, mais à peu près à 200 mètres de la rive, on a servi le repas à tout le monde, personne ne panique, on attend la garde côtière simplement pour amener le bateau à quai et c'est aussi simple que ça. Donc, je fais mon reportage à *LCN*, mais j'ai dû dégonfler le ballon de la lectrice en terminant, en lui disant qu'on était très loin du naufrage du Titanic. Alors que lorsqu'on écoutait cette nouvelle qui passait en manchette, en rafale, depuis le début de la journée, ça avait l'air vraiment urgent.

Il y a aussi des avantages à travailler en région. Ce qui ressort le plus en comparant avec des confrères qui travaillent ici, ce sont les fameux embouteillages. À Rivière-du-Loup, quand on attend 2 minutes à une lumière c'est beaucoup. Ici, c'est un désavantage très important qu'on n'a pas. Les gens, les patrons nous appellent par notre nom, on n'est pas qu'un numéro au bas d'un slip de paye. C'est dommage parce qu'il y a un mythe qui persiste encore comme quoi les journalistes travaillent en région parce qu'ils ne sont pas capables de travailler en ville ou pas assez bons pour y travailler. C'est totalement faux. La preuve en est que souvent les gens des régions qui sont appelés à collaborer avec les médias nationaux pour telle ou telle raison se font courtiser ensuite par ces médias-là. Je vous en parle et j'ai deux exemples en tête dont un très récent : « Viens donc nous voir à Montréal, ou Québec, tu serais bien! » Alors, souvent les gens, par attrait de travailler en ville où l'importance du vedettariat équivaut à la puissance de l'antenne que l'on a sur la tête, alors quelques fois des gens se laissent tenter et, à un certain moment donné, on n'est plus la saveur du moment et on est donc écarté sans raisons aucunes. Évidemment, quand on sort des régions, ne serait-ce que pour l'orgueil personnel, on a un peu de difficultés à y retourner. Le mythe qui persiste que les journalistes ne sont pas assez bons pour travailler en ville, c'est faux. On a Internet autant que faire se peut, dans les grands centres, on a des *blackberry*, on sait ce que c'est un cellulaire. J'ai l'air d'ironiser un peu mais c'est ça. J'ai déjà vu à Trois-Pistoles, chez Victor-Lévy Beaulieu, trois équipes différentes de *Radio-Canada*, Québec, Rivière-du-Loup et Rimouski, trois équipes télés pour la même conférence de presse. Il y a une constante qui se dégage de ça : on dirait que les gens des réseaux ne font pas confiance aux journalistes en région qui sont peut-être les personnes à appeler en désespoir de cause ou en toute fin de moyens. Si quelqu'un de Québec ou Montréal ne peut pas y aller, on va se contenter de lui comme s'il n'était pas assez bon pour faire ces reportages-là au national. C'est un peu dommage parce que les journalistes en région sont formés, sont compétents. Ils veulent rester en région. Beaucoup de mes confrères travaillent en région et veulent y demeurer. Ils suivent des cours d'espagnol et veulent rester à Matane. Alors pourquoi pas? On se sauve déjà des embouteillages et, si je peux vous donner un exemple de presse nationale qui s'intéresse au régional, je pense qu'à mon sens il y a seulement *Le Soleil*, comme quotidien, qui s'intéresse aux régions depuis toujours et on ne parle pas que de faits divers. On a fait état de l'espace au niveau régional qui avait diminué dans *Le Soleil*. Ce n'est pas vraiment l'espace qui a diminué selon moi, mais c'est qu'on ne cantonne plus les journalistes régionaux à la simple section régionale. S'il y a un texte qui est d'importance nationale, on va le mettre à l'économie générale plutôt que de le laisser au régional. Par exemple, aujourd'hui je signe un texte dans *Le Soleil* qui est paru à la une du cahier économique sur une alliance possible entre Alstom et Bombardier dans le contrat du métro de Montréal. Alors, je ne sais pas si je vous l'apprends, c'est Rivière-du-Loup qui vient vous l'apprendre ici, mais ce texte-là n'est pas dans la section régionale, il est dans la section régionale économique et tant mieux! C'est une preuve que l'information régionale a autant d'importance que la nationale.

On peut conclure sur cet exemple-là. Les journalistes des régions sont aussi compétents que les journalistes des réseaux. Si vous voulez un conseil, les gens des réseaux, c'est de nous faire confiance simplement, de venir voir ce qu'on a à offrir.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Est-ce que je peux vous donner une minute de plus en vous posant une question? Est-ce que c'est une perception, et mon ancien patron à *RDI* disait : « La perception c'est la réalité », quand on est en région, qu'on ne nous fait pas confiance ou si c'est une réalité?

**M. Marc Larouche, journaliste pigiste**

Je pense que c'est une réalité. Quand on parle de faits divers importants, comme le meurtre de Nancy Michaud par exemple, moi j'étais sur place, je connaissais les acteurs, les journalistes régionaux qui étaient avec moi connaissaient les acteurs. Alors, il n'y a personne de mieux placé que les gens qui sont sur le terrain pour savoir quoi faire et pour savoir ce qui se passe. Donnez-moi quelques secondes de plus pour vous conter une anecdote là-dessus. On était le lundi, cette histoire avait commencé le vendredi. Entre temps, on avait localisé le corps. Le lundi matin, vers 9 h 10, on attendait qu'ils sortent le corps et quelqu'un me téléphone et me dit : « Vous, vous êtes fait avoir, ça s'est fait cette nuit. » Je me suis dit que ça ne se pouvait pas parce qu'on est plein de journalistes ici et on attend tous. Pourtant, ils ont réussi à semer le doute, et finalement, je demande qui est la source de cette information et on me dit que c'est un chroniqueur de Montréal, chroniqueur judiciaire très connu qui répète partout sur le réseau, à la télévision, en direct, que ses contacts lui ont mentionné que le corps avait été sorti la nuit dernière, que tout était fini. Alors que nous sur le terrain, ce n'était pas vrai et on avait de la difficulté à me croire, parce que je n'étais pas au réseau, alors que moi, j'étais là pourtant sur le terrain. Alors, voyez-vous, je pense que ce n'est pas une perception, c'est une réalité.

J'avais pensé aussi que je ne vais pas seulement chialer, je vais peut-être amener une solution. C'est drôle parce que ce que les gens suggèrent dans le rapport va un peu avec la façon de penser que je vais amener : si les réseaux prenaient une dizaine de minutes par jour pour ressortir la nouvelle la plus importante de leurs stations affiliées régionales, d'en faire un bloc régional, mais qui serait diffusé au national, je pense que cela aiderait pas mal les choses. Ce ne serait même pas compliqué parce que les reportages sont déjà faits, déjà montés, déjà prêts. Ils ont été réalisés par des journalistes qui sont aussi professionnels que ceux qui ont une antenne importante sur la tête.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Merci beaucoup, on reviendra sur votre solution plus tard et merci pour ce détail entre perception et réalité. On va passer maintenant à monsieur Charles Michaud, président d'Hebdos Québec, les hebdomadaires dont il est abondamment question dans ce rapport du Conseil de presse. Votre perception et votre réalité, monsieur Michaud.

*Allocution de M. Charles Michaud, président d'Hebdos Québec*

Je vous écoutais demander à mon collègue ici à ma gauche et allons-y donc, tiens, pour les déclarations, conflit d'intérêts, puisqu'on y est. Dans la vraie vie de tous les jours, mon travail c'est d'être vice-président directeur des hebdomadaires régionaux de Québec. Alors, pour dissiper toutes questions, vous savez maintenant qui je suis et je suis également l'employeur de Marc à l'occasion, puisqu'il fait de la pige dans notre journal de Rivière-du-Loup.

On parlait tout à l'heure de la perception que les nationaux peuvent avoir des journaux régionaux. Moi, je peux vous dire que les journaux régionaux ont aussi une perception des journaux nationaux. Il faut voir le monde à l'envers des fois et ne vous étonnez pas mais, au-delà du fleuve et au-delà du rayon qui est visible à partir de cet édifice, il y a des gens et ils écrivent des journaux et ils existent. Et quand ils voient des journalistes de la presse nationale, ils se disent invariablement : « Tantôt à la télévision ou demain à l'écrit

ou tantôt sur le web, je vais lire une histoire locale où on va se tromper de prénom ou on va se tromper de nom de rue et on n'aura pas tout à fait les faits exacts. » À cause de cette réflexion-là ou à cause de cette situation-là, ils vont se mettre à douter, un petit peu, de l'authenticité du reste des faits bien sûr. À titre de professionnels de l'information, on est tous fort conscient du fait que la moindre brique croche dans un édifice met en doute la qualité du travail du maçon. Alors, on insiste énormément dans nos journaux pour être précis et un caractère particulier de nos journaux qui illustre bien qui on est. Dans un hebdomadaire local ou régional si vous vous trompez de prénom, vous allez en entendre parler probablement le lendemain en vous achetant du saumon dans le comptoir à poisson de l'épicier, parce que la personne va être devant vous, ou son frère, ou son cousin. Cette petite anecdote illustre ce qu'est au fond la presse régionale.

Je vais vous faire un portrait très rapide de notre industrie. À l'heure où l'ensemble de l'industrie des médias se fascine pour le local et met le *focus* sur le local à tout prix, parce que c'est une information qui est proche des gens, qui est pertinente et qui a trait à leur vie de tous les jours. C'est un terrain que la presse hebdomadaire au Québec et la presse communautaire, partout dans le monde, foule à tous les jours et ceci, depuis des années, depuis plus d'un siècle dans le cas de certains de nos journaux membres, depuis plus de cinquante ans dans le cas de la majorité des journaux qui font partie de notre association. Alors, c'est avec un peu de cynisme qu'on voit les gens découvrir l'information locale. Nous sommes, les journaux locaux et régionaux, une presse qui est personnelle, proche des gens et qui veut être pertinente le plus possible et qui est directement branchée sur ce qui se passe autour d'elle. Je peux facilement intuitionner que de tous les médias, c'est nous qui sommes le plus souvent confrontés à la réalité suivante, c'est-à-dire, que les gens qui lisent nos comptes rendus et nos reportages sont aussi des gens qui ont été des témoins directs des événements. C'est un test que l'on doit passer auprès de nos lecteurs, un à un, à un niveau de familiarité, de connaissance, et de pertinence qui est extrêmement aigu, et je pense que ça nous caractérise.

C'est aussi cette proximité qui traîne avec elle son risque de promiscuité dont on a parlé tantôt. C'est un risque, que l'ensemble de l'industrie de la presse court et c'est un risque qui n'est pas particulier à la presse hebdomadaire. J'ai noté, avec une certaine insatisfaction, que dans le rapport qu'on nous présente aujourd'hui, ce point-là est soulevé, mais seulement à l'égard des hebdomadaires, alors que je verrais très bien la pertinence qu'on se pose la question dans d'autres domaines.

Évidemment, notre mandat d'affaires est différent des journaux urbains. 90 % des journaux régionaux au Québec sont des journaux à distribution gratuite et le reste au Québec : 7 hebdomadaires vendus sur 149 membres de l'Association que je représente. La presse hebdomadaire gratuite a précédé la presse gratuite urbaine que l'on connaît tous maintenant. Et quant à s'interpeller sur notre rôle, sur notre fonction et sur la pertinence de ce que l'on fait auprès des gens et des lecteurs, considérons aussi le fait suivant : moi, je suis venu ici ce matin en transport en commun. Dans le wagon dans lequel je prenais place, dans le train de banlieue, la majorité des gens lisait un quotidien gratuit. Il est difficile de ne pas se poser la question, à savoir si ces gens-là ne sont pas parfaitement contents de parcourir rapidement un quotidien gratuit en allant ou en revenant du travail, et s'ils ne jugent pas qu'ils en aient parfaitement assez. En tout cas, la stagnation des tirages que l'on observe dans la grande presse nationale pourrait laisser croire qu'il y a un indice là-dessous. Alors, pour beaucoup de gens, c'est peut-être, tout simplement, ce dont ils ont besoin.

Je vais revenir aussi sur notre impératif d'affaires, puisque je représente une association d'entrepreneurs et je m'inscris également en faux sur la déclaration qui a été faite ce matin par monsieur Cardinal. C'est regrettable, mais dans la vie de tous les jours, nos journaux veulent être là demain et veulent publier la semaine prochaine, et je vous rappelle que certains sont centenaires ou cinquantenaires etc. Je vous rappelle qu'il y a un impératif commercial incontournable, qui est un défi particulier pour la presse régionale à cause des facteurs très géographiques que sont l'étendue du territoire et la faible densité de la population. Il y a un défi économique pour nous. Je regrette, mais pour nous l'information est subordonnée à notre modèle d'affaires. On doit d'abord et avant tout s'assurer d'être là demain si on veut faire de la nouvelle pertinente et précise. Ça ne veut dire que...

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Vous avez bien dit subordonnée?

**M. Charles Michaud, président d'Hebdos Québec**

Elle est subordonnée dans la mesure où, si le journal n'existe pas, on ne fera pas de nouvelles, c'est aussi simple que ça. Il faut appeler les choses par leur nom. Nos journaux survivent et prospèrent donc, grâce à leur pertinence, grâce à leur capacité de rejoindre les gens et surtout grâce à cette capacité qu'on a développée chez nous qui est de rejoindre les gens un à la fois. Ce qui caractérise nos lecteurs à nous, c'est bien simple, c'est que ces gens-là habitent dans une même région. C'est une communauté d'abord et avant tout, géographique. Ils boivent la même eau, ils payent les mêmes taxes, ils fréquentent les mêmes endroits, ils vont dans les mêmes hôpitaux, ils patinent, ils pédalent, ils magasinent tous, dans des lieux communs et ils se croisent sur une base régulière. Ce sont leurs intérêts à eux que nous couvrons, que nous traitons dans notre information de tous les jours. Cette proximité-là, avec la vie de tous les jours, avec le pratico-pratique, nous impose quelques paramètres d'information. Je vous ai parlé tantôt de la précision à laquelle on est contraint, compte tenu que nos lecteurs sont aussi des témoins des nouvelles qu'on couvre. Ça nous oblige également à faire notre métier de façon fort transparente, fort honnête et avec toutes les règles d'éthique et de rigueur journalistique que ça impose.

Sur une échelle simple et humaine, il faut être capable, particulièrement lorsqu'on est dans un journal hebdomadaire et qu'on est près des gens, d'endosser le principe que la simplicité, malgré les apparences, n'est pas le contraire de l'intelligence. Il faut, au contraire, et pardonnez-moi d'être rabelaisien, quelques instants, mais il faut aller à la substantifique moelle. Il faut aller au cœur des événements, il faut aller au cœur de ce que les gens disent. Et ça, nous le faisons, nous, en nous détournant un peu, et ceci résolument, du Québec parapublic et institutionnel à certains égards. Non pas que nous ne soyons pas préoccupés par l'avis des institutions ni par le rôle que jouent les institutions dans la vie des gens de tous les jours, mais que nous abordons la question de ces institutions et de leur travail sur le terrain. Vous allez donc trouver dans les régions de temps à autres, particulièrement si vous consultez les organismes parapublics et régionaux et particulièrement si vous consultez les éternels intervenants, vous allez trouver des gens qui sont des directeurs régionaux de centres administratifs quelconques qui vont déplorer le fait qu'on ne publie pas intégralement les communiqués qui nous décrivent le dernier changement dans l'appareil public qui fait en sorte que les poignées de portes de l'hôpital seront plus basses qu'elles ne l'étaient auparavant.

On va conclure en disant que ces mêmes directeurs d'hôpitaux-là, qui déplorent le fait qu'on ne présente ses communiqués intégralement, sont aussi ceux qui barrent les portes de l'urgence chaque fois qu'on veut aller voir s'il y a trop de monde.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Une question pour vous permettre de réfléchir : quelle différence vous faites entre un journal qui est subordonné à son modèle d'affaires et une circulaire?

**M. Charles Michaud, président d'Hebdos Québec**

Il y a une différence fondamentale, ce n'est pas parce qu'un journal est subordonné à un modèle d'affaires qu'il ne doit pas être un journal. Il faut qu'il gagne le respect de ses lecteurs, c'est fondamental.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Par sa portion information?

**M. Charles Michaud**, président d'Hebdos Québec

Monsieur Maisonneuve, il n'y a que la radio d'État et la télévision d'État qui sont dans une situation où elles peuvent compter sur un appui qui vient de la collectivité. Dans notre cas à nous, on est d'abord en affaires. Alors, le journal va être plus volumineux quand il y a plus de volume de publicités parce que c'est avec ça que l'éditeur paye ses factures. L'éditeur, comme entrepreneur, je ne le considère certainement pas comme un adversaire de la communauté. Je le considère comme un partenaire actif et impliqué dans ses communautés.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Merci beaucoup monsieur Michaud. Alors monsieur Généreux, vous n'aurez plus votre communiqué dans votre hebdomadaire régional dorénavant. Est-ce que la presse locale couvre tous vos conseils municipaux chez vous?

**M. Bernard Généreux**, président de la Fédération Québécoise des Municipalités

Tous non, mais à l'occasion certainement.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Vous savez qu'on n'entend jamais parler de l'Île de Laval à Montréal, dans l'information?

**M. Bernard Généreux**, président de la FQM

À Montréal, on entend parler que de Montréal.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

À vous la parole monsieur Généreux.

*Allocution de M. Bernard Généreux, président de la FQM*

Merci monsieur Maisonneuve. Ce que je constate, ce que j'entends à travers ce débat des médias entre eux, je vois que la préoccupation des médias locaux, régionaux versus les médias nationaux est aussi grande que la préoccupation que l'on peut ressentir dans nos territoires, dans nos régions, en regard de la couverture ou de la place qu'occupent nos régions dans cet espace médiatique et d'information qui est le nôtre. Je voyais dans le communiqué de monsieur Corriveau une phrase qui à la fois m'attriste, mais confirme une réalité dont il faut se saisir, je pense. Les citoyens connaissent mal le Québec et les régions, entre elles, se connaissent mal bien souvent, parce que l'information que l'on consomme est de l'information locale qui reste de l'information locale qu'on partage entre nous. Mais quel est le souci que l'on a dans une responsabilité plus large de ce que doit représenter l'information comme enjeu démocratique? Moi, je pense qu'il faut mettre l'importance de l'information à ce niveau-là. Quelle est la place de l'information dans la compréhension et le rôle que doivent jouer les régions du Québec dans ce qui constitue le Québec tout entier? Moi, je pense qu'il y a là un défaut majeur que l'on a constaté à travers la tournée de monsieur Corriveau et qui nous rappelle malheureusement qu'au Québec on est en train de se perdre, il y a comme une rupture entre les régions et l'image qu'on projette de la compréhension qu'on se fait des régions, à travers les grands médias nationaux.

Au plan local, au plan régional et je pense que vous l'illustrez bien dans la mesure où le local couvre bien le local et les gens se voient localement. Mais lorsque l'on prend notre demi-heure quotidienne pour se ressourcer à l'information nationale, là on a tout à coup une image de notre réalité dans laquelle on se retrouve difficilement en régions. Tantôt, à la suggestion qui était faite : pourquoi on ne se réserverait pas dans le suivi des nouvelles au même titre que l'on peut le faire, c'est peut être un mauvais exemple, mais comment on suit les cotes de la bourse et l'évolution de la crise financière et qu'à travers ça on se fait une

idée, on est capable de jauger comment cette crise évolue, comment à partir d'un état de connaissance, on se fait notre propre compréhension de ce qui se passe. Comment, en même temps, on ne pourrait pas développer à travers une information de niveau national, une meilleure compréhension des réalités de nos territoires, et comment nos territoires et nos expériences de régions contribuent également à la diversification de la richesse du Québec, à son développement, à sa diversité et à sa richesse. Quand on caricature la Gaspésie comme une région qui est en train de mourir et qu'en même temps il y a un défi de pénurie de logement, en même temps que Gérard Guay dit qu'on va faire Gaspé Land et qu'on va fermer ça l'hiver. Et puis sur certaines tables rondes on se pose ouvertement la question : doit-on fermer les régions? Parce que ça coûte cher de maintenir cette petite gang dispersée sur un grand territoire.

En même temps que l'on se pose ces grandes questions existentielles, il y a des réalités régionales beaucoup plus riches, beaucoup plus prospères que la compréhension qu'on s'en fait souvent, du point de vue de l'extérieur. La nouvelle ou l'information est aussi actuellement dans ce contexte de la concentration, de la manchette à répétition. Ce qui fait en sorte que souvent, on dénature les choses en leur accordant une importance qu'elles n'ont pas. J'entendais lors de la tournée du Conseil de presse, l'exemple de la Chaudière qui, chaque année déborde et les caméras des médias nationaux qui viennent voir déborder la Chaudière. Pour les gens de la Beauce, ce n'est plus une nouvelle; elle déborde à chaque printemps. Mais c'est la connaissance qu'on a de la Beauce, c'est la rivière la Chaudière qui déborde. Y a-t-il autre chose qui existe en Beauce que la rivière Chaudière qui déborde? (Le public souligne Maxime Bernier) C'est une autre forme de débordement, toute beauceronne soit-elle!

Il reste qu'en tant que représentant de la Fédération des municipalités du Québec, on représente au-delà de 900 municipalités. Cette réalité de territoire, on la sent comme un manque de reconnaissance dans un contexte où l'information est une clé essentielle au développement. C'est un défi collectif et j'aimerais que ce soit perçu comme tel par l'ensemble de la société à travers ces médias, ce défi d'occuper le territoire, de pouvoir le représenter, de l'accompagner, de le comprendre et de pouvoir dire : « Regardes, il se fait de bonnes affaires en Abitibi, en Gaspésie et puis sur la Côte-Nord. » Autrement que par une nouvelle qui est souvent de l'ordre du fait divers comme on l'a dit précédemment ou du petit maire qui s'est fait pincé dans un conflit d'intérêts avec le promoteur du projet éolien qu'il y a dans son coin, ça on va le traiter abondamment mais l'effort que fait le milieu pour se diversifier au plan économique, pour sortir de sa dépendance historique liée à l'exploitation des ressources naturelles. Comment est-ce qu'on suit cette évolution du Québec qui est en train de se faire à travers la politique de la ruralité, à travers un effort vers la décentralisation, plus de responsabilités. On dit : « On leur donnera pas de responsabilités, ils sont trop incompetents, ils ont pas des gros salaires comme en ville. » Comment est-ce qu'on se suit là-dedans? Pour voir qu'il y a aussi une évolution du développement dans nos régions qui souvent est bien rapportée dans nos médias locaux mais ne trouve jamais écho dans la presse ou dans la couverture nationale. On vivait récemment à Québec notre congrès annuel où on a parlé de l'occupation de notre territoire, de décentralisation, de développement de petites centrales hydroélectriques. Oh mon Dieu! Ça c'est un scandale que de parler qu'il pourrait y avoir des communautés ou des municipalités qui mettent en place des projets de développement hydroélectrique, on va perdre nos rivières au Québec si on fait ça. Mais, il y a là des opportunités de développement. Est-ce qu'on comprend bien comment tout ça évolue et devient des opportunités de développement dans un espace géographique qu'on connaît mal, autrement que pour s'y rendre une fois de temps en temps en touristes pour voir si effectivement il y a encore du monde qui reste là.

Je pense qu'il faut sortir de ce modèle-là, surtout dans un contexte où on se dit : les moyens d'information sont tellement diversifiés, sont tellement accessibles que le paradoxe c'est qu'en même temps on assiste à une méconnaissance de ce qu'on est comme réalité socioéconomique et logique. On se prive de cette richesse-là à travers des outils d'information qui pourraient nous mettre ensemble plutôt que de nous caricaturer les uns et les autres. Et des fois, cette caricature va aussi bien pour nous, les régionaux, vis-à-vis de la méchante métropole. Et là, il y a à faire en sorte que le développement de l'un ne doit pas nécessairement se faire au détriment de l'autre. Mais s'installer dans une certaine complémentarité de ce qui constitue nos réalités à nous et les défis qu'on a à relever : celui d'intégrer le grand ensemble métropolitain n'est peut-être pas plus intéressant ni passionnant que celui d'occuper le territoire québécois dans des espaces géographiques très grands. Mais chacun a sa réalité, chacun a ses défis à relever et je

pense qu'avec les hommes et les femmes qui s'impliquent, j'ai l'impression qu'il y a de la belle nouvelle à partager et de la belle information.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Monsieur Généreux vous venez de dire : « Il y a de la belle nouvelle à partager ». Mais la transparence existe-t-elle toujours? Parce que vous avez mentionné quelques dossiers régionaux et pour que la presse fasse son travail régional, que ce soit la presse nationale, ou locale, faut-il de la transparence? Parlons des petites rivières, parlons des éoliennes, parlons de tous ces projets-là, où dans de nombreuses régions par exemple, on s'est aperçu qu'on était devant des faits accomplis, alors que dans d'autres régions on était dans une démarche très ouverte, très transparente pour amener les gens à se prononcer. Est-ce qu'il y a une nécessité de transparence entre les décideurs et entre ceux qui doivent évaluer le travail des décideurs?

**M. Bernard Généreux, président de la FQM**

Je pense que dans la méconnaissance de ce qu'on est, nous on n'a pas le choix que de prendre les décisions. Notre obligation est de siéger en public et par résolution. Et une résolution est forcément publique. Bien sûr, on peut discuter avec un promoteur d'un projet avant de le rendre public, au même titre que des projets industriels dans quelque milieu que se soit. Avant de faire l'annonce par une conférence de presse, il y a toujours un travail de préparation, de compréhension et d'entente à convenir. Mais, sur ces enjeux-là, notre sensibilité ou la sensibilité qu'on représente pour beaucoup de monde est qu'on joue souvent avec un espace de territoire où la compréhension qu'on s'en fait ou la perception qu'on en a, est celle qu'on est tous collectivement propriétaires de ces affaires-là et « ne viens pas t'aviser de jouer avec mon territoire sans m'en parler, moi qui ai la garantie de la transparence ». Ces débats, ces enjeux vont se faire de plus en plus parce que c'est là-dedans qu'on s'en va jouer.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Dites-nous, vous qui venez de votre région, du Saguenay – Lac-Saint-Jean, comment a-t-on traité le problème de la listériose qui a touché des fromagers de votre région? Prenons un exemple comme celui-là pour traduire les limites ou les difficultés de l'information.

**M. Bernard Généreux, président de la FQM**

Chez nous, pour ceux qui ont été touchés par ça, il y a eu comme une espèce de réaction que les moyens que l'on mettait en place, plutôt que d'isoler le problème et puis entre autres chez nous, la fromagerie Médard de Saint-Gédéon, a été une de celles ciblées. Plutôt que d'isoler le problème à Médard, on a tout mis dans l'eau de javel les fromages de la région en supposant qu'une meule de fromage est en train de faire mourir le Québec. C'est ce que j'ai dénoncé au congrès de la Fédération en disant : « Écoutez, oui il y a un enjeu de santé publique dont il faut à tout prix se soucier, mais de grâce ne jetons pas le bébé avec l'eau du bain parce qu'il y a un problème quelque part. » Est-ce que c'est une faute de moyens dont le ministère fait preuve en agissant de la sorte? Mais il reste qu'on a risqué à travers ça et le ministère lui-même l'a reconnu, on a failli tuer une industrie.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Je vous posais la question par rapport à l'information. Autrement dit, avez-vous senti une différence dans la couverture que la presse locale ou régionale pouvait faire de ce problème et la façon dont la presse nationale a pu en traiter? Parce qu'on peut dire Médard sur la presse nationale, et on vient de caler tout le monde à travers le Québec. On peut dire Médard au Saguenay – Lac-Saint-Jean puis avoir la chance d'aller sur place. Avez-vous senti qu'il y avait une différence de traitement?

**M. Bernard Généreux**, président de la FQM

Non, moi j'ai plutôt senti qu'on touchait à quelque chose qui était en même temps un objet de notre fierté et on était tous malheureux que ça arrive et de la manière dont on traitait le problème. On se disait qu'il y avait quelque chose de disproportionné dans ce qu'on est en train de faire et on risque encore une fois de détruire ce qui est pour bien des gens et pour bien des régions, ce qui a pris comme une quinzaine d'années à mettre au point, dans une seule mauvaise décision. Encore une fois, tout en étant préoccupé par les questions de santé publique, je pense qu'il y a un incontournable là-dessus. Là-dessus je pense qu'on peut se rejoindre.

**M. Charles Michaud**, président d'Hebdos Québec

Il y a fort à parier que, quand Médard lance un nouveau produit ou double sa production ou prend de l'expansion, les journaux locaux en traitent vraisemblablement, alors qu'au national on en entendra pas parler.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Est-ce que vous avez une conclusion à nous apporter monsieur?

**M. Bernard Généreux**, président de la FQM

Je pense que, dans tout ce qu'on a pu constater et partager, je rejoins beaucoup les commentaires qui ont été exprimés précédemment. Je pense que l'on doit se ressaisir et faire en sorte que les outils de communication les plus diversifiés, les plus raffinés qu'on a, les plus rapides que jamais, servent à nous réconcilier les uns avec les autres plutôt que de continuer à nous disperser et de nous faire paraître pour ce qu'on n'est pas.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Merci beaucoup, monsieur Généreux. Maintenant, notre dernier intervenant François Bourque qui est le président de la FPJQ et qui lui peut se permettre de faire des commentaires à travers le Québec sur tout ce qui se passe au Québec. Alors à vous François Bourque.

*Allocution de M. François Bourque, président de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec*

Merci. Je viens de Québec et je peux vous dire que je n'ai pas résolu cet autre mystère de Québec qui est de savoir : est-ce que Québec est une région ou un centre urbain? Donc, je ne sais pas si on a le meilleur ou le pire des deux mondes, mais ce problème-là n'est pas résolu.

On me demande de réagir ou de commenter brièvement le rapport qui a été présenté ce matin.

Je dois vous confesser que je suis moi-même, je ne sais pas si je dois dire, un adepte ou une victime, du multitâche comme journaliste donc je n'ai pas encore pris connaissance de la totalité de ce rapport-là. Alors, je m'apprête donc à faire quelque chose qui me vaudra peut-être les foudres du Conseil de presse, c'est-à-dire commenter un rapport que je n'ai pas lu encore, complètement. Enfin, j'imagine que monsieur Corriveau, depuis le temps qu'il surveille et que le Conseil de presse surveille les agissements des journalistes, doit minimalement être suffisamment journaliste pour nous avoir fait un compte rendu un peu fiable de ce qu'il y a dans le rapport, donc je réagis brièvement là-dessus avant de dire comment on voit les choses à la FPJQ.

Première réaction, je n'ai pas eu d'immenses surprises à entendre monsieur Corriveau et monsieur Amyot ce matin nous décrire un monde des régions où l'on se questionne sur la qualité de l'information, sur le nombre d'effectifs, sur le sensationnalisme, sur l'équilibres de points de vue, le manque de suivi, l'uniformisation. Il me semble que ce sont des problèmes dont on entend parler depuis longtemps. Donc, il

n'y a pas d'énormes surprises à découvrir ça. Bien sûr, il y a là-dedans des choses qui sont préoccupantes lorsqu'on s'aperçoit que les moyens de diffusion ne permettent pas d'acheminer l'information jusqu'aux citoyens, alors, il y a un problème. Si l'information est de bonne qualité et faite avec rigueur, faite dans le souci de l'intérêt public, c'est bien beau, mais si le journal n'est pas livré, si on ne réussit pas à se brancher pour prendre connaissance de cette information-là, évidemment tout l'effort aura été fait en vain. Donc, il y a des choses qui sont préoccupantes là-dedans, pas nécessairement de grandes surprises.

Évidemment, lorsqu'on interroge les acteurs locaux, les acteurs sociopolitiques locaux et les citoyens qui s'intéressent à l'information régionale, il y a toujours beaucoup de candeur là-dedans : on voudrait vivre dans un monde idéal, on en voudrait plus, plus de journalistes, plus d'information, on voudrait se voir dans les grands médias nationaux. Évidemment, cette vision-là des choses ne tient pas toujours compte des réalités économiques dans lesquelles évoluent les médias. Est-ce qu'il est raisonnable dans un bulletin d'information nationale le soir, de penser qu'on peut faire de la place pour parler de chacune des régions? Je ne suis pas certain que ce soit un modèle qui tient, qui est viable. Enfin, on pourra y revenir tout à l'heure en discussion.

Ce que je dois vous dire aussi c'est qu'à la Fédération des journalistes on partage tout à fait la préoccupation du Conseil de presse en ce qui concerne l'importance de l'information locale et régionale. Vous savez que cette recherche, dont on a présenté les résultats ce matin, a été faite non en collaboration, mais on a coordonné nos efforts. Le Conseil de presse a fait cette grande tournée des régions du Québec, pour entendre les acteurs locaux raconter ce qu'ils percevaient de l'information. Du côté de la FPJQ, nous aussi, on a notre bout de travail à faire et on est en train de le faire. On devrait être capable d'en livrer les résultats un peu plus tard cet automne. Nous aussi on sent le besoin de mieux dresser le portrait de l'information locale et régionale. Il me semble qu'on est beaucoup dans le domaine des perceptions à cet égard-là, et je pense que la tournée que vous avez faite, le montre aussi. On perçoit qu'il n'y en a pas assez, qu'on manque d'effectif et tout ça. Mais qu'en est-il vraiment? C'est le réflexe des journalistes d'avoir un portrait le plus précis possible et c'est à cela que s'attaque la Fédération professionnelle des journalistes. Par des outils de mesure différents de ceux du Conseil de presse, on essaie nous aussi de compléter le portrait avant d'être capable d'identifier des moyens d'action. Essentiellement, on s'apprête à faire trois choses importantes : d'abord on va relancer une grande recherche qu'on va destiner essentiellement aux 4 000 journalistes du Québec. On va essayer de joindre un maximum de ces 4 000 personnes qui se disent journalistes, il y en a à peu près la moitié, d'entre elles, qui sont membres de la FPJQ, les autres ne le sont pas. On veut essayer de rejoindre ces journalistes-là et leur demander une grande question : que faites-vous? Que faites-vous dans votre travail quotidien? Quelle est la proportion de votre travail quotidien qui est consacrée à interroger des acteurs locaux, à aller sur le terrain, à faire du reportage? En d'autres mots, quelle est votre contribution originale à vous, comme journaliste, à la diversité de l'information? Parce qu'ultimement, c'est ce qui nous préoccupe, on pense que c'est important qu'il y ait une diversité de l'information, partout, dans toutes les régions du Québec. C'est une chose que d'avoir beaucoup de journalistes, on peut se dire que, s'il y a 4 000 journalistes au Québec, c'est suffisant, on ne peut pas s'inquiéter. Mais s'il fallait découvrir qu'il y en a 3 000 d'entre eux qui, dans leurs tâches quotidiennes, ne font que répéter ou répercuter le travail fait par d'autres, on comprend tout de suite que ce n'est pas la même contribution à la diversité de l'information. Notre recherche va beaucoup chercher à identifier que font les journalistes dans leur quotidien. On espère qu'ils vont être nombreux à nous répondre pour que l'on ait un portrait global. Évidemment, on leur posera aussi accessoirement d'autres questions sur la réalité du multitâche. On sait que ça prend de plus en plus de place dans le quotidien des journalistes alors on veut essayer de prendre cette photo-là de l'état du multitâche. Ça, c'est la première grande recherche que l'on s'apprête à faire, on devrait être capable d'aller sur le terrain d'ici quelques jours avec des envois par courriels.

Deuxième élément : il y aura un grand sondage qu'une firme professionnelle va mener à travers le Québec. Pas un sondage de 1 000 répondants qui prétendrait dresser le portrait de tout le Québec. On va essayer d'isoler des régions administratives pour avoir des résultats qui puissent être significatifs, par exemple, pour le Bas-Saint-Laurent et la Gaspésie. Donc, interroger les citoyens par rapport à l'information locale : que cherchez-vous dans l'information locale? Et on va essayer d'être très spécifiques là-dedans aussi. Qu'est-ce qui vous intéresse? Est-ce que c'est de savoir quoi faire ce soir? Qu'est-ce qu'il y a au programme culturel?

Est-ce que ce sont les résultats de vos équipes de sport locales qui vous intéressent? Est-ce que c'est ce qui se passe au Conseil de ville, dans les écoles? Donc, essayer de voir quels sont les attentes et les besoins des citoyens par rapport à l'information locale et évidemment essayer de mesurer leur satisfaction par rapport à ces besoins-là. Donc, c'est un grand sondage qui va être fait au cours des prochaines semaines. On attendait la fin de la campagne électorale, où il y a déjà abondance de sondages et les maisons de sondage étaient occupées à autre chose, pour lancer cette recherche-là mais le questionnaire est prêt. On s'apprête à réaliser ça.

Troisième élément de notre grande recherche : ça va davantage être une analyse de contenu. On a demandé à une firme spécialisée de faire une douzaine d'études de cas à travers le Québec, pour essayer de mieux comprendre et de mieux décrire comment l'information circule dans une région. Un exemple : en Gaspésie une nouvelle est publiée un bon matin. On va essayer de savoir qui sort cette nouvelle. Est-ce que c'est toujours la presse écrite, la radio ou la télévision? Et une fois que la nouvelle est sortie, comment se met-elle à circuler? Est-ce qu'elle est copiée, reprise par d'autres médias, répercutée? Est-ce que d'autres médias se servent de ça comme point de départ pour aller chercher d'autres acteurs, pour la contredire là-dessus? Est-ce que la nouvelle meurt? Est-ce qu'elle se rend parfois jusqu'aux médias nationaux? Donc, à partir d'une douzaine d'études de cas, on va essayer de mieux comprendre la mécanique de la circulation de l'information dans les régions.

Essentiellement, ce sont les trois grands volets de cette recherche que l'on va rendre publique lors de notre congrès du mois de décembre à Québec.

Qu'est-ce qu'on va pouvoir faire avec ces résultats? Évidemment, sans présumer de ce qu'on va trouver là-dedans et évidemment, ce qu'on va trouver va compléter le portrait que nous fait le Conseil de presse aussi. À prime abord, il y a quelques pistes que l'on voit déjà se dessiner. Bien sûr, du côté de la Fédération des journalistes, ça va permettre de mieux documenter les interventions qu'on peut faire auprès des pouvoirs publics. Par exemple, si dans une région donnée, un propriétaire d'une station de radio demande la permission de faire moins d'informations locales et que l'on sait maintenant que dans cette région, il y a déjà une lacune ou une faiblesse ou un besoin, alors ça nous donne des arguments supplémentaires pour dire au CRTC de ne pas autoriser cette chose-là. Donc, pour mieux documenter, mieux appuyer les interventions que l'on pourra faire devant les instances publiques. Deuxième chose, plus intangible : si on arrive à identifier dans certaines régions du Québec ce que l'on pourrait décrire comme des lacunes, des faiblesses ou des manques, je pense que ça peut aussi être un signal donné à des entreprises de presse, à des entrepreneurs locaux pour dire : « Écoutez, ici il y a une faiblesse, les citoyens nous disent qu'il y a un besoin pour tel type de nouvelles et on s'aperçoit que ce besoin n'est pas comblé actuellement par les médias. Il y a donc de la place pour un média qui voudrait s'installer pour faire de l'information locale. » Cela pourrait être l'une des suites logiques que l'on peut imaginer aux recherches qu'on va faire. C'est essentiellement ça et l'autre intérêt aussi de cette recherche est de prendre une photo qui sera systématique et méthodique. Les recherches se font par sondages, questionnaires auprès des journalistes. On va avoir une photo, un portrait qui, je pense, sera assez précis, ce qui nous permettrait dans quelques années, si on le voulait, de refaire exactement le même exercice, et là de mesurer l'évolution. Ce qui est un peu ennuyeux avec l'information locale et régionale, c'est que lorsqu'on se met à questionner des journalistes, on a l'impression qu'ils nous disent : « C'était bien meilleur dans le temps, on en avait plus à l'époque. » Et c'est vrai dans certains cas, il y a des médias qui étaient présents, qui faisaient plus d'informations, qui avaient plus d'effectifs et qui sont disparus. Mais, en même temps, il faut reconnaître qu'il y a beaucoup de nouveaux médias qui apparaissent. Il y a des médias qui transforment leur contenu; une radio musicale hier qui devient tout d'un coup une radio parlée qui s'intéresse davantage aux affaires publiques. C'est un monde qui bouge. On pourra, avec la photo qu'on va prendre maintenant, être capable de refaire l'exercice dans quelques années peut-être et voir comment les choses évoluent. Je prends l'exemple de Québec : on a déploré comme ailleurs la disparition du réseau *TQS* ou le recul important sur le plan de l'information, ce qui était dommage bien sûr, on l'a dénoncé. Mais en même temps on constate que *Radio-Canada* à Québec, depuis cet automne, a recommencé à diffuser un bulletin d'informations locales. Donc, on a un recul sur un plan, par contre on a avancé de l'autre. Je regarde *Vox* qui diffuse maintenant les assemblées municipales de Québec et qui fait davantage d'affaires publiques, qu'à l'époque. Donc, il y

des joueurs qui disparaissent, des joueurs qui apparaissent. On veut être capable de mieux documenter ça, prendre la photo.

J'ajouterais et là je m'éloigne un peu de l'information locale, mais je trouve intéressant d'avoir l'occasion de vous le dire. Ce matin, j'écoutais dans le compte rendu de monsieur Corriveau sur les attentes du public par rapport au Conseil de presse, notamment du côté de l'éthique, il y en a plusieurs qui étaient formulées, notamment : on souhaite que le Conseil de presse joue un rôle plus important. Je peux vous dire qu'à la Fédération aussi, on est en réflexion sur l'éthique. Depuis le début de l'année, on a essayé de rebrasser cette question sur tous ses sens, on a fait des recherches, regardé ce qui se fait ailleurs, pour arriver à une conclusion qui va vous paraître peut-être tout à fait évidente, mais on a quand même pris le temps d'y réfléchir comme il le faut. Qu'est-ce qui distingue un journaliste professionnel de tous les autres communicateurs qui occupent de plus en plus de place dans les médias? On parle de journalisme citoyen, des sites Internet, des blogues, etc. Donc, de plus en plus de joueurs apparaissent sur la place publique pour faire de l'information. Et nous, on sent qu'il y a une confusion grandissante qui s'installe : à qui va-t-on pouvoir se fier pour faire de l'information alors qu'il y a une multiplication des joueurs? Et on pense que ce qui distingue le journaliste professionnel de tous les autres communicateurs, c'est précisément cette question de la déontologie. Un journaliste professionnel respecte les règles déontologiques de son métier c'est-à-dire cette préoccupation constante pour la rigueur, pour l'équilibre de points de vue. On demande aux journalistes d'être indépendants par rapport à leurs sources, donc d'être transparents dans leur démarche de cueillette d'information etc. Tout ce qui constitue les règles d'éthique, de déontologie, c'est ce qui nous distingue de tous les autres. Autrement, un animateur de radio ou un citoyen qui, par un blogue, pose au fond les mêmes gestes qu'un journaliste : il va interviewer des personnes, il va faire de l'observation, il va faire des choix, il va « packager » ce qu'il trouve et le transmettre aux gens. Au fond, c'est exactement le même travail qu'un journaliste, alors qu'est-ce qui nous distingue des autres? C'est la déontologie et à la Fédération on va mettre beaucoup l'accent là-dessus au cours des prochaines semaines et des prochains mois.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Ça me permet pour vous aussi une sous-question, quelque chose qui n'a pas été abordée encore ici à cette table et j'aimerais vous entendre monsieur Bourque. C'est la question de la confusion des genres. Dans le rapport, ce qui a été très clair c'est que nous n'avons plus de nouvelles. Nous avons de la confusion des genres, nous avons énormément de commentaires et j'ouvrirais une parenthèse : si moi je fais une entrevue avec un homme politique en campagne électorale, j'ai un statut de journaliste, mais si j'anime « Tout le monde en parle » et que je fais une entrevue avec le même politicien je n'ai pas le statut de journaliste. Or, la perception qu'il y aura dans l'opinion publique peut être la même démarche journalistique. Et même à l'intérieur de la démarche journalistique, au moment où il y a de plus en plus de commentaires dans les médias, de plus en plus de blogues, de chroniques, de moins en moins de nouvelles et les gens se plaignent de cette réalité-là en information. Je vous lance cette question-là et j'aimerais vous entendre.

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

Oui, il y a beaucoup de questions dans cette question-là. Premièrement, je pense qu'il faut accepter que le commentaire ou l'analyse...

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Mais, on va faire une distinction : vous signez des textes de commentaires.

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

Je m'apprêtais à déclarer mon conflit d'intérêts, d'une certaine façon. Je suis moi-même un chroniqueur, donc un commentateur d'actualités.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Vous êtes chroniqueur, mais êtes-vous un nouvelliste? Autrement dit, est-ce qu'on vous demande de faire les deux rôles.

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

On ne me demande pas de faire les deux rôles en même temps, c'est bien certain. Je pense que le commentaire, l'analyse, l'éditorial, la caricature aussi, sont des genres journalistiques qui sont reconnus comme tels. Le danger est, si on ne devait retrouver dans les médias que des commentaires, des analyses et de l'opinion. Je pense qu'il est important, essentiel, qu'il reste toujours des journalistes reporters qui soient sur le terrain pour faire des entrevues, des observations, pour confronter des points de vue, vérifier des faits. Mais ça ne s'oppose pas au rôle de l'analyste ou du commentateur. Moi, comme commentateur, comme chroniqueur, je m'impose la même démarche. Je suis un journaliste et je m'impose cette démarche-là, c'est-à-dire que je fais moi aussi des vérifications de faits, je ne m'appuie pas sur ce que je trouve, ce que j'entends, je fais d'abord une démarche de cueillette d'information, je valide mes points de vue. Je ne suis pas dispensé de rigueur, d'indépendance, de règles d'éthique. Je respecte et me sens parfaitement lié à toutes ces règles d'éthique. Donc, je suis un journaliste dans ma façon de livrer. Évidemment, on me demande de franchir un pas de plus que le reporter, c'est-à-dire de donner mon opinion, mais ça ne s'oppose pas, ce n'est pas contradictoire.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Je vous ai posé la question et j'aimerais entendre monsieur Corriveau ou d'autres parce que, dans le rapport en question, il y en a été abondamment question et comme il a été question de promiscuité aussi et ça j'aimerais qu'on revienne sur la question de promiscuité dans le travail, surtout dans une presse régionale, parce que j'entendais monsieur Larouche nous faire état du nombre de maîtres qu'il doit servir en tant que journaliste pigiste et chaque maître peut avoir aussi ses exigences.

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

Quand vous parlez de promiscuité en région, parlons de proximité entre le journaliste et ses sources. Bien évidemment, si le journaliste rencontre demain matin dans l'épicerie ou le dépanneur la personne dont on a parlé hier, il y a un danger d'autocensure, de pression. Évidemment, la marge de manœuvre est peut-être réduite. Mais là, ce n'est plus la FPJQ qui parle, c'est moi qui réfléchis un peu à voix haute en réponse à votre question. Mais il me semble que cette proximité ou ce danger de proximité avec les sources, il n'existe pas seulement dans les régions. Il existe en ville aussi : lorsqu'un journaliste est sur un beat en ville, au Parlement, au palais de justice, ses sources quotidiennes sont des avocats, des juges. S'il plante un juge ou un avocat, le lendemain matin, il va se retrouver avec la même difficulté peut-être que le journaliste en région. Mais une fois que j'ai dit ça j'ai aussi envie de vous dire aussi le contraire. En tant que journaliste et j'ai fait aussi du terrain pendant quand même un bon moment et je me suis aperçu que si comme journaliste j'ai « planté » un acteur local ou j'ai été très critique d'un acteur local, si mon travail a été bien fait, s'il a été rigoureux, s'il a été fait dans les règles de l'art, dans le respect des règles d'éthique, la conséquence demain matin, c'est pas que l'acteur va refuser de me parler, l'acteur va me craindre, il va me parler davantage je pense. C'est ce que j'ai observé dans ma pratique de journaliste sur le terrain. Donc, la proximité est un danger réel, mais je ne pense pas que ce soit lié uniquement aux régions. Le journaliste qui couvre les Canadiens de Montréal, ce n'est pas lui qui sort les informations embêtantes sur l'équipe.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Je vous pose la question, mais elle s'adresserait également au président des Hebdo. Ce qu'on nous dit, lorsqu'on parlait de promiscuité aussi, parfois, c'est entre le patron du journal, entre l'élite locale, entre ce que couvre le journaliste et les pressions qui se retrouvent à l'interne, entre le secteur de la publicité et le secteur de l'information. C'est pourquoi je reposais la question tantôt, quand on disait : « On a un plan

d'affaires et on doit réussir notre plan d'affaires. » Ça apparaît dans le rapport du Conseil de presse aussi et là-dessus j'aimerais vous entendre, monsieur Michaud?

**M. Charles Michaud**, président d'Hebdos Québec

Je vais un peu dire une chose et son contraire, à l'instar de monsieur Bourque. La question du commentaire dans nos journaux à nous est encore plus difficile, étant donné les effectifs, nous n'avons pas le loisir de demander à nos journalistes d'être un commentateur expert sur le sujet et à une autre personne de couvrir la nouvelle comme telle. Parfois, le journaliste se retrouve dans une situation où il va signer un texte et un commentaire sur le même sujet, ce qui évidemment est une certaine confusion de genres.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Peut-il aller jusqu'à devoir signer un texte commercial?

**M. Charles Michaud**, président d'Hebdos Québec

Absolument pas. Ça ne se fait pas chez nous. Ou alors sortez-moi un cas. C'est une notion fondamentale chez-nous. Il arrive que des pigistes sortent des reportages de temps à autres et qu'ils vont également signer des publiereportages clairement indiqués de cette façon-là. Bien souvent, c'est notre réalité d'être dans des milieux relativement restreints. D'une part, les gens qui savent écrire ont besoin de gagner leur vie. Deuxièmement, il y a deux ou trois plumes en ville qui sont capables d'écrire de façon convenable et de façon publique et donc, de temps à autres, ces événements-là surgissent. Mais, d'une part on y veille rigoureusement, et d'autre part, la proximité est aussi gardienne de cette confusion des genres puisque tout ce qu'on fait, on le fait publiquement.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Monsieur Larouche, vous qui avez à servir bien des maîtres?

**M. Marc Larouche**, journaliste pigiste

C'est un bien grand mot. En ce qui concerne la confusion des genres, c'est vrai que je signe beaucoup de choses partout, que j'écris partout, mais il n'y a jamais personne dans le public que ça a dérangé parce que, je pense que quand je fais les choses, je les fais avec toute la rigueur que cela demande.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Je ne pose pas des questions pour essayer de vous planter, j'essaie de comprendre la réalité telle que vous la vivez. Je sens un mécanisme de défense. C'est juste pour essayer de comprendre à partir d'une réalité qui est décrite dans le rapport, je veux que ce soit très clair.

**M. Marc Larouche**, journaliste pigiste

Alors moi, je suis journaliste pour un quotidien qui s'appelle *Le Soleil* et un hebdomadaire qui s'appelle *Le Saint-Laurent Portage*. C'est tout! Je suis lecteur de nouvelles à *Radio-Canada*. Lorsque j'arrive, le bulletin de nouvelles est prêt, il a été préparé par d'autres journalistes, complètement indépendants de moi. Je lis les nouvelles et je rentre chez moi. En ce qui a trait à *TQS*, on me demande d'aller présenter en ondes ce que j'ai préparé dans *Le Soleil*, alors je présente mes propres textes, mes propres dossiers. À ce moment-là, ça change un peu dans la façon de présenter, parce que ce n'est pas perçu comme une approche journalistique mais, je présente quand même ce que j'ai fait, ce que j'ai écrit au niveau journalistique.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Ce que je veux dire, donc, la réalité de l'information régionale fait qu'une information est véhiculée par le même journaliste et peut être véhiculée par deux, trois ou quatre médias. C'est une très bonne description de la réalité de l'information régionale.

**M. Marc Larouche, journaliste pigiste**

Effectivement, vous avez raison. Est-ce que c'est le manque d'effectif? Est-ce que c'est le recours grandissant à des pigistes? Est-ce que c'est une nouvelle façon de faire? On a beaucoup d'hypothèses sur la table. À savoir si c'est généralisé aussi, moi je ne le penserais pas.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Parce que c'est aussi une préoccupation manifestée dans le rapport, aussi une préoccupation dans les différents congrès de la FPJQ historiquement, la diversité des sources d'information lorsque l'on vit en région.

**M. Marc Larouche, journaliste pigiste**

Remarquez qu'à Rivière-du-Loup on est peut-être pas surmédiatisé mais très choyé du côté des médias : il y a trois stations de télévision, *Radio-Canada*, *TVA* et *TQS*, on a des hebdomadaires *Quebecor*, un indépendant, on a deux stations radio, tout ça pour une ville de moins de 20 000 personnes. Et il y a *Vox* qui est là également, média communautaire. Alors, les sources d'information sont très diversifiées.

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

Oui, tout ça est intéressant, mais ce n'est pas seulement une question de nombre non plus, de nombre de médias, de nombre de journalistes, non plus. Je pense qu'il va être intéressant de savoir : que font ces journalistes? Combien d'entre eux contribuent ou apportent un élément différent, ou apportent un élément original à l'information. Parce que, si tout le monde répète la même chose, il y aura beau avoir 20 antennes répétitrices dans la région, il n'y a pas plus de diversité à mon point de vue. Donc, il faut faire une analyse un petit peu plus fine de tout ça.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Monsieur Bourque, est-ce que c'est *Radio Nord* qui diffusait ou qui avait la responsabilité de *Radio-Canada* à l'époque? C'est-à-dire *Radio-Canada*, *TQS*, *TVA* en même temps, je pense dans la même salle de nouvelles? Et donc la diversité de l'information? Autrement dit, les mêmes nouvelles passaient partout. C'est à peu près cette réalité là. Monsieur Généreux je vous vois réagir.

**M. Bernard Généreux, président de la FQM**

Je pense effectivement qu'il y a beaucoup de diversité, mais en apparence. En réalité, je ne suis pas sûr. Il y a une panoplie de moyens et d'outils de communications. Je pense que la question que l'on essaie de se poser et c'est un peu dans l'esprit du rapport qui a été déposé par le Conseil, on dit : l'information a rendez-vous avec les régions. Et j'essaie de comprendre comment, à travers cette réalité qui est celle des journalistes qui alimentent et font vivre ces médias, comment les régions trouvent écho et sont perçues ou traduites à travers le travail journalistique ou à travers les médias. Ma préoccupation est peut-être davantage là que de voir l'organisation du travail journalistique. Je ne sais pas si on ne s'éloigne pas du thème de ce colloque qui est...

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Mais, je vais vous donner un exemple d'aujourd'hui monsieur Généreux. Rio Tinto c'est quand même important chez vous, dans votre région. Il y a eu une nouvelle comme quoi Rio Tinto allait ralentir ou retarder des grands projets d'investissements à travers le monde. Il y a des projets comme pour 3 milliards de dollars dans le Saguenay – Lac-Saint-Jean. Est-ce qu'on a une manchette provenant ou du Saguenay – Lac-Saint-Jean ou un article publié ou dans *Le Soleil* ou dans *La Presse* ou dans *Le Devoir* ou je ne sais trop où et comment devrait-il s'y retrouver pour savoir comment, dans la région du Saguenay – Lac-Saint-Jean on perçoit cette réalité? Si la nouvelle se passait à Montréal, elle ferait la manchette de *La Presse*. Si elle se passait à Québec, elle ferait la manchette du *Soleil*. Or, c'est une nouvelle extrêmement importante, mais comment faire pour que cette nouvelle-là, originaire de la région, ressurgisse dans la presse nationale, pour dire voilà une question très importante. Je vous pose la question.

**M. Bernard Généreux, président de la FQM**

Effectivement, c'est toujours de savoir si on est dans l'univers de la perception ou de la réalité mais encore une fois, l'impression générale est que c'est plus facile de traiter une nouvelle qui a son origine ou son objet de préoccupation dans le kilomètre carré autour du lieu du principal outil d'information que de traiter de la nouvelle qui vient de la région ou de la périphérie. On l'a vu beaucoup avec tout le débat de Bombardier. Comment ça a fait l'objet de nouvelles nationales pendant des mois et des mois. Est-ce qu'on allait réaliser la Série C ici ou ailleurs? Ce qui se passe avec Rio Tinto ou Alcan, toutes les évolutions des projets de multinationales, je ne suis pas sûr que ça aurait eu le même traitement. Pourtant on parle de plusieurs milliards d'investissements, de centaines d'emplois etc., mais, comment est-ce que l'on réussit à se partager ce genre d'informations à travers nos médias et, qu'à travers ça, on se donne une connaissance plus fine des enjeux régionaux à travers des bulletins ou des canaux de diffusion qui sont des canaux majeurs et qui influencent la compréhension des choses et puis la perception qu'ont les gens des réalités socioéconomiques qui nous entourent.

**M. Charles Michaud, président d'Hebdos Québec**

La Série C est un bon exemple, l'usine où Bombardier compte assembler sa Série C, est située dans les Basses-Laurentides à proximité de Saint-Jérôme. Notre hebdo, il y a un membre d'Hebdos Québec qui édite un journal à Saint-Jérôme et ce journal suit un peu à la traîne des manchettes nationales, pour des raisons évidentes de délai de parution, mais suit l'évolution du dossier de la Série C et récemment, lorsqu'il est devenu plus clair que la Série C avait un potentiel plus réel de se réaliser, ce que ce journal a fait, c'est un dossier sur comment les gens de la région peuvent optimiser leurs chances de trouver un emploi dans le secteur de l'aéronautique avec cette implantation-là. Ça, pour moi, c'est une presse régionale qui joue son rôle.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Mais monsieur Michaud, ce même dossier, dans votre presse hebdomadaire qui est avec Quebecor, pourquoi ce même dossier-là ne se retrouve-t-il pas, peut-être, dans le *Journal de Montréal* ou le *Journal de Québec*? Parce que ça peut être une nouvelle pertinente pour l'ensemble des gens. Autrement dit, qu'est-ce qui sort de chez vous, de vos Hebdos de Quebecor et qui trouve un écho dans la grande presse que ce soit dans le *Journal de Montréal* ou le *Journal de Québec*?

**M. Charles Michaud, président d'Hebdos Québec**

Il y a actuellement, c'est bien curieux parce qu'on travaille des projets de ce type-là présentement chez Quebecor, le web et les nouveaux médias nous forcent à travailler davantage en réseau. On le fait déjà de manière informelle, nos rédacteurs en chef se parlent entre les quotidiens, entre les médias régionaux mais on est en voie d'institutionnaliser ça davantage et de faire en sorte que les gens puissent se parler, ça va de soi.

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

Je scandaliserai personne en disant que moi, je ne crois pas que toute information locale a sa place ou a un intérêt sur la scène nationale. Quand on revient à la base : pourquoi est-ce qu'on fait de l'information? Pourquoi on fait circuler de l'information? Parce qu'on pense que c'est important de donner à un citoyen l'information dont il a besoin pour se guider dans sa vie de tous les jours, dans sa vie de citoyen qui va aller voter, dans sa vie de consommateur, d'électeur, dans sa vie de parent qui envoie ses enfants à l'école et puis dans sa vie de citoyen qui a une vie de quartier. Donc, je pense que, par définition, toutes les nouvelles qui concernent la localité, l'intérêt va rester limité à la petite localité. Je ne vois pas d'intérêt à ce que cette nouvelle systématiquement s'en aille faire les bulletins nationaux. Reprenons l'exemple de la Série C : est-ce qu'un reportage qui décrit quel impact ça va avoir sur l'emploi localement ou l'implantation de l'usine, quel impact ça va avoir dans le voisinage, le quartier? Je ne suis pas certain qu'il y ait un si grand intérêt à ce que le dossier se retrouve dans les médias nationaux. Par contre, la nouvelle, qu'il y aura ou pas la Série C, là évidemment c'est une nouvelle qui a une importance différente, mais, lorsque l'angle de traitement est plus local, je ne pense pas qu'il faille s'attendre à ce qu'elle trouve sa place dans les bulletins nationaux à chaque fois.

**M. Raymond Corriveau, président du CPQ**

Ce n'est justement pas ça que les gens nous demandent. En fait, les gens disent : « On comprend très bien que la région de Montréal traite des sujets qui la regarde et on comprend ça, parce qu'on veut la même chose chez nous. » En fait, il faut se poser la question de la nation, c'est-à-dire, qu'il y a une échelle où l'information doit circuler pour se donner une cohésion globale comme société. Ça, c'est l'information nationale. L'information locale fait son travail, mais il y a un niveau national de cohésion des grandes institutions et les gens nous ont donné un exemple qui est assez surprenant : quand les politiciens débattent en chambre, très souvent les gens vont travailler à partir de la presse écrite, alors il se disent que si nos affaires ne se retrouvent pas dans la presse écrite les politiciens n'en parleront pas.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Autrement dit, il n'y aura pas de questions pendant la période de questions si ce n'était pas dans la grosse presse.

**M. Raymond Corriveau, président du CPQ**

C'est ça, alors à l'échelle de la nation, il y a des choses qui ne se passent pas à cause de ça. Alors, les gens disent : « On comprend et on respecte ça, mais ce qu'on veut c'est qu'à l'échelle de la nation, il y ait aussi un type d'information qui circule pour qu'on ait une cohésion de société. » Je répondrais juste à monsieur Michaud, une petite parenthèse, sur le fait de proximité, on l'a pas mis ailleurs parce que les gens nous en ont parlé là. Rappelons que ce n'est pas le Conseil de presse qui parle, mais qui rapporte ce qui lui a été dit. Ce que vous dites que ça crée un problème, ça a été soulevé, et que les journalistes qui ont des spécialités nous ont fait la remarque, mais c'était autour de la table du Conseil de presse, ce n'était pas dans le processus de la tournée donc on ne l'a pas mis.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

On fait une courte pause et on revient pour la période de questions.

## Interventions

### Atelier 2 « L'état de l'information locale, régionale et nationale »

**M. Pierre Maisonneuve**, journaliste à Radio-Canada

J'ai des centaines de questions, mais vous avez certainement aussi des questions et des commentaires et j'aimerais vous donner le temps de vos questions, commentaires, réactions. Compte tenu de l'intérêt que vous manifestez, puisque vous êtes ici, je vais me réserver un peu de temps, ou peut-être que je peux même aborder la question. Il y a des gens du Ministère des affaires culturelles qui sont ici, j'ai constaté ça. Monsieur Corriveau, j'ai pensé à une chose. Un jour, on a électrifié le Québec, on a fait en sorte que les gens des Îles-de-la-Madeleine paient le même prix pour leur électricité que moi je paie à Montréal ou que les gens à Québec, à travers tout le territoire. On parle d'Internet dans le rapport. Je sais qu'il y a eu tous les projets pour les villages branchés du Québec, mais il y a encore des endroits qui ne sont pas branchés. Faudrait-il avoir un programme, appelons-le national, dans le cadre du Québec pour que tout Québécois ait accès à la haute vitesse avec une échéance très précise?

**M. Raymond Corriveau**, président du Conseil de presse du Québec

Ce que vous dites a été clairement soulevé. À un endroit, les gens ont pris une autre comparaison, celle avec les routes. On sait très bien que ça coûte des sous de faire des routes mais tout le monde convient que c'est essentiel au développement d'un milieu, d'une localité et, aujourd'hui, on ne peut pas s'imaginer qu'il n'y ait pas de route à un endroit. Alors, les gens nous ont dit, de la même manière, on ne peut pas s'imaginer aujourd'hui des endroits où il n'y ait pas Internet ou l'ombre d'Internet, qui ne serait pas haute vitesse. Je pense que ça nous a été clairement demandé et, dans les démarches qu'on veut faire avec les entreprises de presse, une de celles-là est sans doute, non seulement le Conseil de presse pourrait y aller seul, et monsieur Généreux, avec les gens qu'il représente peuvent venir avec nous dans un effort concerté. C'est évident que, si les entreprises de presse sont avec nous, si l'UMQ est avec nous, si d'autres organisations se joignent à nous et demandent justement à ce que la chose la plus fondamentale aujourd'hui qui est l'échange d'informations de façon électronique, je pense qu'on aurait beaucoup plus de chances d'être entendus. Et, soit dit en passant, sur le web, un des commentaires récurrents qui nous a été fait, et ça m'a personnellement étonné, les gens disent : « Oui, on va voir d'autres sites, on regarde un peu partout, mais quand on veut avoir de l'information, on va toujours dans un média classique. » Ça recoupe plusieurs choses, ça recoupe la définition de ce qu'est un journaliste, ça recoupe aussi l'importance pour les entreprises de presse de maintenir ce service-là au sein de leur entreprise parce que, par exemple, des gens de Transcontinental nous ont dit qu'ils ne faisaient pas d'argent avec ça, puisque ça coûte une fortune pour l'instant, mais on croit à l'affaire. Et je pense que l'on a absolument besoin collectivement de cet outil-là.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Monsieur Généreux, vous voulez ajouter quelque chose là-dessus?

**M. Bernard Généreux**, président de la Fédération des Municipalités du Québec

Tantôt vous faisiez état que les activités des congrès des municipalités...

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Mais, j'ai déjà dit que le plus gros congrès que l'on couvrait quand j'étais jeune journaliste, c'était l'Union des municipalités du Québec. Un jour, ça s'est passé sur une croisière, dans les Caraïbes.

Tous les maires des municipalités du Québec se retrouvaient là, mais les journalistes ont eu un problème, ils ne pouvaient pas envoyer leurs textes, les communications fonctionnaient mal. Ils n'avaient pas Internet sur le bateau, mais je vous parle là d'un temps que les moins de 20 ans ne peuvent pas connaître.

**M. Bernard Généreux**, président de la FQM

Je pense, en même temps que vous faites ce constat-là, la question d'Internet est une question que l'on porte chez nous à la Fédération depuis déjà quelques années. Et au dernier congrès, celui d'il y a quinze jours, il n'y avait pas de journalistes autrement que lors de la venue de monsieur Charest. Mais il reste que l'on débat d'enjeux de régions à travers ces rencontres-là, on s'en prive encore une fois. La question d'Internet, elle est au cœur de nos débats depuis des années mais là, on constate tout à coup que des municipalités ne sont pas branchées à Internet. Dans votre réalité quotidienne, vous ne pouvez pas vous imaginer qu'en 2008, il y a encore du monde qui n'a pas accès à Internet haute vitesse. C'est ça la réalité. C'est de ça qu'on débat et puis on ne le sait pas parce qu'on s'en parle pas et on trouve pas le moyen de s'en informer. Le programme qui a été annoncé, pas plus tard qu'il y a 15 jours, pour justement s'assurer que la majorité, sauf exception, veut le branchement Internet partout. Il y a un programme qui s'annonce pour qu'on règle cette question-là. Ça n'a pas de bon sens qu'en 2008, il y a 160 territoires, municipalités au Québec qui n'ont pas accès à Internet. C'est du monde ça, c'est au-delà de 200 000 citoyens qui ne sont pas branchés au reste de la planète. Est-ce que ce n'est pas quelque chose que l'on devrait connaître, s'informer et rendre ça inacceptable, parce qu'il y a un rôle d'information qu'on ne se partage pas là-dessus et qui ne passe, à travers nos médias, autrement que dans nos publications locales? Entre nous, on le sait mais comment est-ce qu'on le partage ce problème-là avec l'ensemble du Québec, pour qu'à travers nos médias, on rende ça inacceptable? C'est aussi important Internet aujourd'hui que l'était l'électrification rurale dans votre temps.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Mais monsieur Michaud, vous me disiez, que tous vos hebdomadaires, qui sont distribués dans chaque région, et vous représentez le tiers des hebdomadaires chez Quebecor, le tiers des 140, sont accessibles sur Internet, donc, les deux tiers des hebdomadaires. Comme moi, je reçois chez moi le *Mouton Noir*, parce que ça fait longtemps qu'ils ont une bonne distribution. Tout ça est accessible pour toute personne qui est branchée. Commentaires, réactions de votre part.

**M. Guy Granger**, président-éditeur de *La Voix de l'Est*

Un des problèmes que l'on soulignait ce matin, c'est que les gens en région avaient *La Presse*, *Le Soleil*, deux ou trois jours plus tard. C'est un problème d'Internet, parce que ces journaux-là sont disponibles à 5 heures le matin, sur Internet, en version intégrale et ça coûte moins cher de s'abonner sur Internet que de s'abonner en papier.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Mais, je vous poserai la question, est-ce que des gens ont fait le passage du journal papier au journal électronique?

**M. Guy Granger**, président-éditeur de *La Voix de l'Est*

Ils vont faire le passage en autant qu'on va leur dire de le faire. Sur mon territoire à Granby, on a des routes périphériques du territoire qui nous coûtent beaucoup plus cher que ce que l'on peut tirer des abonnements. Ces routes-là, on est en train de les convertir en abonnements électroniques. *La Presse* est en train de faire la même chose et *Le Soleil* aussi. Les gens sont contents, car ils disent que ça va leur coûter beaucoup moins cher, parce qu'on doit augmenter les tarifs dus aux coûts de transport.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Je vais récupérer votre commentaire pour en faire une question à nos invités et peut-être à vous aussi. Est-ce que, pour les gens dits dans les régions, où l'accès à l'information locale, régionale, internationale est plus difficile, est-ce que ça passe par Internet?

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

Je pense que ça va passer par là pour tout le monde, éventuellement, pas juste dans les régions. À Québec je le vois, au *Soleil* c'est le cas, et c'est le cas au *Journal de Québec*, ça devient de plus en plus difficile de distribuer des journaux papiers. On ne trouve plus de camelots. De plus en plus, ce sont des personnes âgées en voiture qui vont distribuer le journal, parce qu'on est de plus en plus exigeant envers les camelots. Quand j'étais petit, je passais le journal en revenant de l'école, le journal de l'après-midi. Mais maintenant, on exige d'un quotidien de l'avoir à 7 heures le matin pour tout le monde, mais il n'y a plus de jeunes qui font ça. Même des personnes plus âgées, ça devient difficile. Il y a de plus en plus de problèmes de camelots, ne répétez pas ça à mes patrons, mais si on se met à réfléchir objectivement sur les journaux, et j'aime les journaux, je suis un gars de journal, j'ai gagné ma vie là-dedans. Objectivement, quand on se questionne au plan environnemental, quand on pense à la quantité de papier que l'on consomme, aux coûts de transport pour amener l'arbre à la scierie, etc, et pour amener ensuite le journal jusqu'à la maison, ce sont des coûts. Au plan économique, c'est astronomique. Au plan environnemental, c'est questionnable aussi. J'aime les journaux et je ne veux pas voir disparaître le journal demain, mais en même temps quand j'essaie de prendre un petit peu de recul, je me dis quelle logique y a-t-il à continuer à imprimer du papier si demain matin, par Internet, par le *e-paper* ou par d'autres moyens, on va être capable d'avoir l'information plus vite, partout. Ça fait partie de l'univers dans lequel on évolue et éventuellement ce ne sont pas juste les régions qui vont passer par là je crois.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Est-ce que chez les jeunes nous ne constatons pas qu'ils sont beaucoup plus sur Internet qu'au papier journal? Est-ce qu'il n'y a pas une question de générations qui se passe actuellement?

**M. Charles Michaud, président d'Hebdos Québec**

Il y a une réalité incontournable : c'est que le changement est quelque chose qui va de plus en plus vite. C'est Robert Maxwell qui disait, il y a 6 ou 7 mois, que l'industrie de la presse imprimée en a pour, entre 5 à 10 ans, c'est troublant. Je pense que c'est nécessaire d'adresser ces changements-là.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Mais monsieur Michaud, est-ce qu'on ne disait pas, quand la télévision est arrivée, que cela ferait disparaître la radio? Et que ça ferait disparaître les journaux?

**M. Charles Michaud, président d'Hebdos Québec**

Effectivement. J'ai un petit-fils pour qui, chaque fois que j'ai l'apparence de gaspiller une feuille de papier, me fait le reproche, me questionne, m'interpelle. Cette génération-là est éduquée et elle vit de cette façon-là. Comment va-t-elle réagir à des rames de papier?

**M. Pierre Roger, secrétaire général de la Fédération nationale des Communications**

Deux commentaires. Concernant la distribution des journaux, je pense qu'il y a un coût énorme pour un éditeur. Je crois que presque la moitié des coûts d'exploitation d'entreprise d'édition, ce sont les coûts d'impression et de distribution. C'est très, très coûteux. Évidemment, le passage à d'autres plateformes de distribution va être très économique. On verra comment tout cela va se faire dans les plans d'affaires, dans les prochaines années. Mon commentaire est le suivant : par rapport au rapport de ce matin, on sent qu'en

région les gens aiment beaucoup avoir de la diversité en information, ils aiment être informés. J'ai été très surpris parce qu'au fil des ans, on a constaté que quand vient le temps de faire que ça change ou qu'on veut maintenir ça en place, et bien, il y a des actions qui ne sont pas posées. Deux exemples : dans *Radio-Nord*, il y a eu un long conflit de près de 22 mois. La population là-bas a été privée de tous ses médias électroniques, parce que évidemment, c'est les trois stations de télévision, comme le mentionnait monsieur Maisonneuve auparavant, qui sont la propriété de *Radio-Nord*, y compris plusieurs stations de radio également. Ils ont même vécu une élection pendant cette période. À ce moment-là, le seul moyen que les gens avaient de s'informer, c'était par les journaux. Il n'y a pas eu beaucoup de plaintes au CRTC par rapport à ça, soit dit en passant. Je vous ramène à aujourd'hui. Dernièrement, *TQS* qui a été vendu, *TQS* qui a fermé les salles de nouvelles le 31 août, qui s'est fait imposer comme condition de licence, parce qu'il n'en voulait pas, de diffuser de l'information. Des capsules de nouvelles qui se répartissent dans de la programmation le matin, en fin de journée, deux ou trois minutes par petites capsules. Alors si vous voulez vous taper du contenu d'information, vous devez vous taper deux heures d'émission qui n'est pas toujours intéressante à regarder et, chose très bizarre, trente minutes de bulletin de nouvelles le samedi et le dimanche. C'est très particulier quand on sait que la fin de semaine, il y a moins de nouvelles comme telles. Mais tout ça n'est entré en place que le 28 septembre. Le 1<sup>er</sup> septembre, il devait y avoir ces bulletins de nouvelles-là et ces capsules de nouvelles-là. Il n'y a pas eu de plainte au CRTC comme tel. Il y en a eu deux : la nôtre et celle d'une autre organisation. Alors, mon commentaire est le suivant : comment se fait-il, si les populations régionales disaient : « Eh bien, écoutez l'information il n'y en avait pas, il devait y en avoir, ce sont des conditions de licence. » Ils ne se sont pas plaints au CRTC, c'est ça mon commentaire.

***M. Raymond Corriveau, président du CPQ***

Une chose qui m'apparaît évidente, c'est que le CRTC, le Conseil de presse, on nous a dit, on vous connaît pas. Le CRTC, c'est encore quatre lettres qui se promènent entre New-York et Ottawa. Les gens ne connaissent pas beaucoup les mécanismes qui leur permettraient de se défendre et ils nous ont dit que c'était un peu notre travail de faire ça. On leur a dit qu'il y avait des chantiers à faire chez eux, qu'il y allait avoir des choses qu'il fallait qu'ils entreprennent chez eux. D'une part, notre mécanique n'est pas très connue et encore moins celle du CRTC, le pouvoir direct du CRTC ne m'apparaît pas une chose qui est très connue. D'autre part, les acteurs socioéconomiques sont plus agressifs à cet égard-là. C'est peut-être personnel, mais on dirait que *TQS* ne mobilise plus beaucoup ces temps-ci et je pense que les gens ont déjà mis *TQS* de côté et veulent plus de choses sûres comme du *TVA* ou du *Radio-Canada* qui sont des grosses institutions solides et dans lesquelles cela vaut la peine d'investir lorsque l'on parle d'électronique.

***M. Pierre Maisonneuve, animateur***

Il y a quand même une chose dans le rapport que je voudrais souligner monsieur Corriveau. Vous me corrigerez si je me trompe, mais on a parlé du lien qui n'est pas assez développé entre le communautaire et même les moyens de communication plus traditionnels. Autrement dit, il y aurait là une source d'information qui permettrait de mieux véhiculer l'information si on parvient à trouver des passerelles.

***M. Raymond Corriveau, président du CPQ***

Ce que j'ai trouvé très intéressant dans toute la question de la tournée, c'est de voir le respect que les gens avaient sur la question de la complexité du problème de l'information. Ils savent que c'est grave, que ce n'est pas rentable, que c'est une grande région, qu'il n'y a pas beaucoup de moyens mais en même temps, ils cherchent des pistes de solutions et celle-là est apparue. Et là, je pense que ce sont des choses sur lesquelles tout le monde pourrait travailler au lieu de voir des gens en compétition. Il y a peut-être des dimensions dans des coins où les gens voudraient qu'il y ait un rayonnement de l'information dans leur coin, je pense à la région de Chibougamau. C'est clair que les quotidiens ou les médias classiques n'ont pas les moyens de faire vivre des journalistes dans tous les coins du Québec, mais il y a des endroits où les médias communautaires sont là et où il y a des partenariats à faire avec tous les autres médias classiques.

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

Je le dis avec une touche d'humour mais finalement, ce qui est proposé, c'est une plus grande concentration de la presse en y faisant participer les médias communautaires.

**M. Robert Maltais, professeur de journalisme à l'Université de Montréal**

Je trouve que tout cela questionne une chose qui est essentielle, c'est la crédibilité des journalistes. Monsieur Bourque, monsieur Corriveau parlez finalement de déontologie, c'est ça qui fait la différence. Cela fait un bout de temps que la communauté radote sur cette question-là. Est-ce qu'on pourrait savoir ce qui différencie un journaliste de quelqu'un qui ne l'est pas et, compte tenu de la progression que l'on a vu dans le métier au Québec, avec un Conseil de presse, la Fédération des journalistes, je pense que le moment est venu d'aller un peu plus loin : un statut légal de journaliste. Je suis favorable à ça et peut-être même à un ordre professionnel. On a beaucoup discuté entre nous de cette question-là, mais je pense qu'on l'a souvent effleurée. À mon sens, il y a rarement eu des débats de fond, ce sont souvent des débats de personnalités, émotifs. Je pense qu'on pourrait être là dans le sens, non pas de seulement penser à nous, mais dans le sens du public à une information de qualité, de ce qu'est une information. Je pense que l'on devrait aller dans ce sens-là et je m'en fais le promoteur. Vos réactions là-dessus si vous en avez.

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

Il y a effectivement eu beaucoup de débats dans le métier et sur l'opportunité de créer un ordre professionnel ou pas. Il y a du pour, il y a beaucoup de contre aussi. Je ne crois pas que les journalistes collectivement aient envie ou souhaitent créer un ordre professionnel. Il y a des inconvénients dans le fait d'uniformiser le cursus d'accès au métier comme on retrouve dans les ordres professionnels. Je pense que nous plaidons au contraire pour la diversité des points de vue et on aime qu'il y ait des gens de différents horizons qui puissent arriver au métier. Si un ordre professionnel suggère une même formation unique, la même pour tous, je ne pense pas que c'est ça qu'on souhaite. Nécessairement, à l'idée d'une corporation professionnelle est attachée l'idée d'un droit de pratique. Chez les médecins ou autres, ne peut pratiquer le métier que ceux qui sont membres de l'ordre professionnel. Or, en journalisme, on est plus près d'un droit fondamental qu'est le droit d'expression. On souhaite que le plus de citoyens possibles, de groupes, puissent avoir accès à la place publique. On ne peut pas imaginer un monde où l'on se mettrait à interdire la place publique aux uns et aux autres. Tout à l'heure, je parlais un peu de la confusion grandissante qui s'installe entre qui est et qui n'est pas journaliste. Nous pensons à la Fédération que la meilleure façon de dissiper cette confusion, c'est en essayant de travailler à mieux valoriser ce qu'est un journaliste professionnel, c'est-à-dire quelqu'un qui respecte les règles de déontologie de son métier. Il y a quelque chose qui est implicite aujourd'hui à la Fédération, et la Fédération regroupe 2 000 et quelques journalistes, qui a un guide de déontologie qui a été adopté, par les journalistes, il y a une douzaine d'années en 1996, implicitement, on est porté à penser que les membres de la FPJQ respectent le code de déontologie. Or, on ne leur a jamais demandé de le faire de façon aussi précise. On s'apprête peut-être à franchir ce pas-là, c'est-à-dire, que les journalistes professionnels, membres de la Fédération, devraient idéalement prendre un engagement moral, serrer un peu les rangs pour être capables de mieux mettre en évidence ce qui nous distingue des autres communicateurs. Mais je ne pense pas que la solution soit de se lancer dans toutes sortes de chasse aux sorcières pour interdire l'accès à la place publique aux uns ou aux autres. André Arthur vient de retrouver un micro à TQS et on m'a demandé tout à l'heure ce que j'en pensais. Je pense qu'il y a un risque qui est pris par l'employeur, il l'assumera ce risque-là. Il y a d'autres mécanismes de régulation de ses excès, si jamais il en commet d'autres. Mais je me vois mal, du côté de la FPJQ, me mettre à plaider pour dire que non, il ne peut pas parler sur la place publique ou qu'un autre animateur ne pourrait pas parler. Je ne pense pas que la solution soit là.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Mais il y a un code de déontologie du député?

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

C'est un autre débat qui ne relève pas de la Fédération des journalistes. Légalement, il n'y a rien qui l'en empêche. Au plan éthique, c'est autre chose. À la limite, c'est le problème de la chambre des communes ou celui d'André Arthur, mais ce n'est pas le mien. Ce que je pense, c'est que l'avenue qui est la plus facilement gérable ou imaginable, c'est de mieux valoriser le travail professionnel des journalistes plutôt que d'essayer de policer en disant qu'un tel peut parler, qu'un autre ne peut pas parler, qu'un peut être journaliste, que l'autre ne peut pas. Je ne pense pas que l'on arrive à quelque chose si l'on s'embarque dans cette démarche-là.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Si vous avez un profane qui n'est pas dans le métier et qui prend une excellente image qui va sur *YouTube*, est-ce qu'on ne sera pas tenté de la diffuser un peu partout dans nos médias dits reconnus? Donc, on transforme en journaliste une personne qui a posé un acte d'information.

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

C'est le danger qui existe effectivement, avec tous les sites de journalistes citoyens qui existent. On n'est pas certain que la démarche de cueillette d'information ait été faite avec toute la rigueur souhaitable, avec les vérifications qu'il faut, avec l'équilibre des points de vue. Je pense qu'il n'y a rien qui empêche que cette image-là soit éventuellement utilisée si elle a fait l'objet d'une vérification, si on est certain que l'image a été prise là où on pense qu'elle a été prise, etc, il y a des vérifications à faire. Effectivement, on arrive dans un monde où il y aura de plus en plus de contributions des citoyens, y compris dans les grands médias, mais je pense que ça ne nous dispense pas, nous comme média, de faire des vérifications, de s'assurer que l'information que l'on s'apprête à diffuser est valable et a été vérifiée.

**M. Sébastien Lépine, attaché de presse, député de Drummond**

Je suis un observateur des médias et c'est peut-être comme ça que je vais intervenir. On parlait de l'Internet tout à l'heure et de l'influence que ça a. Je vais plaider pour ma paroisse, Drummondville a été considérée, dans un atelier à la Fédération professionnelle des journalistes, comme le trou noir de l'information au Québec. On n'est pas desservi par un quotidien. On est entre toutes les régions. On a des bulletins de radio très, très courts et peu d'informations locales. On avait, et on a toujours, un journal qui est distribué deux fois par semaine. Donc, à chaque jour, on n'a pas vraiment l'information pour savoir ce qui se passe dans une ville tout de même majeure au Québec. Mais, sur Internet, depuis que le journal *Transcontinental* a son site, il est possible d'avoir accès à une information de façon quotidienne et à plusieurs nouvelles. À Drummondville, et on le voit de plus en plus, je crois que c'est en train de changer les habitudes de consommation d'information chez les gens. Je voulais apporter ce point de vue-là.

Je voulais réagir sur deux éléments du rapport. Très brièvement, on dénonce la dictature du commentaire. Le commentaire est pertinent je pense, quand il est fait par une personne qui a une expérience, une expertise dans un milieu. Le commentaire de monsieur ou madame tout le monde, j'ai eu la chance de le dire quand les gens du Conseil de presse sont venus, je ne le trouve pas pertinent. Le vox pop, celui qu'on va interroger, j'ai donné l'exemple de *Father 4 Justice*, quand on va interroger les gens et qu'on leur demande : « Qu'est-ce que ça vous fait d'attendre dans votre auto? » Je présume déjà de la réponse. Je n'ai pas besoin d'avoir un reportage là-dessus. Et tous les reportages du style, j'étais journaliste avant, j'ai dû en faire : il y a un drame humain et on court pour avoir le commentaire de la personne la plus proche qui le vit : « Comment vous réalisez madame que votre mari vient de mourir sous vos yeux? » Je pense que ça aussi c'est du commentaire, tout a fait inutile et impertinent, surtout quand c'est diffusé dans un média national. On sait très bien ce que la personne va répondre et je suis content de voir que c'est ressorti dans plusieurs régions. Le point sur lequel je voulais le plus insister est que l'on a beaucoup parlé de la place des régions dans l'information nationale. De mon point de vue, je n'ai pas l'obligation de voir ma région figurer dans les nouvelles nationales, du même point de vue que je ne veux pas voir les nouvelles de Montréal figurer dans les nouvelles nationales. Un des points qui a été apporté, c'est la montréalisation de l'information nationale,

vous en avez parlé tout à l'heure, ce qui de mon point de vue est très préoccupant. Que le *Journal de Montréal*, que le *98,5 FM* nous livre des nouvelles de Montréal, je n'ai aucun problème. Si je choisis de lire ou d'écouter ces médias, je dois m'y attendre. Que le bulletin de 17 heures de *TVA* nous présente des nouvelles – je vais reprendre l'exemple de *Father 4 Justice* – je me demande si la couverture aurait été la même s'ils avaient été sur le pont Laviolette à Trois-Rivières, on peut se questionner. On parle beaucoup du CHUM, il y a des enjeux nationaux reliés au CHUM, mais il y a énormément d'enjeux locaux ou montréalais de reliés au CHUM. Est-ce que ça va embouteiller le centre-ville? On n'est pas censé en parler aux nouvelles nationales. À mon point de vue, il y a une réflexion qui doit se faire là-dessus. Je crois que cette montréalisation-là apporte un phénomène spécial. On parlait de la méconnaissance des régions tout à l'heure, Drummondville, c'est au Centre-du-Québec, ce n'est pas en Mauricie, vous le savez très bien, puisque vous êtes venus à Drummondville il y a quelques semaines et vous l'avez bien dit que vous étiez au Centre-du-Québec. De bien connaître les régions, c'est quelque chose dont il faut parler et je suis content de voir que c'est des trucs qui sont sortis.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Mais vous acceptez que l'on parle de Drummondville pour expliquer que vous avez un magnifique festival de danse international et que vous avez un spectacle, excellent, durant la période estivale?

**M. Sébastien Lépine, attaché de presse auprès du député de Drummond**

Il n'y a aucun problème, comme dans d'autres médias. Mais cessons de parler du Festival de Jazz de Montréal, on sait ce qui se passe à Montréal. Je trouvais ça drôle parce que dans le début du rapport, on nous dit que plusieurs Montréalais trouvent qu'ils n'ont pas accès à leur information locale en assez bonne quantité mais moi, je peux vous dire ce qui se passe dans plusieurs des conseils d'arrondissements parce que je lis *La Presse*.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

J'aimerais entendre monsieur Corriveau là-dessus. J'ai souligné un aspect : nous ne savons pas ce qui se passe à Laval. Et pourtant, Laval est la deuxième ou troisième ville en importance au Québec. Nous ne savons pas ce qui se passe à Longueuil. Il fut une époque où il y avait des correspondants; *La Presse* avait quelqu'un à Longueuil mais maintenant, cela n'existe plus. Un citoyen de Rimouski est mieux informé de ce qui se passe dans sa municipalité qu'un citoyen de Montréal parce qu'on ne couvre pas les arrondissements de Montréal, qui sont aussi importants, que bien des villes du Québec.

**M. Raymond Corriveau, président du CPQ**

Tout à fait et c'est ce que les gens nous ont dit. Les gens de Lévis par exemple, il y a des frontières psychologiques. C'est un phénomène qui est reconnu à l'échelle mondiale, cette espèce de beigne autour des grands centres. Ils sont dans une zone où tout le monde a une information du noyau, mais personne n'a de l'information sur son petit noyau à lui. Les gens se sont énormément plaints de ça. C'est un phénomène qui préoccupe plusieurs stations de télé, des chaînes de radio et télé. Pour ne pas la nommer, *Radio-Canada*, en lisant des éléments du rapport, a reconnu que c'étaient des choses qui leur avaient déjà été dites. Quand on dit qu'il faut travailler sur des solutions, ce ne sont pas uniquement les journalistes qui ont des choses à faire. Je pense que les directions d'entreprises de presse, ceux qui gèrent et conçoivent les politiques d'information ont à travailler avec nous là-dessus.

**Mme Carole Marcoux, directrice de l'information et du développement corporatif pour les Hebdomadaires du Suroît**

Je travaille pour deux hebdomadaires dans la région de Vaudreuil-Soulanges. Je voudrais revenir sur la tournée du Conseil de presse avec deux commentaires. Tout d'abord, le bon coup de la tournée, c'est au moins de nous avoir permis de réunir différents médias et que l'on puisse continuer à collaborer ensemble, je le souhaite. Je pense que ça n'arrive pas souvent qu'on soit tous assis ensemble. Mon deuxième commentaire, c'est que quand on a eu l'information, par notre association, que le Conseil de presse faisait sa

tournée, on l'a publiée dans nos journaux pour inviter tous nos lecteurs à s'y présenter. Moi-même, je me suis informée où je pourrais aller pour me faire entendre et pour écouter ce qu'ils avaient à nous dire. Ce n'était pas à Valleyfield parce que là-bas c'était juste pour les organismes qui avaient une invitation. Et puis, si nos lecteurs voulaient se faire entendre, c'était à Montréal ou à Longueuil ce qui est pareil pour nous quand on est à Vaudreuil-Soulanges. Je suis certaine qu'aucun de nos lecteurs, limitrophes à Valleyfield, n'est allé se faire entendre. Et aujourd'hui, je me déplaçais principalement, car j'avais hâte de voir les résultats et de voir combien de personnes avaient répondu. Et là, je vois, j'espère que je ne me suis pas trompée, que 250 individus ont répondu à ce sondage. Et depuis tout à l'heure, on me dit qu'il y a eu 47 rencontres dans 17 régions administratives. Alors ces 250 individus, plus 200 organismes qui sont représentés par plusieurs personnes oui, mais 250 individus, ce sont nos lecteurs. Et je considère que, dans ma région, ça ne me représente pas. Si je regarde tous les résultats, je suis sûre que je vais trouver certaines choses dont je pourrais dire qu'elles se passent aussi chez nous mais, honnêtement, ça ne m'interpelle pas directement et j'espère que le Conseil de presse ne va pas nous demander de diffuser cette information-là dans nos hebdomadaires parce que je ne me sens pas concernée dans ma région.

**M. Raymond Corriveau, président du CPQ**

Parce que vous n'avez pas confiance en vos acteurs socioéconomiques de votre région?

**Mme Carole Marcoux, directrice de l'information et du développement corporatif pour les Hebdomadaires du Suroît**

Parce que c'est 250 personnes. Aux hebdomadaires, on vient de faire un sondage, on a sondé 30 000 personnes à travers tout le Québec. 250 personnes, je ne sais pas ce que CROP et Léger Marketing diraient de ce sondage. C'est quoi la marge d'erreur?

**M. Raymond Corriveau, président du CPQ**

On a atteint le seuil de validité. Si vous additionnez à ça les sondages qu'on a eus, on a une validité quantitative mais ce n'était pas une validité quantitative, que l'on cherchait mais bel et bien une démarche qualitative où l'on a une triangulation qui est reconnue partout en sciences humaines. On a des entrevues semi-dirigées, des entretiens. On a eu des gens qui sont venus du public et on a aussi des gens qui ont répondu par sondage. Mais ce n'est pas ça que l'on recherchait. Je vous ferais remarquer que, quand le CRTC fait ça pour des licences, tout le monde est d'accord. Quand le Conseil de presse se promène au Québec, les gens ne sont pas d'accord. Essayez juste d'imaginer, le même problème s'est passé en Gaspésie, en Côte-Nord, en Abitibi. Si vous voulez demander aux entreprises de presse de quintupler le financement pour refaire une autre tournée, c'est comme vous voulez, mais moi je pense que l'on a fait une démarche rigoureuse, qualitative, honnête. On a travaillé avec les gens de la FPJQ pour augmenter notre capacité de lecture. On est allé voir les gens sur place qui ont bien voulu se présenter, mais il faut être réaliste, les 17 régions administratives du Québec, nous les avons toutes couvertes. On a même été dans la région de Kuujuaq parce qu'il y avait là toute une dimension autochtone.

**Mme Carole Marcoux, directrice de l'information et du développement corporatif pour les Hebdomadaires du Suroît**

Je ne remets pas en question votre initiative, c'est très louable, c'est fait et je suis très fière que ce soit fait. Mais 250 personnes... On vit à l'heure de l'Internet et on en parle depuis tout à l'heure, il y aurait pu y avoir une partie du sondage faite par Internet.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Je vous pose la question d'une façon un peu différente. Se peut-il que ce que vous lisez dans un tel rapport puisse coïncider avec les commentaires ou les préoccupations des gens que vous pouvez avoir dans votre région quant à la couverture régionale et locale en matière d'information?

**Mme Carole Marcoux**, directrice de l'information et du développement corporatif pour les Hebdomadaires du Suroît

Oui, sûrement. C'est ce que je disais précédemment. Il y a sûrement des choses que je vais reconnaître, mais ça m'aurait plus interpellé, si je savais que vraiment ça venait de ma région ou de la région de Valleyfield.

**M. Raymond Corriveau**, président du CPQ

Le meilleur mémoire qui a été déposé vient de la région de Valleyfield. Les acteurs socioéconomiques à Valleyfield, nous avons manqué de chaises tellement il y en a qui se sont présentés. C'est probablement une des rencontres les plus dynamiques qu'on a eue dans tout le Québec. Ces gens-là représentent du monde.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Au Conseil de presse, monsieur Corriveau, est-ce que l'on voudrait vous transformer en un tribunal? C'est ce que j'ai interprété, parce qu'il y a toute une portion de ce que les gens entendent sur le Conseil de presse?

**M. Raymond Corriveau**, président du CPQ

C'est une question qui a été un peu abordée ce matin, mais vous ne pouviez pas être à deux endroits en même temps. Il y avait des gens qui demandaient que nous ayons le pouvoir de sanction. Je pense que ce qu'il est important de retenir, dans cette démarche-là, parce que c'est loin d'être évident que ça nous intéresse ce pouvoir de sanction-là. Nous on s'occupe de la déontologie et de voir si oui ou non il y a une faute déontologique. Mais, derrière ça, ce que j'ai compris, c'est que les gens voulaient qu'il y ait une différence. Qu'entre avant et après la tournée, qu'il y ait une différence marquante, qu'on voit des résultats, des choses qui ont changé. Je pense que c'est ça que j'ai compris de leur idée de nous donner un pouvoir de sanction.

**M. Mario Cardinal**, journaliste

Je n'aime pas parler de ma vie personnelle, mais je vais vous raconter ce que je fais le matin puisque je suis des condamnés à la basse vitesse. J'ai écrit quatre livres depuis cinq ans en me documentant à la basse vitesse, alors le langage que je vais utiliser lorsque je parle de Sympatico, j'espère que l'on va me le pardonner parce que j'ai gagné mon ciel. Je me lève, et ensuite, je me branche sur Internet et je prends ma voiture. Je fais douze kilomètres, six kilomètres aller-retour et je vais chercher mes journaux en ville. Quand je reviens, là, je peux aller consulter le *Globe and Mail* et le *New York Times* et j'ai mes trois quotidiens que je viens d'aller chercher en ville. Et je signale que je n'habite pas la Terre de Baffin, j'habite à 30 kilomètres de Sherbrooke, à six kilomètres de la ville de Windsor. Et ça fait quinze ans que j'essaie d'avoir Internet. Ce que l'on m'a proposé, c'est de me brancher par satellite, puisque j'ai Express Vu. À l'époque, il y a 4-5 ans, quand je me suis informé, cela coûtait 100 et quelques dollars par mois pour recevoir, mais pas pour envoyer des messages. Alors, quand j'entends des gens qui disent que nous vivons à l'heure d'Internet, j'ai envie de pouffer de rire. Il y a des milliers et des milliers de citoyens au Québec qui ne vivent pas à l'heure d'Internet. Et, quand le gouvernement se pète les bretelles avec son dix millions, je dis que quand ils seront rendus dans Chemin Raymond à Val-gelé, les dix millions, je ne verrai rien là-dedans parce que je suis toujours conditionné par la bonne volonté de Sympatico, de Bell Canada. Même Vidéotron n'a pas du tout envie de dérouler un fil jusque chez moi. Ceci étant dit, ce n'était pas le but de mon intervention. Je voulais corriger une impression. Si ce matin, j'ai dit qu'un journal devait sacrifier sa survie pour assumer sa responsabilité sociale, si vous avez compris ça, c'est que je me suis mal exprimé. Ce que je voulais dire et vous allez le retrouver dans la question que je veux poser à monsieur Michaud. Quel est le taux de rentabilité, l'objectif que se fixe une entreprise où les 44 journaux que vous dirigez, le taux de rentabilité ou de rendement que vous espérez? Et, est-ce que ce taux-là ne peut pas être un facteur négatif sur la qualité de l'information, si vraiment vous vous entêtez à atteindre ce taux de rentabilité? Et je dis que celui qui pose la question a travaillé dix ans au *Devoir* où on se félicitait chaque année quand *Le Devoir* avait 100 ou 200 dollars de surplus.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Ça a changé Mario, Pierre-Péladeau les a sorti de leur déficit, à l'époque.

**M. Charles Michaud, président d'Hebdos Québec**

Ça m'évite d'avoir à le dire.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Un instant, il y avait des intérêts. Il ne voulait pas que *Le Devoir* disparaisse et que *La Presse* devienne numéro un devant *Le Journal de Montréal*.

**M. Charles Michaud, président d'Hebdos Québec**

Et ça lui plaisait bien de l'imprimer sur ses presses, ce qui se passe toujours en passant, chez Quebecor. Ceci dit Quebecor est une corporation publique, elle est inscrite en bourse et doit offrir à ses actionnaires un rendement qui est compétitif. Les profits spécifiques de chacune des divisions de Quebecor ne sont pas publiés. Cependant, vous êtes à même de lire le rapport annuel de l'entreprise et de mesurer notre rentabilité. Je pourrais vous le dire à trois décimales près mais, ceci dit, je ne vous le dirai pas. Toujours est-il que pour être là demain, on a un impératif de rentabilité qui, je pense, est bien légitime. À moins que ce ne soit illégal maintenant de faire de l'argent, notre objectif c'est de réaliser des bénéfices tout en réussissant à offrir des produits qui sont compétitifs et qui rencontrent leurs objectifs et à ce titre-là, je vous dépose la feuille de route de la corporation et vous en jugerez.

**M. Yvan Noé Girouard, directeur général et secrétaire du conseil d'administration de l'Association des Médias écrits communautaires du Québec**

Je me suis senti interpellé quelques fois durant la journée parce qu'il a été question des médias communautaires. Je voudrais vous ramener dans la réalité, parce que lorsque l'on parle de régions, ici à Montréal, on dirait qu'on parle des villes-centres. En dehors des villes-centres, il y a d'autres villages, en arrière. C'est comme comparer Rivière-du-Loup à Montréal et comparer Saint-Bruno-de-Kamouraska à Rivière-du-Loup. C'est une autre réalité. Nous, on a des petits journaux qui sont là, des journaux qui sont faits par des bénévoles – on est des organismes à but non lucratif – et communautaires. Pour nous, ça veut dire qu'on appartient à la communauté comparativement aux hebdomadaires qui parfois se disent communautaires, ça me fait dresser le peu de cheveux qui me restent. Ce n'est pas parce qu'on dessert une communauté qu'on est communautaire, il faut appartenir à la communauté. Dans les petites municipalités, on parlait de proximité, il y a un représentant des élus municipaux ici, c'est des médias de proximité. Si les gens ne vont pas au conseil municipal le lundi soir, cela ne veut pas dire qu'ils ne sont pas intéressés par ce qui s'y passe. Et c'est un bénévole qui va couvrir l'événement. À Montréal, quand on écrit sur le maire Tremblay, ça lui passe comme sur le dos d'un canard. Mais, dans une petite municipalité, le maire se prend parfois pour un petit Napoléon et il y a de la pression qui est faite auprès des journaux communautaires. Et je pourrais vous en raconter des histoires d'horreurs. On a vu à un moment un secrétaire d'une municipalité, sous l'ordre du maire, aller ouvrir la porte du local, parce que le journal était hébergé par la municipalité, et aller carrément s'emparer de l'ordinateur du journal.

Je vais interpellé monsieur Bourque de la FPJQ, quand on parle de professionnalisme chez les journalistes, oui je veux bien croire que la Fédération veut se doter de critères de qualité. Nous on essaie de le faire. C'est sûr qu'il y a beaucoup de bénévoles et quelques journaux dont les plus gros ont des journalistes qui sont payés et qui gagnent leur vie comme ça, mais 80 % des gens qui nous écrivent, ce sont des citoyens qui le font. Nous, notre mandat à l'Association, c'est d'offrir principalement des services de soutien et de formation à ces gens-là, pour leur apprendre à respecter les différents genres journalistiques. Parce que toutes les fois où on a une plainte, une mise en demeure, une menace de mise en demeure, c'est parce qu'il y a une confusion des genres. La personne, même si elle écrit bien et nous avons beaucoup de professeurs à la retraite chez nous, ne sait pas forcément écrire dans un langage journalistique. Alors chez nous, on s'efforce,

c'est un critère, de donner de la formation journalistique à nos bénévoles. On a un colloque samedi à Victoriaville qui va porter sur l'ancrage dans la collectivité et on va s'interroger aussi pour voir si nos journaux font bien leur travail d'informateur en région. C'est le rappel que je voulais faire.

**M. Réjean Audet**, *membre de la commission d'appel du Conseil de presse du Québec*

J'aimerais revenir à l'information dans les régions. Une région a une couleur au plan socioéconomique, culturel, politique, etc. Le travail des journalistes devient de plus en plus uniformisé de par l'organisation du travail, sa formation. Mon souci est le suivant : hier matin, j'avais un compte rendu dans *La Tribune* du portrait régional et global des élections de mardi. J'achète *La Presse* à Montréal, j'avais un copier-coller à peu près identique. Or, ma réalité à Sherbrooke de l'interprétation du même événement, la façon de rendre la nouvelle n'est plus, à ce moment-là, régionale ou locale. Ça devient une information à caractère national et cette information-là est interprétée par les journalistes locaux avec plus ou moins de tendance avec la couleur nationale. Ma question est la suivante : Est-ce qu'il n'y aurait pas lieu dans la formation des journalistes de voir à ce que, oui il y a un travail commun à faire, des normes à respecter, mais quand on vit dans une région, l'interprétation des faits est une chose, le rapport de la nouvelle est autre chose. Que la nouvelle vienne du national, je n'ai aucun problème avec ça, mais quand vient le temps de dire, comment elle peut être interprétée au niveau de la région, il n'y a pas d'espace dans le journal pour interpréter d'une façon régionale la lecture nationale qui est faite.

**M. Pierre Maisonneuve**, *animateur*

Si je comprends bien ce que vous nous dites, vous auriez voulu que le texte régional, qui décrit la réalité de Sherbrooke, ne soit pas le même texte qu'on puisse diffuser dans *La Presse* à Montréal. L'interprétation régionale doit aller plus loin pour vous. Il est évident, moi je vous dirais, j'ai commencé à *Radio-Canada* en région, quand le national acceptait de nos topos, on ne pouvait passer le même topo. En ce sens que cette réalité que l'on couvrait dans une information régionale, elle était faite pour un public qui avait des prérequis qu'on n'avait pas besoin de répéter. Si je fais une tribune nationale en campagne électorale, parce qu'elle était faite sur l'ensemble du réseau de *Radio-Canada*, je ne la ferai pas tout à fait de la même façon dans les informations et les renseignements que je peux donner que si je la fais uniquement pour le Québec. Il y a des différences de genres. Vous, ce que vous reprochez, c'est de ne pas retrouver cette différence si vous avez un texte qui est publié à Montréal et à Sherbrooke.

**M. François Bourque**, *président de la FPJQ*

Lorsque vous abordez la question de cette façon-là, vous êtes un peu moins dans le terrain de jeu de la Fédération des journalistes parce que nous, dans le fond, notre discours principal est sur la qualité de l'information, sur l'accès à l'information. On souhaite le respect des règles de déontologie et il n'y a rien dans ce que vous venez de dire qui suggère que le travail du journaliste n'a pas été bien fait. Ce que vous évoquez, c'est un autre problème : est-ce que le journal a fait le bon choix de l'angle de traitement? Mais je pense que ça appartient à la liberté éditoriale, à celle de chaque média qui doit décider quel est le meilleur texte qu'il peut proposer à ses lecteurs. Ça ne soulève pas, si j'ai bien compris, un enjeu de déontologie et de qualité de journalisme.

**M. Pierre Maisonneuve**, *animateur*

Monsieur Bourque, est-ce que ça peut soulever l'angle de l'ancrage de l'information dans sa réalité régionale?

**M. François Bourque**, *président de la FPJQ*

Dans un monde idéal, on souhaiterait tous que l'information soit adaptée à chacune des réalités locales, mais on sait bien que dans les faits ce n'est pas possible d'arriver à ce que chaque information provenant de l'extérieur soit filtrée pour s'adapter à un public très spécifique. Dans un monde idéal on peut rêver de ça, mais ce n'est pas comme ça que cela se passe dans la vraie vie. Du point de vue de la Fédération, je ne vois pas un énorme problème avec ce que vous soulevez. C'est-à-dire que si c'est un problème, ce n'est pas le

mien, c'est celui de l'entreprise de presse, de savoir si elle fait les bons choix de textes ou d'angle pour bien servir ses lecteurs ou son public.

**M. Gérald Gauthier**, agent de recherche et de développement pour la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec

Je voudrais féliciter le Conseil de presse pour sa tournée et ce rapport puisque, évidemment, il suscite beaucoup de questions mais c'est une amorce de réflexion qui était nécessaire. Dans un second temps, je voudrais juste exprimer une déception au regard de ce qui existait avec *RDI* il y a juste quelques années de ça. *RDI* présentait des bulletins régionaux à la grandeur du Canada, par rapport aux régions canadiennes. Il y en avait un quotidiennement pour le Québec et on y voyait des nouvelles qui se véhiculaient à travers l'ensemble de la Province. Mon propos principal est le suivant : on a relevé tout à l'heure qu'il pourrait y avoir des partenariats entre les médias, peu importe les types, communautaires, privés ou autres. Monsieur Bourque a mentionné, à juste titre, que c'est comme faire une concentration régionalisée. J'apporte un bémol pour savoir à qui cela peut bien servir. Est-ce que ça sert la diversification de l'information et le citoyen ou est-ce que ça sert des impératifs financiers et d'entreprises qui n'ont pas nécessairement les moyens de payer ou qui ne veulent pas payer ou qui veulent d'abord faire des profits? Je voudrais mentionner aussi que, dans les bulletins en région, sur les grandes chaînes, c'est environ quinze à vingt minutes tous les jours et là-dedans il y a les sports et la météo. Il ne reste plus beaucoup de temps pour des nouvelles et c'est surtout des nouvelles faites justement sous la forme de reportages et qui, dans plusieurs régions, qu'on soit à *Radio-Canada* ou à *TVA* régional, ce sont les mêmes journalistes, les mêmes nouvelles. Ils ne prennent même pas le temps de changer le revers de micro pour montrer qu'ils sont à *Radio-Canada* ou à *TVA*. Il n'y a donc pas de diversification et, ce qui manque, parce que ce temps-là n'existe pas sur les grands réseaux, parce que l'information c'est un dé à plusieurs faces, cette fois-là on n'a seulement la face 1 et on arrive pas à voir les autres. Ce sont des émissions d'affaires publiques où on prend le temps d'interroger les acteurs du milieu au regard d'une nouvelle. Et à ce titre, je dois mentionner que les médias communautaires, que ce soient les journaux par des dossiers, qui prennent le temps encore de faire des dossiers, que ce soient les radios communautaires qui ont des émissions prioritaires sur l'information, même les radios privées le font beaucoup en région et il faut quand même le mentionner. Les télévisions communautaires prennent le temps de faire des émissions d'affaires publiques de façon à être capables de traiter les dynamiques locales à partir des différents acteurs du milieu afin que le citoyen puisse se faire une tête. Malheureusement, avec les grands réseaux, on ne peut pas l'avoir et je déplore aussi que les hebdomadaires régionaux, en raison de l'espace publicitaire versus le contenu de nouvelles, ne fassent pas de dossiers.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Je me permettrai juste, pour les gens qui ne s'en souviendraient pas, de rappeler qu'à ses débuts *RDI* nous permettait de savoir ce que se passait en Acadie, dans l'Ouest. Pour chacun de ces créneaux-là, il y avait une émission importante qui parvenait de Québec à l'époque et couvrait beaucoup l'Est du Québec. Il y a eu des changements comme cela qui nous ont privé d'une certaine vision de l'information régionale.

**M. Raymond Corriveau**, président du CPQ

Pour la collaboration entre les différents partenaires dans les régions, je peux juste vous dire dans quel esprit les gens voyaient ça. Ils ne voyaient pas ça dans un esprit de concentration, mais dans un esprit pragmatique comme le disait ce matin notre invité du Conseil de presse de la Grande-Bretagne, monsieur Gore. Les gens ne sont pas capables de supporter la présence de journalistes partout, mais il y a des journalistes partout. Certains d'entre eux sont dans des hebdomadaires, d'autres dans des médias communautaires, etc. Pourquoi ces gens-là ne contribuent pas ensemble? Pourquoi ils ne deviennent pas des ressources pour d'autres qui n'ont pas les moyens? Ce faisant, notre coin de pays à nous dont on ne parle jamais pourrait recevoir un point de vue et l'on pourrait ainsi savoir ce qui s'y passe. C'était l'esprit dans lequel les gens voyaient ça.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Il est donc question de savoir que des journalistes existent, qu'ils sont dans des médias communautaires et qu'on peut faire appel à eux car ils connaissent bien leur univers, leur région et plutôt que d'être privé d'information parce qu'on le sait, là où il n'y a pas de journaliste, il n'y a pas de nouvelle. Là où il n'y a pas de caméra, il n'y a pas de guerre. On n'a jamais su ce qui s'était passé au Congo parce que l'on n'avait pas de caméra au Congo. Et pas de médias, pas de régions.

**Mme Julie Miville-Dechéne, ombudsman de Radio-Canada**

Je voulais juste ajouter quelque chose sur cette question du rapport entre le communautaire et les journalistes. J'ai fait une révision là-dessus, et j'ai trouvé ça très intéressant : à Yellowknife, un plaignant s'est plaint que l'on n'avait absolument pas parlé de l'élection qui avait eu lieu dans ce Territoire du Nord-Ouest. Et à force de creuser, je me suis rendue compte que tout le monde avait oublié qu'il y avait une élection dans les Territoires. Or, dans notre mandat, les élections sont à la base. Mais, ce qui est intéressant, c'est qu'à Yellowknife il y a une radio communautaire qui s'appelle *Taïga*. Le plaignant était un journaliste communautaire qui, se rendant compte qu'il n'y avait rien sur la dite élection, a pris les ondes dans sa radio communautaire et a commencé à commenter les résultats en les traduisant de *CBC*. Dans la petite révision que j'ai faite, j'ai dit que si on n'a pas l'argent, ce qui est tout de même étonnant car on est une grande société, et qu'on ne peut pas couvrir, il y a des ressources en région et rien ne nous empêche de mettre sous contrat un journaliste pendant le temps de la soirée électorale? Je n'ai pas eu de réaction officielle, mais le message a été envoyé.

**M. Robert Maltais, professeur au département de journalisme de l'Université de Montréal**

Un petit complément sur le statut professionnel des journalistes. En tant que journaliste professionnel, ce qui me fatigue souvent c'est que dans les sondages de crédibilité, nous sommes au niveau des vendeurs de chars usagés. J'entendais le président de la Fédération parler de liberté d'information tout à l'heure. La liberté d'information appartient à tout le monde, la liberté d'expression et même des cons comme André Arthur peuvent prendre le micro et s'exprimer sur des ondes de station. À mon sens, ce n'est pas de l'information. On est pour moi, dans le domaine de la variété, sous le couvert de l'information. La liberté de presse c'est autre chose. Quand je pense à un éventuel statut professionnel pour les journalistes, ce n'est pas pour enfermer les journalistes dans un corporatisme très étroit. À mon sens, ces questions-là, dans les congrès de journalisme depuis 20 ans, on les balaie facilement. Il n'y a pas de débat de fond. Faisons-en un et allons plus loin dans la professionnalisation de notre métier. De ce côté-là, on a du chemin à faire. Il n'y a qu'à voir la façon dont le public nous perçoit.

**M. Charles Michaud, président d'Hebdos Québec**

Puisqu'on parle d'un ordre professionnel en tant que gage de la crédibilité d'une profession quelconque, on devrait peut-être en parler au Barreau du Québec.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Est-ce que monsieur vous avez un dernier commentaire? J'aimerais pouvoir faire un dernier tour de table.

**M. Alex Levasseur, président du syndicat des communications de Radio-Canada**

J'ai travaillé en région pendant plus de 25 ans à Sept-Îles pour la télévision de *Radio-Canada* et je suis à Québec maintenant. Ce qui est dans ce rapport, colligé par le Conseil de presse, c'est comme de la musique qui est tout à fait semblable à celle que j'ai entendue pendant des années à l'époque, lorsque les cercles de presse, les conseils de communication régionaux en faisaient des analyses et en venaient souvent à ce genre de réflexion. J'ai comme l'impression que l'on n'a presque pas avancé. Ma remarque la plus importante, et je n'ai peut-être pas assez parcouru votre document pour le constater, je pense que s'il y a un organisme qui est important là-dedans, c'est la télévision et la radio publiques qui devraient être considérées comme étant

un pôle majeur pour permettre aux régions de réussir à se faire voir et aussi à s'ouvrir sur une fenêtre nationale. Vous faisiez référence tout à l'heure, monsieur Maisonneuve, à une époque heureuse où *RDI* avait des équipes partout et où, pendant deux heures et demi à trois heures, ces équipes-là sillonnaient le Québec et rapportaient des histoires. Ces histoires-là continuaient dans la journée et finissaient régulièrement par aboutir dans les grands bulletins nationaux. Il y a eu des choix différents de faits par *Radio-Canada*, et avec lesquels vous comprendrez qu'en tant que syndicat nous ne sommes pas nécessairement d'accord, mais qui font en sorte que l'on est moins présent sur le territoire. Nous, comme société publique, de radio et télévision publiques, étant moins présents sur le territoire, on constate que nos concurrents sont aussi moins présents. Parce qu'autrefois lorsqu'on couvrait quelque chose, il y avait *RDI*, juste à côté *TVA* et juste à côté une radio et une autre qui remplissaient le parking du petit village. Ces gens-là n'y vont plus. L'incitatif que la télévision et la radio publiques peuvent apporter au développement de la visibilité des communautés à l'antenne n'est plus là. Donc, il faut, à mon avis et je vous incite à réfléchir là-dessus, appuyer le fait que la télévision et la radio publiques doivent être de plus en plus présentes et refléter les régions.

**Mme Nancy Legett-Bachand**, directrice générale d'Hebdos Québec

Si vous me le permettez monsieur Maisonneuve, je vais terminer cette période d'échange en beauté. Monsieur Michaud est mon patron et je suis également sur le conseil d'administration du Conseil de presse. Simplement pour vous prédire, que d'ici cinq ans, je pense que c'est un horizon assez conservateur, il y aura beaucoup plus d'information locale et régionale et ce, grâce au web. Parce que les hebdomadaires, qui sont dans leurs communautés depuis des décennies, font davantage d'information locale et régionale au quotidien maintenant. Alors, les salles de rédaction qui avaient des contraintes d'espaces, de distribution, de délai qui était à la semaine, aujourd'hui elles peuvent se permettre davantage de dossiers, de reportages plus étoffés grâce au web.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Vous êtes devenus des quotidiens en quelque sorte, mais on ne reçoit la copie qu'une fois par semaine.

**Mme Nancy Legett-Bachand**, directrice générale d'Hebdos Québec

Il n'en tient qu'à vous d'y aller aux heures si vous le souhaitez. Il y aura plus d'information locale et régionale au grand plaisir de plusieurs qui sont allés se faire écouter lors des consultations.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Je me permettrai un commentaire personnel. L'écrivain Jacques Godbout et moi-même ne sommes pas toujours d'accord mais, la dernière fois que je l'ai vu, il m'a dit : « J'écoute ton émission, j'aime ça, en fait ce que j'aime c'est la tournée des régions. C'est le seul endroit où j'entends parler de ce qui se passe au Québec. » J'ai le privilège chaque jour d'avoir nos correspondants qui acceptent généreusement de venir à notre émission, que ce soit au Saguenay – Lac-Saint-Jean avec Jean-Pierre Girard à qui je peux poser toutes sortes de questions sur sa région, puisqu'il la connaît comme le fond de sa poche, en Abitibi, en Gaspésie, dans le Bas-Saint-Laurent, dans la région de Sept-Îles, en Mauricie, dans le Centre-du-Québec, en Outaouais, en Estrie. On a ça tous les jours. Je vous avouerai, par intérêt, si j'avais de l'argent à faire avec ça, c'est souvent le quart d'heure le plus écouté dans l'ensemble des radios des antennes de *Radio-Canada*. Et je partage votre avis et très souvent, parce qu'on en a parlé à notre émission, on retrouve un topo dans les bulletins de nouvelles qui suivent. Je pense que ça pourrait être fait par tous les médias nationaux, jeter un regard sur ce qui se passe en région. Mais vous comprendrez que, si *TVA* couvre une campagne fédérale et que si *Radio-Canada* la couvre aussi, vous n'aurez pas le même œil, sur la campagne électorale, parce que le mandat de *Radio-Canada* n'est pas nécessairement le même que celui de *TVA*. Je vous donnerai à peu près une minute chacun pour conclure. Monsieur Larouche, je vais vous donner une minute en posant ma question. Êtes-vous un pigiste par choix ou par obligation? Aimerez-vous travailler uniquement pour un média?

**M. Marc Larouche**, journaliste pigiste

J'aime de plus en plus travailler comme pigiste parce que ça me permet de faire des choses que je ne pourrais pas faire pour un seul et unique employeur et d'avoir une liberté d'action que je ne pourrais avoir avec aucun employeur. Il y a la qualité de vie aussi. Tellement de choses entrent en ligne de compte alors si je vous dis qu'au départ c'est arrivé un peu comme ça, ça prendrait une très belle offre aujourd'hui pour me faire sortir de ma situation de pigiste.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

En trente secondes, que doit-on faire de ce rapport?

**M. Marc Larouche**, journaliste pigiste

La nouvelle régionale est là, elle est de qualité. Il suffit d'avoir la volonté de la voir et de bien la présenter. On parlait de méthanisation, il n'y a pas longtemps, dans « La semaine verte », on a fait un grand dossier sur les villes, ici, qui pensaient faire du gaz naturel avec des déchets. À Rivière-du-Loup, on ne fait pas juste y penser, on le fait. Le projet est en cours et c'est la seule ville au Québec qui va en faire. Ce n'est pas rendu au national, pourtant la nouvelle est là et est disponible. Elle a bien été couverte par les stations régionales, mais les têtes de réseaux ne l'ont pas vue et ne s'en sont pas occupées. On a beaucoup à apprendre les uns des autres.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Monsieur Michaud, qu'est-ce qu'on doit faire de ce rapport, vous qui nous avez dit que vos hebdomadaires étaient maintenant des quotidiens?

**M. Charles Michaud**, président d'Hebdomadaires Québec

Si ce rapport nous indique quelques pistes de réflexion et questionne nos façons de faire notre métier, il faut, d'une part continuer à questionner notre métier et on doit le faire de façon constante, l'univers ne nous laisse pas le choix. Dans le cadre du rapport spécifique, dont le Conseil de presse a accouché, il est qualitatif. Il est peut-être un avant-rapport et si on voulait en faire un plus quantitatif, plus fouillé et scientifique, à mon humble avis, on pourrait baser des actions sur ses conclusions.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Monsieur Généreux, en attendant que tous nos journalistes soient à tous vos congrès.

**M. Bernard Généreux**, président de la FQM

Je pense que des pistes nous indiquent qu'il y a un certain nombre de problèmes dans l'organisation de l'information. Ce n'est peut-être pas tant un problème de disponibilité de l'information dont on souffre mais de la capacité à transmettre ça, en tenant compte des attentes des populations et des gens, peu importe où ils vivent sur le territoire au Québec. L'illustration que vous faites de votre émission, elle dit en soi, ce qu'on tente de dire par ailleurs. Les gens veulent se reconnaître entre eux et ce n'est pas par narcissisme qu'on veut entendre parler de soi, mais parce que chacun d'entre nous a une contribution à apporter et les médias et les journalistes sont là, en partie pour traduire cette diversité. Je pense que les régions, parce qu'il est beaucoup question des régions dans ce rapport, il faut que l'on puisse trouver entre nous et à travers des ressources et les réseaux dont on dispose, la capacité de traduire le plus fidèlement possible cette diversité des réalités québécoises.

**M. Pierre Maisonneuve**, animateur

Monsieur Bourque? En attendant les résultats de votre enquête.

**M. François Bourque, président de la FPJQ**

Que faire avec ce rapport-là? Le compléter d'abord. C'est ce que l'on va faire avec notre recherche : chercher des données de réflexion et faire des réflexions supplémentaires. Est-ce qu'il y a d'abord un problème avec l'information locale et régionale? Si oui, où? Ce n'est peut-être pas toujours où on le pense qu'il y a un problème d'information et de diversité d'information. Je pense que la première démarche est de compléter ce portrait et ensuite on verra. J'aime entendre la remarque selon laquelle Internet va peut-être favoriser la diffusion de l'information locale. Quand on regarde comment les médias évoluent actuellement, tout le monde est en train de se retrouver au même endroit, c'est-à-dire dans Internet. On lit le journal sur Internet, on va de plus en plus écouter les bulletins de nouvelles sur Internet. On écoute la radio sur Internet. Tous les médias sont en train de se retrouver au même endroit et sur Internet, on le sait, il n'y a pas de problème d'espace ou de temps puisqu'on peut consulter à la carte l'information qui nous convient. C'est un cadre qui, je pense, favorise la diffusion de l'information régionale que les gens vont pouvoir aller chercher à la carte selon leurs besoins.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Monsieur Corriveau?

**M. Raymond Corriveau, président du CPQ**

Je rappellerais que les études qualitatives sont reconnues en sciences sociales depuis des siècles alors j'espère, en étant scientifique, qu'on va être capable de travailler avec ça. Rappelons que les gens ont été plus exigeants envers *Radio-Canada*, qu'envers *TVA*, pour la couverture du territoire mais, ça nous indique, la parole publique nous dit une chose, et je vous rejoins quand vous dites qu'on a déjà entendu ça, les gens ne veulent plus ce genre de choses. On a une obligation de résultats. Pour ce faire, on doit travailler avec les entreprises de presse, avec les pouvoirs publics pour produire des résultats.

**M. Pierre Maisonneuve, animateur**

Monsieur Corriveau, merci. Je terminerai tout ça, en vous remerciant tous les cinq d'avoir été là, par une anecdote. Mon beau-père est décédé à l'âge de 90 ans. Il avait quitté sa région natale, Joliette au Nord de Montréal, en 1937. Il avait toujours reçu son journal local de la région de Joliette. Il savait tout ce qui se passait dans sa région et avait encore des amis à 90 ans dans sa région. Il y a une diaspora de toutes les régions du Québec à Montréal et je pense qu'on aurait intérêt, si on veut inciter les jeunes à aimer leur région, à récupérer cette diaspora pour leur faire connaître ce qui se passe dans leur région et pour qu'ils y reviennent, dans la mesure du possible. Je vous remercie beaucoup et il est possible que l'on parle de ce rapport à notre émission demain à « Maisonneuve en direct ». Un peu de publicité, ça ne fait pas de tort.

English version

Workshop 1

- The future of press councils

9 a.m. - 11 a.m.

### **Workshop 1 “The future of press councils”**

This workshop will serve as a forum for reflections on the journalistic code of ethics as well as the future of press councils, which are evolving in a world where the media is becoming increasingly prevalent, in particular since of the advent of new technologies. Speakers from England, Alberta and Quebec will be joining us to share their vision.

#### ***Opening address by Mr. Raymond Corriveau, president of the Quebec Press Council***

Hello and welcome to the Quebec press council’s 35<sup>th</sup> anniversary. It’s not every day that we get to celebrate little miracles, so this is indeed a special occasion. We are especially pleased to have you all gathered here, around this table, to share the floor with us. Today, as always, the press council will place emphasis on discussing, listening and exchanging ideas. As you may have noticed, there are microphones set up. I would like to ask you to use them for many reasons, one of them being simultaneous translation. We need to hear what you have to say. Since this is an event that revolves around exchanging information and ideas, please allow me to present today’s agenda. This morning we will tackle a very important question, that of the future of press councils, which will be followed by a discussion period.

At 11 o’clock we will be holding a press conference, at which point it will be the public’s turn to be heard since we will recap what people have told us during the council’s tour. This afternoon we will be dealing with the issue of local, regional and national reporting, a subject which is of high importance to the public. We will end the day over cocktails where we can continue our discussion in a more informal setting.

I would like to insist on the fact that the press council’s 35 year run did not happen because of sheer luck. Behind our success also lie the efforts of important political figures responsible for the foundation of the press council. Two important Premiers come to mind, Mr. Lévesque and Mr. Bourassa. We will always need the support of civil society to keep the press council strong and active. Indeed, if we look back to the 70’s, people were looking for a framework to regulate the media. The need to preserve this framework is, in my opinion, more justified and more important than ever. As a result, the solution opted for was self-regulation, thus the creation of the press council. I would also like to reiterate that the council is a tripartite organization made up of journalists, media organizations and representatives from the public.

This little miracle is also the proof of 35 years of existence. It is a testament to the maturity of the media world and of civil society as a whole. We have almost reached the 70 thousand hour mark of volunteer work that helps maintain this citizen’s organization that is the press council. It is quite remarkable. Today’s gathering has many purposes, and among them, to celebrate the council’s 35<sup>th</sup> anniversary, of course. On this occasion, we also have the honour of receiving representatives from Canadian press councils, to whom I would especially like to extend a welcome. And of course, to our visitors from Great Britain, it is also quite an honour for us. There is, as I mentioned earlier, the question of the tour. The council has had its share of ups and downs.

The press council’s first president wrote the following after 10 years of exercising his duties: “The press council’s challenge was funding in order to ensure its future. As you know, the council was founded 35 years ago. Back then, we created a foundation and gathered \$800,000 to allow us to survive, half of which came from the government, and the other half from private funds. However, in those days gas was still sold by the gallon, and that gallon cost 25 cents. I am using this as a reference to give you an idea of the kinds of problems we are encountering with regards to funding nowadays. So, I believe that funding still remains a challenge today and an essential element that needs to be stabilized.”

To speak about the press council's ups and downs is also to speak about the need to create its future. So, without further ado, I would like to invite Ms. Colette Brin and her guest speakers to help us elucidate this question. Thank you.

**Host: Ms. Colette Brin**, journalism professor at the *département d'information et de communication* at *Université Laval*

Thank you very much Raymond. I would like to personally welcome all of you. I've just arrived from Quebec City and I am very, very happy to be here today, and I am particularly excited because I believe that the theme and the guests for this first workshop are most relevant. Clearly we cannot look into a crystal ball to find out what the future holds for press councils, but we can take a little look at what's going on in other parts of the world in order to compare our situation and see where we stand. Looking at the notes from the different panellists, I got the feeling that the questions being asked are the same that arise everywhere else in the world. So, at once, allow me to introduce the participants for this workshop. First we have Mr. William Gore, public affairs director for the British press complaints commission, which, if I'm not mistaken, was the model for the press council during its beginnings. Please correct me if I'm wrong. Mr. Gore, we can say, is a professional when it comes to press councils and a specialist on the structure of these types of organizations. So, he will be sharing with us the unique, and seemingly dynamic and accessible, experience with the press complaints commission.

We also have with us Mr. Ed Kamps, president of the Alberta press council. Mr. Kamps joins us at the press council today as a public member. I read that in the past he has sat on the Fort McMurray Public Library Board. There is a common thread between the missions of libraries to transmit information and that of media organizations which is not negligible. In his professional life, Mr. Kamps is a human resources administrator, currently employed by Suncor Energy Oil Sands. He will discuss his experience with the Alberta press council, and once again, I'm certain we will be able to draw interesting comparisons.

To wrap up, we will invite Mr. Mario Cardinal, who some of you undoubtedly already know. He is a former ombudsman at the *Société Radio-Canada* who has had a long career and a variety of responsibilities as a journalist. He has also been a producer and a manager for both radio and television at *Radio-Canada*. He has taught at *Université Laval* and has participated a great deal in training journalists. Mr. Cardinal is also the author of a book I recommend and assign to my own students, entitled *Il ne faut pas toujours croire les journalistes*; a jagged and critical book, but also very inspiring, I believe, on the question of the responsibility of the media.

So, without further delay, I would like to invite Mr. Gore to begin his presentation.

**Mr. William Gore**, public affairs director for the *Press Complaints Commission*

Thank you. Good morning ladies and gentlemen.

In a world where sea-levels are rising and economies are grinding to a halt, it takes a brave man to predict anything at all.

In the media world, technological advances and changing revenue streams are altering the way news and entertainment are produced, paid for and consumed. Time stands still for no-one and nothing. Press councils are no exception and if they are to move into the future with confidence, they must be open to refinement or even—in extremis—reformation.

Today, I will look at what the years ahead may hold for press councils and examine the most appropriate responses to the challenges they will face. I hope you will forgive me if I concentrate most closely on the experiences of the British press complaints commission.

In order to consider the press council of the future, it is important to discuss briefly why it is that press councils exist in the first place. What, in short, is their function? To a certain extent the answer will depend

from country to country or from state to state, depending on the precise historical, cultural and political context in which the press council finds itself.

However, it is widely agreed that media and press councils unusually have two central purposes. The first is to consider complaints from members of the public about the editorial content of the media (or at least, those media outlets that fall within its jurisdiction) and thereby to raise standards. The second is to defend, uphold or promote the rights of the media to freedom of expression. The two functions, which will often come into conflict, may be performed to differing degrees.

For instance, in the UK, the press complaints commission—as the names suggests—sees its primary role as that of complaints-handler. Indeed, the PCC does not have an explicit mandate for the promotion of press freedom. Nevertheless, when adjudicating on complaints about press reporting, the Commission will clearly have regard for the rights of newspapers and magazines as well as the rights of individual or corporate complainants.

In the final analysis, the aim for all councils will be to achieve a balance between the competing claims I have referred to—those of individuals on the one hand and those of the media on the other. And in so doing, press councils will seek to raise standards of reporting and journalistic conduct, thereby reducing external pressure to limit press freedom excessively.

I would argue that these central functions are not negotiable. New functions may arise, but those which were the starting point for press councils will not disappear. Not only that, but they must not disappear since functionality is the key characteristic of all press councils.

That may not sound especially glamorous or indeed high-minded. It does, however, bring me to the crux of my argument this morning, which is that if press councils are to thrive in the future, they will have to put pragmatism to the fore.

And this is no kop out. We would all agree that ethical journalism is important, that freedom of the press is a principle worth protecting. But it is in practice rather than in theory that press councils go about their business and we must not shy away from recognising that it is by the practical benefits of our service that we are generally assessed. It is for good reason that the UK press complaints commission administers a code of practice, rather than a code of ethics.

Fortunately, press councils are—if they accept the need for pragmatism—singularly well-suited to rolling with the punches and being adaptable to changing circumstances. This is not least because of the self-regulatory basis upon which most councils are founded and which ensures that change does not rely on the clunking machinery of government. Indeed, one of the consequences of press councils generally being a form of self-regulation is that they enjoy good levels of co-operation from the industry they regulate. And for the most part, therefore, the industry will be committed to making press councils work effectively—perhaps because it fears what would happen if self-regulation failed.

The experience of the United Kingdom certainly gives weight to the idea that pragmatism and co-operation are essential ingredients to press council success. The very existence and effectiveness of the press complaints commission are products of what might be regarded as the epitome of press council failure.

Press self-regulation in UK has existed since 1953, when the British press council was established. Its dual remit was—in line with the norm—to raise press standards and protect press freedom and, for a number of years, it was relatively successful.

During the 1980s, however, there was a marked decline in standards of reporting and of journalistic behaviour, especially in the field of privacy. Politicians, parts of the press itself and the public at large took the view that things had to change. It was—on the part of the press council—a time to be flexible and pragmatic.

However, the opportunity was missed. This was partly because the press was fractured and would not unite in co-operating with the system; but that in itself was a product of a lack of foresight among those who ran the press council itself.

For instance, the lack of a written code of ethics or practice meant there was little consistency to the council's rulings. And the council's acceptance of complaints from "third parties" sometimes left it with egg on its face when it turned out that those who were the subject of the stories in question were perfectly happy with the coverage. The press council may well have been suited to the gentler atmosphere of the 1950s but its inability to move with the times during the '70s and '80s led to its downfall.

By 1990, the government had had enough and called for the disbandment of the press council. It told the press that it had one further chance to make self-regulation work or state regulation would be inevitable. As a result, the press complaints commission, or PCC, was set up a year later—complete with code of practice and tighter procedures. Even 17 years on, it is the threat of statutory controls that keeps press minds focussed and the fate of the British press council that keeps the staff of the PCC on their toes.

This bit of history is important because it helps to explain why we have done some of the things we have done over the last five years or so. In 2003 the PCC was coming under significant pressure from MPs, representative groups within civil society and certain sectors of the media. While there may not have been the same outcry about falling standards as there had been in the late '80s, there were obvious echoes of that time.

In 2003, however, we responded quickly. Measures were introduced to improve accountability; steps were taken to turn the PCC into a 24-hour a day service; the proportion of public members on the board of the Commission was increased; open advertising for lay Commissioners was introduced. The new PCC Chairman, Sir Christopher Meyer, said that these steps were part of a process of permanent evolution—a clear nod to need to be ever-watchful.

Indeed, since that difficult moment in 2003, the PCC has sought to deal with problems before even they arise. In particular, we acted to close what could have become a dangerous loophole in our regulatory reach, namely, audio-visual material on newspaper and magazine websites.

Being only a press, rather than pan-media, regulator, we have traditionally dealt with the printed word and still pictures (TV and radio being overseen by a separate regulator backed by legislation). However, newspapers have not been slow to exploit new technology and in 2006 we formally extended our remit to cover what is effectively broadcast material. The only alternative, given that government was unlikely to look kindly on the existence of such a lacuna, was that the statutory broadcast regulatory, Ofcom, would be asked to fill the gap. That would have had profound consequences for the freedom of the press.

As a result of all of these changes, the Commission is on a sounder footing now, perhaps, than at any other time in its history.

But it is not only in Britain that the need for flexibility and pragmatism has been recognised and acted on.

In Bosnia & Herzegovina, a press council was established in 2000 to regulate newspapers and magazines that were in a state of considerable flux following the country's civil war. To say that it had the full backing of the press would be an overstatement. In reality, it was an initiative by some in the international community, who were keen to avoid excessive state regulation. Nevertheless, it was one of the few genuinely national entities in what remained a divided nation.

By 2006, however, cracks were beginning to show and there was a realisation by many of those in the press and by those running the press council that it was no longer functioning effectively. As a result, and in a demonstration of extraordinary commitment to the concept, the council was disbanded and then re-established along different lines. The absence of foreign input, which admittedly had been necessary in 2000, allowed the building of foundations that took into account the peculiarities of the Bosnian situation.

Elsewhere, the Swiss press council has worked for years to bring publishers into the fold, realising that it would be far more effective if newspaper management co-operated with the system, rather than fighting against it. In New Zealand, a gradual acceptance that the press council was outdated led to a major review, the results of which are currently being acted on. And in Germany, the Deutscher Presserat is working towards a remit extension that will allow it to regulate material on newspaper websites that has not appeared also in print editions.

It is no surprise that so many of these changes have happened in recent years. The speed and range of technological advances in the media is well-known and does not require further documentation here. But what is also clear is that press councils cannot bury their heads in the sand and hope that everything will turn out OK in the end. Just like any business, they have to stay ahead of the curve if they are to maintain their relevance.

But arguably, the existence of press councils is more relevant now than at any other time. The internet raises innumerable questions about the accuracy of information and about the right of individuals to privacy. And, ironic as it may be, the search for answers to those questions raises the hopes of those who wish to clamp down on traditional media freedoms.

In such circumstances, voluntary systems of self-regulation, which can balance competing rights appropriately and consistently, should be in their element. What we must ensure is that we are flexible when we need to be, and that we offer a service that is genuinely useful to complainants and journalists alike. That is not necessarily easy; there has to be the will to achieve these ends. But the key is to avoid idealism at the expense of functionality, for it is only through being effective in practical terms that we can hope to attain the ideals we have always set out to uphold. Thank you.

***Ms. Colette Brin, host***

Thank you very much for this reminder of what press councils are for and also for an optimistic look to the future as well. We will continue with presentations and we can discuss any of the points at the end if you all agree. We will have a discussion period following the presentations. Mr. Kamps.

***Mr. Ed Kamps, president of the Alberta Press Council***

Hello. It's a pleasure to be here to discuss press councils. Congratulations to the Conseil de Presse du Québec on its 35<sup>th</sup> anniversary.

What is the future of press councils? Perhaps the answer to this question depends on who is asking and why. While much of the Canadian public may not be aware of the existence of press councils, those who are aware support the aims and objectives and certainly everyone in this room is committed to these bodies.

There are dozens of press councils across the world, each with its own unique context and origins. The countries vary in size and power, ranging from developed countries such as Canada and the UK, to poorer countries such as Nepal. In the US, press councils are not as wide-spread, and tend to be media councils, rather than press councils. Several of the states have gone the ombudsman route, rather than the press council route.

In Canada, there are differences across the provinces with respect to press councils, but these differences tend to be based more on procedures rather than on principle, as they all share a purpose of providing the public with a means to raise complaints and concerns about the news media.

The formation of press councils in Canada, on a voluntary basis, and free of any government involvement, was a major recommendation of the Special Senate Committee on Mass Media (also known as the Davey Report) which published its report in December, 1970. Press councils were seen as the best way to head off any government regulation, as well as offer a potential buffer from legal action. Several councils got their start in the subsequent decade, with the Alberta press council being established in 1972. Before this, there

was no mechanism for handling complaints from the public, other than letters to the editor or in serious cases, legal action.

Press councils were reinforced with the release of the Kent report of 1981. The Kent Commission was established in response to a growing concern about the level of concentration in the newspaper industry and its potential for "homogenization of editorial content in the news" and lack of diversity of perspective in national and regional issues. The Kent Report reiterated the role of press councils and after the publication of the report, press councils were initiated in several other provinces.

More recently, the 2006 Senate Committee on the Canadian News Media stated that press councils "can make a valuable contribution to the practice of journalism"; although it noted that they are not well-known and tend to be reactive. The Senate Report recommended that "members of the press and other interested organizations work to strengthen and enhance the work of existing press and media councils."

We currently have six press councils, mostly organized along provincial lines, with the Atlantic press council more of a regional body. Press councils operate independently, although in the last year, the councils have had a couple of conference calls to share information. Even though press councils in Canada have a 30-35 year history, there is very little research into their structure, procedures, activities, or impact. There is no collection of data for national or regional trends, and historical records are not easily accessible.

The number of adjudications of public complaints in the country has declined in recent years. There are a number of possible reasons for this. While newspapers might suggest the decline in complaints is due to higher quality reporting and writing, it's more likely because readership levels continue to decline, the vast majority of readers do not know about press councils, or if they do, they do not feel it's worth their time and effort. As well, there seems to be a decline in the public's trust in newspapers. Newspapers are not seen to be the credible source of information that they once were. A 2003 survey by Canadian Media Research Consortium, and updated in 2008, found that public perceptions of accuracy have declined 7% in the last five years, one third think newspapers cover up their mistakes and only one third think the news is fair and balanced.

Press councils will continue to operate in some form or fashion in the near term at least, but the question is: what will they be doing? What will they be known for? And longer term, will they fade away out of neglect, or will they continue to exist, primarily for their insurance value, warding off government regulations, or activist Human Rights Councils? Or might they evolve into something new in terms of terms of their purpose, their structure and their processes?

The first main factor is the level of newspaper readership generally. In many regions across the country readership is down. While the need for press councils is not numbers-driven, a general decline in readership may mean a smaller pool of citizens who may wish the assistance of their press council. The act of reading the newspaper is no longer a regular part of the day for many people, particularly as many papers have discontinued home delivery. There is growth in on-line news readership, but will web versions of the news have the same audience, and do they read the news in the same way?

A second factor is the knowledge of press councils by the public. Unfortunately, very few people know about press councils. In Canada the exception seems to be Quebec, perhaps due to a broader mandate which includes all the media, not just newspapers. In other countries, press councils seem to have a higher profile. For example, the press complaints commission in the UK is quite well known. In 2008, the PCC traveled extensively throughout the country to meet with the public. In Canada, newspapers do not consistently advertise the existence of press councils in their region. The role of press councils is not included in the school curriculum, and there is little focus in journalism schools.

Third, very few people take the time and effort to voice their concerns, whether to politicians or press councils. Although every press council probably has its experience with a small handful of people who contact the council frequently, most people do not ever take action, particularly when they don't know what

recourse they have. It seems people live busier lives, do not have the time to reflect on the complexities that confront them. Even our elections are witnessing lower turn-outs.

Another influence on the role and success of press councils is the level of financial support they receive. Creating public awareness takes time, effort, and money. However, funding for press councils comes from the newspapers themselves, except in Quebec where there is a broader base of funding sources. When times are tough, the news media, like any industry, looks at all costs quite critically. This is especially the case with new publishers who do not have the context or history of press councils. Currently there is no agreed-upon set of principles to guide funding of press councils. As well, the procedure for allocating the costs among the member papers varies from province to province.

A final factor influencing the future of press councils is their mandate and strategy. Will press councils be primarily passive, waiting for complaints from the public, or will they take on a more strategic and activist role, placing much more emphasis on educating the public and speaking out to government and other groups?

First, press councils must become more proactive. For too long, councils have been content to wait for complaints from the public to come to them. In *Yesterday's News—Why Canada's Daily Newspapers are Failing Us*, John Miller said of press councils: "They limit themselves to dealing, sometimes not very impartially, with complaints, filed by the relatively few members of the public who have the determination and stamina to wait up to six months for a hearing. Most councils do not undertake their own investigations, most deal with complaints on a case-by-case basis instead of drafting a comprehensive code of conduct for the press and publicizing it; none plays a role in training, research or development; nor, judging by the number of complaints and what happens to them does any council serve as much of a conduit for understanding or dialogue between the press and its public."

According to Don Sellars, former Ombudsman at *Toronto Star* and blogger at J-Source, a project of The Canadian Journalism Foundation, press councils are "under publicized, passive and largely ignored, press councils in Canada are falling off the public radar, and deservedly so. Their chairs are seldom interviewed or quoted on big journalism topics of the day. As a result, their input on issues from press freedom to privacy is minimal."

Second, the focus of councils needs to be broader than just adjudicating complaints. For example, two other roles of press councils frequently mentioned are to promote freedom of speech and access to information. Yet we hear very little from any of the councils on these topics, and there is little evidence in their websites to suggest that these are key strategies.

Third, how will we know if press councils are successful? Press councils must develop measures or indicators of success. For example, how long does it take to deal with a complaint, and is that time period getting shorter? What is the cost per complaint? Success should not be based on adjudications alone. If public awareness is important, how many public education events were scheduled, how many people attended, and what increase in web traffic resulted?

Fourth, research and analyses of press councils needs to be strengthened. One key area worthy of analysis are the processes councils use to deal with complaints from the public. Greater efforts must be made to capture and make accessible the history and development of councils in Canada. Research into roles, activities and the impact of press councils would also be useful learning and a source for setting strategic priorities.

Fifth, press councils in Canada need to have a greater regional and national, and even international presence. This will only happen through greater collaboration among individual councils. On national issues and matters of federal legislation, the councils are not at the table, because they do not have a collective voice. No one speaks for them. Even at the regional level, press councils are generally quiet on issues dealing with the news media, freedom of expression or access to information.

Sixth, collaboration would increase the efficiency and impact of councils, by learning from each other, sharing effective practices etc. An "Alliance of Canadian Press Councils" would get greater visibility in campaigns to promote Right to Know Week, or Press Freedom Day, or in providing input into changes to the Canadian Human Rights Commission Act. An alliance of press councils (not a national press council) would allow for provincial or regional differences, but would be more effective in dealing with stakeholders such as the Canadian Association of Journalists or the Canadian Newspaper Association or individual newspaper chains.

Collaboration and interface with other relevant groups can go a long ways to providing more relevance for press councils. Examples of other bodies with shared interests include the International Freedom of Expression Exchange, Reporters without Borders, and Article 19 (a human rights organization with a specific mandate and focus on the defence and promotion of freedom of expression and freedom of information worldwide).

There should also be greater collaboration with schools of journalism. Press councils need to be part of the curriculum in journalism and media studies programs.

In two years we meet again as a collection of press councils. What will be different? Will we have made any progress? If so, we need to take steps today.

Thank you very much. I look forward to continuing this discussion.

**Ms. Colette Brin**, *host*

Thank you very much, M. Kamps. So, I think we have the beginnings of a discussion on whether press councils should be idealistic, pragmatic or a bit of both. I'd like to turn the floor over to Mr. Cardinal.

**Mr. Mario Cardinal**, *former ombudsman at Société Radio-Canada*

Saturday, I was reading my newspaper, and in one of the papers, *Le Devoir*, the following headline struck me: "The Court of Appeal upholds the restrictions on the media in the courthouse". In the arena, on one side there were, I imagine, defence lawyers, and on the other lawyers representing media organizations from the Professional Federation of Journalists. I would have liked to hear the press council's reflections on a topic such as this one. I bring this up because more and more we are witnessing—and I've seen this with *Radio-Canada*, and it also manifests itself in other media organizations—a 'judicialization' of the right of the public to be informed. However, in a case such as the one I bring up, with regard to the right of the public to information, were the media organizations the ones defending it? The journalists? I don't ask that the press council go out and defend it, or that it hire lawyers to defend various points of view, but I do believe that in Quebec society there are issues that demand that the public be involved, in one way or another, in the reflection process. 25 years ago, in 1983, the press council celebrated its 10<sup>th</sup> anniversary, and for the occasion, Professor Bertrand from the *Université Paris X* paid a visit during which he identified what he calls the four major sins of the media. He lists the quality of the media, professional training, research and the concentration of ownership. Today, after 25 years, these four particular elements relative to the media are still relevant but I think we need to add at least four more, namely the outrageous commercialization of the media, infotainment—it struck me that between January and the middle of summer, according to a study by *Influence Communication*, sports, the weather, variety shows and the story of Julie Couillard made up half of the news content in the Quebec media. The third is convergence, which has also arisen in the last 25 years, and finally the fourth, what I consider to be unrestrained information on the internet.

As we can plainly see, the responsibilities of the Quebec press council have not become simpler over the last 25 years. As a result, it is very relevant to ask ourselves these questions today: is the press council in a position to fulfill its mandate effectively? Is it still capable of questioning, and of making the public question, the possible threats to the right of the public to information? In short, is it still capable of operating freely?

I'd like to briefly talk about a task that the press council has carried out very well since its beginnings, that of acting as an honour board. This consists of handling complaints and acting as an ombudsman of sorts, which

it has done all the better since putting in place a new adjudication process for complaints. This very task of handling and analyzing complaints by the public remains one of the essential roles of the council. However, its responsibilities do not end there. The title of the conference 25 years ago was "Press councils to guarantee the right to information and the freedom of the press". Therefore, if the press council's role is to remain unchanged, it will need the financial wherewithal.

Of course, over the past 35 years the council has intervened in a great number of cases and I cannot name them all today. However, I would like to point out 2 important cases in which the council has intervened in the last few years. First, the press council defended before the CRTC the need for diversity of editorial voices in Quebec society. It reminded the commission of the considerable risks of concentrating the media. The council went before the CRTC, a Canadian organization whose assessment criteria favour Canadian interests more than Quebec interests; case in point, the sale of the TQS network. Furthermore, in my opinion, the CRTC's analysis criteria lack the nuances to properly assess news reporting and the ownership of media organizations given the distinctive nature of Quebec society. In its memo, the council reminded the CRTC that there is a distinction to be made between the freedom of media organizations and the freedom of the press itself. It stated that the business logic of an organization must come second to its social responsibility if that organization chooses to dedicate itself to news reporting. I will not reiterate all of the possible negative effects that come with concentrating the media, which were stated earlier by the press council, but I would like to go over two that, to me, seem essential to the survival of quality news reporting in Quebec.

The loss of editorial discretion in newsrooms and the standardization of news reporting remain a real threat. It is an area in which journalists are gradually losing ground and where the public is slowly but surely losing its rights. I'd like to note that for the time being regional weekly publications have remained unaffected by this form of traditional standardization. Our fears of this coming true would have been justified since two thirds of our news publications—98 total—are owned by the same two companies, namely *Médias Transcontinental* and *Quebecor Media*. We could have seen these publications begin to print columns on a variety of topics, such as horticulture, world finance, fashion, crosswords, horoscopes etc. This did not occur and we should all be thankful for that. However, there exists another form of standardization, and that one does worry me a little if I rely on a study conducted a few years ago, and published just recently, by the *Centre d'études sur les médias*. In those papers owned by the two companies which I just mentioned, sports, leisure, community and culture are taking up more and more space to the detriment of potentially more controversial topics such as municipal affairs, social issues or questions about education and healthcare. I don't wish to sound an alarm, but I am saying that this is a form of standardization of the general content of these newspapers and I believe it's a possible threat to the right of the public to information. The second issue on which the press council took a firm stand is the question of journalistic freedom. Once again, before the CRTC, the council defended the principle of journalistic freedom and its need to be applied at all stages of the journalistic process, from the gathering of information all the way up to publication or broadcast. The press council stated its point of view on the matter during a study conducted by the CRTC on the journalistic independence code of the Canadian Broadcast Standards Council. I think it is necessary to cite the case made by the press council before the CRTC. I quote "It is necessary for journalists and other workers in the media industry to benefit from the same level of independence as those responsible for services, namely the editors-in-chief and news content managers. They need to remain independent from both management and other media outlets under the same ownership. They need to be able to exercise their functions free of pressures, administrative constraints, or pressure to conform to editorial voices from other media outlets under the same management at all stages of production, including the gathering of information". End of quote.

The position taken by the council on the question on journalistic independence was inevitably going to irritate the radio and television broadcasters who contribute to its financing. In other words, if I understood the press council's memo correctly, it recommends that each radio and television station member of an organization belonging to a network must have its own newsroom and its own journalists equipped with the means necessary to effectively exercise their functions. It comes as no surprise that the *Association québécoise des télédiffuseurs et radiodiffuseurs* and the *Journal de Québec* insisted on dissociating themselves from that memo, just as they had dissociated themselves from the memo about the need for plurality of editorial voices. Corus Entertainment is a member of the Association of Radio and Television

Broadcasters. Could it be to further emphasize its dissent? In any case, Corus Entertainment, which claims to be the largest news agency for privately owned radio stations in Quebec and which has its own news portal on the internet, is no longer a member of the press council. This company, which can in no way be called a 'Quebec company', decided it would be preferable to adopt the code of journalistic ethics of the Canadian Broadcast Standards Council. For one, this code of ethics is far less rigid. It obviously recognizes radio as a form of local media, but it makes no reference to local news reporting. It only asks that the programming content not contain gratuitous violence, sexually explicit material or coarse language. I bring this to your attention because the concentration of media can engender serious problems. It isn't for no reason that the European parliament adopted three weeks ago what is called the MICO report, which states: "Considering that the concentration of ownership without restrictions can pose a threat to pluralism and to cultural diversity, and considering that in certain markets it is approaching a limit at which pluralism will no longer be automatically guaranteed to the competition". In that report, a request was made to the European parliament to preserve pluralism in the media. So, it seems we are already pushing for legislations to guarantee the plurality of editorial voices. We know very well that here in Quebec the press council is one of the elements that was put in place precisely to stop legislations aimed at regulating information in the province.

My goal here today is to draw your attention to the fragility of the press council. To ensure its survival, we must, at all costs, ensure that it not be forced to compromise on its principals, because let's not kid ourselves, and Corus is a good example of this, the more vocal it is in defending original, quality reporting, the more it risks upsetting some of its financial contributors. The contribution Corus withdrew from the *Association québécoise des radios et télédiffuseurs* represents a loss of thousands of dollars for the press council. In the last two years the financial contributions made to the council by constituent associations have dropped. Currently at around \$80,000, the contributions made by daily publications remain the most substantial. I don't even want to imagine what situation the council would find itself in if, for example, one day the owners of Gesca decide they're fed up of hearing the council talk about the dangers of concentrating the media, or if the management at Quebecor decided to stop supporting an organization that condemns convergence and multitasking in the newsroom. As for the Quebec government's contribution, I'll say only this: it stands at \$100,000; more or less 20-22% of the council's entire cash flow. However, this is not a statutory contribution and it could disappear next year. Just think back to two years ago when the Charest government, in an attempt to reverse his party's negative image, decided to return all governmental information back to the Premier's office; in short, to turn government information into political information rather than administrative information. Journalists protested vigorously and the press council also intervened in a somewhat discrete manner. Luckily, the government did not cut off funding, but you can imagine a more touchy government might as easily have said "why would we continue to fund an organization that is continually criticizing us?". These things do happen. We need only look at what happens in Ottawa. During the electoral campaign, Mr. Harper took aim at an artistic ceremony that had been funded by his Canadian Heritage Department because some of the artists had objected to his cultural policy. He did this publicly on two separate occasions, including one time during a debate.

The press council has just completed a tour of Quebec and its regions using funding from the federal government. It's not clear yet how much respect Ms. Verner has for the council, but nevertheless, these subsidies are allocated arbitrarily and could potentially disappear. I propose in one of my books that the National Assembly adopt unanimously a motion to grant the press council a substantial fund of a few million dollars to guarantee it a stable income that would be impervious to the mood swings of the heritage ministers or cultural ministers of this world. It would be equivalent to the population of Quebec, whose right to quality reporting the council defends, saying "we want to secure the future of this organization". *Radio-Canada* receives one million dollars per year in public funds. No one is accusing *Radio-Canada* of broadcasting information that is manipulated by the federal government. *Télé-Québec* receives 60 million dollars per year from the Quebec government and no one is accusing it of broadcasting propaganda for the Quebec government in place. The BBC receives much more than *Radio-Canada* does and no one accuses the BBC of promoting the government's positions. So, why couldn't the press council, if we believe in it, if the government believes in it, once and for all receive a sum of money to be placed in trust? I'll leave it to the accountants to settle how the money should be managed, but that sum of money would allow the council to thrive in areas other than the one of analyzing complaints. The council could then become a junction for

discussion about the media industry in Quebec. I'm not proposing this form of funding as a viable model for all the press councils in the world. I'm proposing it in this context because of the specific nature of the media industry in Quebec where all the daily publications, save one, belong to two companies and where the regional media will also shortly belong to only two companies. The current context, specific to Quebec, requires that the right of the public to quality information be protected and guaranteed by a press council better equipped to formulate opinions and reflections on the threats to quality reporting that take into account the realities of the entire province. Thank you.

***Ms. Colette Brin, host***

Thank you very much Mr. Cardinal. The floor is now open if you have questions, comments or if you wish to react to the statements of our participants. I'd like to invite you to come to the microphone.

## Question period

### Workshop 1 “The future of press councils”

**Mr. Réjean Audet**, *member of the Appeals Committee of the Quebec Press Council*

I am a public member and very few people in the Estrie region—I live in Sherbrooke—know that they have a representative from the press council. It has not gotten much publicity, except for my nomination in 1999. I’d like to ask a question that has not yet been raised by the previous speakers. Gentlemen from Alberta and the United Kingdom, how does the public participate and what exactly is its role within the press councils themselves?

**Mr. Ed Kamps**, *president of the Alberta Press Council*

Obviously, the public member has a very strong role in the council, and we try to be very clear on that during our recruitment. So, when we have a position open for one of our regions and advertise it in the newspaper, we try to be very clear and explicit as to what are the expectations for the public member, not just how often we meet, but also what is the focus and what kind of background are we looking for. In fact, we have had some good discussions on that in recent years. Looking at the public member, he or she needs to represent the average person’s view. And so, we are not looking for someone who’s got lots of media experience or who is a former journalist. We want someone from the public who has breadth of vision, good judgment, evidence of a well-rounded viewpoint, not just from formal education but maybe through travel and other community experience and leadership, because when it comes time to make difficult decisions at the table, you want someone who reflects the community. Secondly, we want to insure that we have got some degree of diversity on the council so that it reflects the diversity of the community.

We also expect our public members to communicate their role to their community. One way we do that is through a standard presentation about the Alberta press council. Furthermore, we encourage our members to offer their services to local service clubs, rotary clubs, chambers of commerce, etc., and to take advantage of them being there...or, even go to the high schools to speak. So, we try to be quite clear with our public members that it’s not just about coming to a few meetings during the year. We also have several committees that they work on. We only meet twice a year as a full council, but we have a variety of committees that we put them on. Our education committee is a very important one. They are the ones who work on our website. They also sponsor or organise the public forums that we have every year in different cities. So, I think we’re moving in the direction of placing much greater emphasis on the public members and their role.

**Mr. William Gore**, *public affairs director for the Press Complaints Commission*

I think the position in the UK, actually, is fairly similar to that, in that the public members are there to represent public views. They are actually in the majority on our commission. The commission has 17 members.

Seven of them represent the newspaper and magazine industry. They’re all editors. The other 10 have nothing to do with newspaper or magazine.

Now, that is actually the only qualification they need to have to be a public member. They’re not journalists by background. Those positions are advertised publicly and the skills they need are probably as outlined in relation to the Alberta press council.

I might take the opportunity to say a little bit more about the public more widely, because clearly, and it’s something that has been touched upon this morning, public awareness of a press council or

complaint commission is absolutely crucial because if people don't know about it, it doesn't work and they don't have anything to do.

Now, in the UK, we've actually, over the last six or seven years particularly, realized that we were not doing anywhere near enough to get out there and to tell people what we are, what we're doing and how they can use our services. So, we now have public meetings three times a year around the UK. We do a lot of work with schools. We have a resource pack for teachers that they can use in the classroom and so on, and a whole host of other things to tell people that we are there. Now, earlier on it was noted that the number of complaints received by the press council is not necessarily a measure of success, but it is, to some extent, a measure of public awareness. And the fact of the matter is that the press complaints commission now receives about 4 500 complaints a year, written complaints. That is considerably up from, let's say, the average of about 5 or 6 years ago. That is certainly a result of public awareness going up, rather than standards of reporting falling. I think we know that because the number of complaints we are upholding, where we are saying "yes, the code of practice that we administer has been breached" has remained constant. And so, public awareness and the role of the public in actually bringing to our attention complaints that they have is one of the absolutely key elements of what a press council does.

**Mr. Mario Cardinal**, former ombudsman at *Société Radio-Canada*

If I may, I'd like to say a few words. When I was appointed ombudsman at *Radio-Canada*, we immediately launched a publicity campaign for radio and television that yielded some results. For two years I had a television programme and as a result, I received a lot of correspondence. The current ombudsman at *Radio-Canada*, Ms. Miville-Dechéne, is very preoccupied with how important visibility is in this particular function and continues to increase her opportunities to be more visible. I believe the press council's problem is a lack of visibility. Once again, funds are needed in order to promote the council. The press council needs money to organize events that attract newspapers that will talk about the council, and consequently, promote its role and get its message across to readers.

**Mr. Denis Plamondon**, vice president of the *Quebec Press Council* and public member

I noticed a resemblance between the United Kingdom and Quebec with regard to their respective council's openness regarding the question of information found on the internet. There is however an important difference with the practices of the British and Alberta press councils. There are differences particularly on the question of the Quebec press council's openness, not only in the written media, but also on the radio and television. In the United Kingdom, it seems, and this is probably the case in Alberta also, they are distinct, different entities, whereas here in Quebec, for over 35 years now, the press council has taken it upon itself to handle not only the written media, but also radio and television content. I would like to hear your experience and see how it compares to ours. What are the factors in your country that make it different from Quebec?

**Mr. William Gore**, public affairs director for the *Press Complaints Commission*

I think that is actually a very good question. It clearly does vary around the world. There are some press councils which are clearly media councils and that have a regulatory role in relation to all media and where there are others, as you say the UK and Alberta being two examples, where it is just the written word. I think the reasons behind that are generally historical. In that, for example in the UK, the idea of a free press, free from licensing and state regulation, is so utterly ingrained that there has always been an extraordinary reaction among people in the press. I mean actually to the point of paranoia about any sort of state intervention. Now, with the broadcasting system, it has, since the word "go", been completely different in that radio stations and TV stations have been licensed by the government. Of course, the source of the idea is that because these media outlets are beamed directly into people's homes, rather than being in a newsstand on the street where you buy if you want to, that there should be a different form of regulation for that reason as well. Now, it seems to me that because of the changes we are seeing in the media, particularly in the way that the broadcast media operates, that licensing systems, as we have seen them in

the past, are gradually going to disappear because everything will be available on broadband and actually you're not going to need the kind of distinct wave-length systems that you have had in the past.

My suggestion is that probably broadcast media, which is currently regulated by some form of state body of legislation, may have to move towards more of a co-regulatory regime or even a self-regulatory regime to deal with those changes. I mean, I don't think that everything is going to move towards state regulation. Actually, if anything, things will move the other way. There will be some areas, clearly, where the state has a role to play, like in those most extreme areas in relation to child pornography on the internet, for example. Clearly, the state has a role there. But actually, I think self-regulation will become increasingly important for those media that currently operate under a legislative regulatory framework.

**Mr. Ed Kamps**, *president of the Alberta Press Council*

When the Alberta press council was formed in 1972, I don't think that anyone had in their mind anything about the Internet. So, what we currently have today is based on historical precedent. Things were in many ways simpler then. There was a geographic boundary as to who read which newspapers. So since then, things have evolved. Several years ago, we reviewed the eligibility for someone to make a complaint to the Alberta press council, and the decision was that we would entertain or respond to requests from outside our borders because today, when someone reads an article published in one of the Alberta dailies, they could be anywhere in the world. Our last significant adjudication was, in fact, raised by some reader in Ontario, taking issue with a series of articles that were written by one of our newspapers. We did rule in her favour.

The other broadcast regulators are in existence. I think that there is no interest in Alberta, certainly from the newspapers' side, to expand the role of the press council into more of a media council. I think that there is recognition that there are other bodies out there all ready to handle the radio or TV. And so, there is that distinction in the Alberta council. We are also looking at what is our role with respect to the online media and we are aware of some of the changes in the UK, for example, pictures. I think you're also covering pictures on the internet. Should that be included in the kinds of things that we respond to, should a member of the public have a concern?

**Ms. Colette Brin**, *host*

Mr. Cardinal, you touched on the very sensitive question of the funding of resources and the sometimes difficult relations between the press council and its funding sources, who, at times, are capable of exercising pressure. We have seen very clear examples of this in Quebec. For that matter, I would like to hear more about these types of experiences. Have you ever been pressured by media organizations? If so, how did you withstand those pressures? And, how does your funding structure work?

**Mr. William Gore**, *public affairs director for the Press Complaints Commission*

Well, the funding for the press complaints commission comes entirely from the British press (the newspaper and magazine industry) to the tune of about 1,800,000 pounds a year. So, I guess that is about 3,500,000 in Canadian dollars. Now, because, as I mentioned previously, there is this deep-set paranoia in the British press about any sort of government involvement, which has made them really focus their minds and made them decide that they will take on the burden of funding the PCC. Now, I think on the whole, it has worked fairly effectively. The funding is done through a kind of separate organisation, so the press complaints commission is not going directly to newspapers and magazines saying, "It's December 15, we need our X thousands of pounds for next year". It's actually done through this separate funding organisation. And, I think that that is very important because the experiences of the previous British press council were that funding became extremely difficult precisely because there was this much closer relationship between the council and those newspapers and magazines that it was overseeing, to the extent that if they actually, and particularly the newspapers, had a problem with the press council, as frankly they often did towards the end, they just wouldn't pay any money. And there was very little that the press council could do about it. Actually, it ended up spending all of its time desperately scrambling around to convince people to pay up. And actually, they were not leaving themselves enough time to deal with complaints in an effective way. So

funding, clearly, is absolutely crucial otherwise you don't have a press council at all. I think, as a result of that, and I think that this goes back to the point that I was making about being pragmatic, you have to recognize what it is that the press complaints commission is going to do in its line of work and part of that is taking account how, frankly, the people that fund the press council are going to react to its activities. I think if the press complaints commission suddenly started saying out of the blue that the concentration of media ownership in the UK was outrageous or that newspapers were a load of rubbish or that they concentrated too much on entertainment rather than the news, then I think, probably, the newspapers would say, "Well, hang on a minute. This is ridiculous. We're not going to be a part of this anymore." And they would stop all the funding. And therefore, we would have no press council left, and the members of the public would actually suffer from it. So, I'm not saying that we need to abandon all the ideals, because, clearly, they are very important. They are what make press councils press councils. But, I think we have to recognize that if we are going to actually attain those ideals, then we have to do it in a way that does take pragmatism into account.

**Mr. Ed Kamps**, *president of the Alberta Press Council*

I'll comment briefly. In Alberta, it's similar to other press councils in Canada, I think. Most of our funding comes from the newspapers themselves. We operate with a formula that's driven by their circulation, and some of the larger papers, obviously, pay more into the operation of the press council. But it is strictly driven by their circulation numbers. We get the numbers on an annual basis. Then we send them the bill and hopefully they pay the bill within a reasonable period of time. The whole question of sources of funding from the government, whether it is provincial or federal, is an interesting one because it raises the question of your independence. If you start to depend on government funding, does it lead you to become dependent in some way on that level of funding? We have good support from our publishers, the newspapers. As one of our members said just recently, "All it takes is one legal case and you've paid for your membership fees for quite some period of time". Again, their support, funding-wise, was more at the level of handling of complaints, not so much on the other roles of press council. But, I should say that in the last couple of years, we have partnered, in the case of these public forums, with a local university, a school of journalism or a similar department, the daily paper and the Alberta press council. And in each one of those cases, the local newspaper, for example, the *Edmonton Journal* or the *Calgary Herald*, provided significant sponsorship and advertising support. So, they contribute to the support in some non-financial ways as well. It was very important for us to get that message out to the public.

**Mr. William Gore**, *public affairs director for the Press Complaints Commission*

I am going to say one other thing, I don't think necessarily that there is anything wrong with some funding coming from the government, if that is acceptable to the industry that is being regulated. For example, in Germany, the press council there receives half of its funding from the federal government, and no one has a problem with that. It's given on a completely no-strings attached basis, and the people don't question the German press council's independence. I think, in the British context, it would be much harder for that to work because people would be far more cynical about the role that the government would have. I think the press would be far less ready to cooperate with what we do. But, there are a whole variety of funding models that can work. It depends on the specific context and why the press council exists, I think.

**Mr. Mario Cardinal**, *former ombudsman at Société Radio-Canada*

To sum up, we need to ask ourselves the following question: when is the press council at its most vulnerable? Is it when it deals with the government? Is it when it receives 25% or 20% of its funding on an annual basis in the form of subsidies, which, I repeat, are not statutory? Or would it be most vulnerable if the National Assembly, where all the political parties are represented, decided unanimously to create a fund used to finance the press council's activities? Over a million pounds! Mr. Corriveau, what would you do with one million pounds? So, let's ask the question in these terms! The resources are not the same. This is a different playing field. I find it sad that the press council, in order to go to the regions of the province and meet the public, had to go ask the Federal government for a grant; that it needed to ask *any* government for that matter, federal or provincial. And I hate to imagine that if it had not been for this grant, the tour could not have taken place. I think it's far more restricting to have to beg for funding at certain given times, or on

an annual basis, than it is to say plainly to the public we want 5 million, 8 million. I'm not sure. But, from now on we are going to be much more efficient and we are going to fuel discussions in the public arena about the problems facing the media. I've never viewed the press council as a sort of Vatican that presides over the problems of the media, not at all. I think of it as a crossroads where people come to exchange ideas about problems that arise unpredictably because of technological developments or ownership tactics of media organizations.

**Ms. Lucinda Chodan**, *editor-in-chief for the Times Columnist and member of the Press Council in British Columbia*

I'm the editor-in-chief of the *Times Columnist* in Victoria, British Columbia and member of the press council there. I wonder if, first of all, we could hear a little bit more about the role of publisher in England and press complaints commission, and whether there are publishers on press councils in Canada because, clearly, as newspapers look out for their finances these days, they see press councils, I think particularly in Canada, as perhaps dispensable items. I'm wondering, on other press councils, how publishers there play a role and whether that has helped in the education element with newspapers?

**Mr. William Gore**, *public affairs director for the Press Complaints Commission*

The role of the publishers in the UK is, in fact, to provide the funding. When I say the money comes from the industry, it comes entirely from the publishers. There is no money coming from, for example, journalist associations. But, that's basically it. The publishers, themselves, do not have a role on the board of the press complaints commission. The editors that are on the PCC, I suppose to a certain extent, represent the different publishing associations. Although, they're not tied to what they are saying because of whom their publisher happens to be. So, the role of the publisher is absolutely essential. I think it is essential also because without that backing it would be far harder for us to actually go to the industry and say, "this is a sensible code of practice to which essentially all the publishing companies in the UK have signed up and therefore you will need to know about it". And actually, the education program that we have, not just for the public, in terms of doing open days or doing classes for students, and so, but also education in relation to journalists has been very, very helpful to us, particularly over the last five years. We tried to increase the amount we do, not only to trainee journalists, but also to journalists who are in post, who have maybe 10, 20, 30 years of experience, actually holding seminars for them and actually trying to update them on the work of the PCC, because it is all very well known that there is this code of practice, and in the UK it is a very short document. I mean it's literally that size. So, journalists generally know of the code of practice, but there is a difference between knowing about it, knowing what it says and actually knowing how it's been interpreted by the Commission. The seminars that we hold, where essentially we give working journalists maybe 10 cases that we have dealt with over the last couple of years and say to them, "these are the complaints, what do you think the result should be?" And actually it does get people thinking about some of the grey areas that exist. And I think that the more that journalists—both trainee journalists and experienced journalists—think about these things, the more significant the role of a press council can be.

**Mr. Mario Cardinal**, *former ombudsman at Radio-Canada*

I have a question for Mr. Gore. I know that there are no journalists on the complaints commission. Why? Is there a reason for that? Can you explain that?

**Mr. William Gore**, *public affairs director for the Press Complaints Commission*

I can explain that. The reason is that the old press council did have representatives for the National Union of Journalists but, what happened was that this led to a political clash between the members of the unions and the members of the publishing associations, the management. And, actually the view of those who set up the press complaints commission and actually the view we have now, is that our role is not to become involved in the industry disputes between journalists and their bosses. Actually, our role is to serve the public and to insure that standards of reporting in the press are high. There is occasionally some pressure in the UK from those who think that the code of practice that we administer should have a so-called conscience clause

which allows journalists to refuse to undertake work that they believe may lead them to breach the terms of our code of practice. Now in theory, of course, journalists should not be asked to do that, but we don't want to become involved as a kind of industry tribunal. That's not what we see our role as being, and that really is the reason why. I should say that relations between the press complaints commission and the National Union of Journalists now are actually quite good and cordial. That wasn't the case 10 years ago, I don't think. But, we have recognised that it is ridiculous for us to be loggerheads with journalists and their representatives. So, there is a reason that they are not formally represented, but that does not demonstrate that we and journalists are at odds with one another.

**Mr. Mario Cardinal**, former ombudsman at Radio-Canada

Do they recognise the authority of the commission?

**Mr. William Gore**, public affairs director for the Press Complaints Commission

They recognise the authority of the code of practice and they follow it. However, one of the important things about the way we operate is that when we uphold a complaint, we are upholding it against the editor. We don't name specific journalists. Our view is that the editor takes responsibility for everything that appears in his or her newspaper or magazine so that the journalists don't become scapegoats for editors who want to try to avoid responsibility. Clearly, if a journalist makes a horrendous mistake then internally the management may decide that they want to take some disciplinary proceedings. But, generally that does not happen, I don't think. But, ultimately, as far as we are concerned, the editor is responsible.

**Mr. Ed Kamps**, president of the Alberta Press Council

I'd just like to comment briefly on the role of the publishers in the Alberta press council which is similar to the other provinces, I think. The primary role is to provide support for the operation of the press council. Obviously, the main way is by providing funding. However, we also look for support from the publishers in other ways. For example, when we're looking for a new press member and our terms are up to the newspaper, we want the publisher who makes those decisions to determine very carefully who should be the press member on the council. One thing we have done this year is to put together a more detailed role description for the press member. We always have one for the public member, but we wanted to be more explicit as to what are the expectations for the press member when they are on the council. We formalized that so that the publisher is clear on how to provide orientation and development for those press members. The way we try to encourage the support from the publishers is through relationship building. We invite the publishers to all our meetings and special events. We provide them with on-going information and activities, our meeting minutes. Sometimes, maybe, we send too much information, but we do try to keep them up to date with everything that is going on. On one of our recent public forums, we had active support and involvement from one of the publishers of the newspapers, as well. So, I think, it serves us well to maintain on-going relationships with those publishers.

**Mr. Andrew Phillips**, editor-in-chief for *The Gazette*

Hello, my name is Andrew Phillips. I am editor-in-chief for *The Gazette* and currently I also sit on the Quebec press council's Board of Directors. Before working at *The Gazette* I was editor-in-chief for the *Times Columnist* in British Columbia, where I was also a member of the press council. I'd like to take advantage of Mr. Gore being present to ask him a question. You said you have 4 500 complaints a year. It seems to me like an extraordinary number. 4 500 complaints that's about 20 complaints per workday, at least. Can you explain to us briefly how you deal with such an enormous volume of complaints? What is the process briefly? For example, here in Quebec, the complaints are done in a written way, in a very formal fashion. In British Columbia, where I had some experience, it's a rather, perhaps, less formal process. How formal is the process? How many complaints? What proportion of those complaints actually gets a formal adjudication? And, how long typically is the time between a complaint being lodged and the decision being rendered? Thank you.

**Mr. William Gore**, public affairs director for the Press Complaints Commission

I guess there are a few questions there. I mean, it is quite a high number of complaints, there's no doubt about that. In terms of press councils globally, the press complaints commission in the UK receives far, far more than any other single press council, and I think that that is primarily because of the fact that we have a much higher profile than most press councils. But, it may say something about the robustness of the UK Press. Now, of that 4 500, a significant number are very quickly dealt with because either they fall outside of our remit for one reason or another in that they may be about advertising, they may be about taste or decency or various other things that we don't deal with, or we may get an initial email from somebody saying, "I don't like this, that, or the other" and then they never follow it up. So, in terms of the ones that are actually pursued by complainants and that fall within our jurisdiction, we probably get about 1 800 per year.

The process by which we deal with complaints, very briefly: when a complaint comes to our office, it is given an initial assessment by our deputy director, so by the PCC secretariat. He will come to view on whether there has been a possible breach of the code of practice. If he thinks that there has been, we will write to the newspaper in question and say essentially, "we have had a complaint. This is what it is. What's your response to it?" The primary aim in dealing with all of those complaints where there was a possible breach of the code is to mediate and to find an amicable resolution to the complaint, maybe through a published apology, a private undertaking about future reporting, an annotation of records on the website, and various other things. In ninety-eight percent of all cases where there has apparently been a breach of our code of practice, the newspaper or magazine will offer a suitable remedy to that 98 %. In the vast majority of those cases, the complainant is perfectly satisfied with the remedy that's being offered. Now, going back a stage, in terms of those complaints where the initial assessment shows apparently no breach of the code of practice, the secretariat circulates to the Commission a recommendation setting out what the complaint is and why it is our belief that there is no breach of the code. Those recommendations are circulated in writing to the Commission once every week. So, each week, they have a bundle of papers that they have to read through and tell us whether they agree with our recommendation. In the vast majority of cases they do because the cases are quite straight forward. If they agree with the recommendation, then that becomes ratified and the decision is sent to both parties. That's it, end of story.

Now, just going to those complaints where we have tried to mediate and have been unsuccessful. It is those complaints that are heard by the Commission at a full meeting, where they actually will come into the offices, sit around the table and look at the case in full and discuss it. That is actually quite a small number per year. There are probably only about 45 or 50, where there is either a very important point of principle they need to discuss or where we think, the secretariat thinks, that there has been a breach of the code of practice that has not be remedied by the newspaper. Probably out of those 50 cases, maybe 20 in a year will be upheld and the newspaper or magazine in question will be obliged to publish the Commission's critical adjudication. That fundamentally is our sanction. I think the strength of that sanction is demonstrated by the extremely high number of complaints that we're able to mediate and resolve successfully. The fact of the matter is that, despite what some people have to say about it, it is something that clearly editors don't like to have to do. They do not want to publish a ruling from us that is critical of them. And now, we are actually much keener to insure that those adjudications are published with prominence, with a reference to the press complaints commission in the headline and, clearly, they must not be edited.

**Mr. Andrew Phillips**, editor-in-chief for *The Gazette*

So, can I just briefly follow-up? As condition of the membership, does the newspaper agree to publish it in full text?

**Mr. William Gore**, public affairs director for the Press Complaints Commission

It is something that we always make extremely certain of. If we send a ruling to a newspaper, that is the punishment. They can't just take out two paragraphs because they are too critical. They might like to, but they can't.

**Mr. Mario Cardinal**, former ombudsman at Société Radio-Canada

I have a question on a similar subject. Maybe I missed it in your exposé. Do you deal with complaints against radio programmes or television programmes?

**Mr. William Gore**, public affairs director for the Press Complaints Commission

No.

**Mr. Mario Cardinal**, former ombudsman at Société Radio-Canada

Only in the written press?

**Mr. William Gore**, public affairs director for the Press Complaints Commission

Yes.

**Mr. Ed Kamps**, president of the Alberta Press Council

I have just a quick follow-up. When press councils are looking for support from the publishers, there needs to be a strong business case, and I think sometimes that is what is missing. What's the business case for a stronger financial support? One way of developing a business case is by having some measures of success or effectiveness; so, I'm intrigued by your 98% satisfaction. I'm curious. How do you determine whether the complainant was happy or satisfied with how the complaint was handled?

**Mr. William Gore**, public affairs director for the Press Complaints Commission

If I just clarify, that 98% of satisfaction is 98% of all apparent breaches to the code where the newspaper offers a suitable remedy in the eyes of the press complaints commission. It is a slightly reduced figure, probably 75% of all apparent breaches, that is resolved to the satisfaction of the complainant, where the newspapers will say, "Ok, we made a mistake; we will offer to do this" and the complainant says, "That's fine. I'm happy". If a complainant is not happy with it, they don't stop themselves from telling us about it. They are very quick to do that.

Additionally, what we do is survey all the complainants who come to us to get a decision from us to find out how satisfied they are with the process. In terms of the kind of service they get, like how good our website is, how friendly the PCC staff is, and various other things. The rating is extremely high. In terms of the people whose complaints are resolved amicably, they are obviously very happy with that. The difficulty arises with those people whose complaints are rejected. And, of course, it is the vast majority of complaints we receive that are rejected because they simply don't raise a breach of the code of practice. We have to find a way of explaining that to people in terms that actually are understandable. I think for any organisation that deals with complaints that is impossible because anyone who makes a complaint makes it because they think that they are right, that is a given. So, if the complaint is rejected, they will automatically believe that the press council is wrong. There is a very small number who think, "Ah! Well, I actually misunderstood what my complaint was really about". It's a very small number. Most people are never going to be happy. We have even introduced a category into our survey to say to people, "Ok, you got your decision. Were you happy with it?" And, then the next section is split into two, "Were you disappointed but understood the reasons for the decision or were you disappointed and cannot understand the reasons for the decision?" And unfortunately, however clear our decisions may be, the vast majority of the people who are disappointed still can't understand the reasons either.

**Ms. Brin thanks the speakers and participants.**

## REMERCIEMENTS

Ce colloque n'aurait pas été possible sans la gracieuse participation des animateurs et conférenciers venus de l'Angleterre, de l'Alberta et du Québec.

Nous les en remercions toutes et tous grandement et voulons rendre ici un hommage particulier à tous les participants par la publication des actes du colloque.

Un merci particulier à toute l'équipe du Conseil de presse qui a fait de cette journée une réussite.

### **Linda David**

Coordonnatrice du colloque

Cette journée a été possible grâce au soutien du ministère de la Culture et des Communications et de la Condition féminine.



L'impression de cet ouvrage  
a été exécutée par  
**Imprimerie Sauvé et ses Fils Itée**